

Investigación cuantitativa y cualitativa de la Comunicación

PRESENTACIÓN

<i>Profesor que la imparte:</i>	José Javier Sánchez Aranda
<i>Curso:</i>	2021-2022
<i>Horario, aula:</i>	según calendario
<i>Créditos:</i>	4 ECTS
<i>Requisitos:</i>	ninguno especial
<i>Idioma en que se imparte:</i>	castellano

La materia versa sobre las decisiones de investigación que tienen que ver con la calidad metodológica y la de las investigaciones en nuestro campo, tanto cuantitativas como cualitativas. Se relaciona sobre todo con los dos primeros objetivos generales del programa: 1) formar a los alumnos en los aspectos metodológicos básicos para afrontar el análisis de los complejos fenómenos que se producen en el ámbito de la comunicación pública, en sus distintas modalidades y manifestaciones; y 2) capacitar a los alumnos para el manejo experto de las fuentes de información y de los resultados de investigación en el campo de la comunicación, así como para manejar las distintas herramientas necesarias para su interpretación.

PROGRAMA

PARADIGMAS DE LA INVESTIGACIÓN

1. La conformación del modelo cuantitativo: características principales
2. El contrapunto de los métodos cualitativos: notas definitorias
3. Diferencias y semejanzas entre unas técnicas y otras.

PARTICULARIDADES DE LOS CONTENIDOS COMUNICACIONALES

1. Entender la Comunicación.
2. Elaboración y recepción de los mensajes.
3. Lo objetivo y lo subjetivo a debate.
4. El manejo de los contenidos.

TÉCNICAS CUANTITATIVAS

1. Estrategias para la obtención de datos.
2. Análisis de datos cualitativos.
3. Instrumentos informáticos.

TÉCNICAS CUALITATIVAS

4. Estrategias para la obtención de datos.
5. Análisis de datos cualitativos.
6. Instrumentos informáticos.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

1. Sesiones presenciales: (40 horas)

1. Clases expositivas: 30 horas (toda la clase)

En estas clases se explicarán los aspectos más relevantes de los temas del programa.

Se pondrán en ADI tanto los documentos que el profesor considere necesario que el alumno tenga, como diversas cuestiones sobre el tema, para orientar y facilitar el aprendizaje.

2. Taller: 10 horas

Se realizarán 2 talleres de 4 horas de duración para la aplicación de los conocimientos adquiridos en las clases expositivas.

La preparación previa de los estudiantes necesaria para el taller se notificará con anterioridad en ADI.

Puesto que los seminarios son obligatorios y son parte de la nota se tendrá en cuenta la participación

2. Actividades no presenciales: (50h)

1. Tutoría: 2 horas

Los alumnos podrán acudir a la tutoría previa cita con el profesor para resolver dudas que hayan podido surgir en relación a la asignatura, y específicamente para la realización de las tareas prácticas.

2. Trabajo personal del alumno: 46 horas.

Tiempo dedicado al estudio de la asignatura y la preparación de las distintas actividades formativas.

3. Evaluación: 2 horas.

El modo de evaluación se describe en el apartado “Evaluación”.

EVALUACIÓN

Actividad	Ponderación	Fecha de entrega/realización	
		Ordinaria	Extraordinaria
Trabajo	30%	Semana siguiente del fin de clases	
Presencia en clases	70%		

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

- Adams, Kathryn A. y Lawrence, Eva K. (2015): *Research methods, statistics and applications*. Sage, Los Ángeles.
- APA (2010): [Publication Manual of the American Psychological Association](#). APA, Washington.
- Cea d'Ancona, María Ángeles (1996): *Metodología cuantitativa*. Síntesis, Madrid (P.020.473).
- Díaz de Rada, Vidal (1999): *Técnicas de análisis de datos para investigaciones sociales: aplicaciones prácticas con SPSS para Windows*. RA-MA, Madrid (Z 016.710)
- García Ferrando, Manuel; Alvira, Francisco; Alonso, Luis E. y Escobar, Modesto (comps.)(2015). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Hernández Sampieri, Roberto y otros (2007): *Fundamentos de metodología de la investigación*. McHraw-Hill, Madrid (P 021.383)
- Igartua Perosanz, Juan José (2006): *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosch, Barcelona (L 021.756)
- Jauset, Jordi A. (2007): *Estadística para periodistas, publicitarios y comunicadores*. UOC, Barcelona (L 003.224).
- Jensen, Klaus Bruhn (ed.) (2014): *La comunicación y los medios: metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica (L 003.677).
- Mezo, Josu (2006): “Encuestas y muestras: tres dudas y tres reglas”. *Cuadernos de Periodistas*, pp. 174 a 185. Abril. –“Encuestas: el margen de error, la paja y el grano”. *Cuadernos de Periodistas*, pp. 90 a 102. Julio. – http://groups.google.es/group/estadistica_0708/browse_thread/thread/7ee424bc9ba8351c
- Portilla, Idoia (2014): [Fuentes de información en las áreas de comunicación y marketing en España](#). Documento actualizado anualmente

- Portilla, Idoia (2004): *Estadística descriptiva para comunicadores: aplicaciones a la publicidad y las relaciones públicas*. EUNSA, Pamplona (O 280.846)
- Poynter, Ray; Williams, Navin and York, Sue (2014): *The Handbook of Mobile Market Research: Tools and Techniques for Market Researchers*. Wiley. *Sample Chapter: "Designing and Conducting Mobile Surveys"*.
- Tracy, Sarah J. (2013): *Qualitative research methods : collecting evidence, crafting analysis, communicating impact*. Chichester, West Sussex, UK: Wiley-Blackwell (L 003.587).
- Vilches, Lorenzo (coordinador) (2011): *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Gedisa, Barcelona.
- Wimmer, Roger D. y Dominick, Joseph R. (1996), *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*, Bosch, Barcelona (L.021.047) <http://rogerwimmer.com/mmr/wimmerdominick.htm>