

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

**ASIGNATURA:** Estrategias de Investigación Aplicada

**PLAN DE ESTUDIOS:**

Máster Universitario en Investigación y Gestión de la Innovación en Comunicación (OMA-IICOMUNI)

**GRUPO:** 2324-01

**CENTRO:** Facultad de Ciencias Sociales

**CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:** Obligatorio

**ECTS:** 5,0

**CURSO:** 1º

**SEMESTRE:** 1º Semestre

**IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:**

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

## DATOS DEL PROFESOR

**NOMBRE Y APELLIDOS:** MARÍA YOLANDA FERNÁNDEZ RAMOS

**EMAIL:** [myfernandez@uemc.es](mailto:myfernandez@uemc.es)

**TELÉFONO:** 983 00 10 00

**CV DOCENTE:**

Doctora en Periodismo. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales, Licenciada en Investigación y Técnicas de mercado, posee los títulos de Estudios Avanzado en Organización de Empresas y en Comunicación y Receptores: La interpretación de los mensajes y los efectos de los contenidos. Toda su formación superior la ha realizado en la Universidad de Valladolid.

Profesora de la UEMC desde el año 2002, en las titulaciones de Administración y Dirección de Empresas, Psicología, Ingeniería de Organización Industrial, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Periodismo. Su experiencia docente presencial, es de más de 25 años (tanto como formadora en la empresa, como docente universitaria).

Experiencia en on-line

Seis años de experiencia docente específica universitaria en formación on-line.

**CV PROFESIONAL:**

Con más de seis años de experiencia en Formación Empresarial en empresas de Castilla y León en Prevención de Riesgos Laborales, Gestión Medioambiental y Calidad Total, dos años de experiencia en Formación Profesional en asignaturas de Marketing e Investigación de Mercados y profesora de Formación profesional de la asignatura Producción y Gestión de audiovisuales radio y espectáculos.

**CV INVESTIGACIÓN:**

Mi formación ampliamente multidisciplinar, me ha permitido realizar investigaciones indexadas tanto en el área financiera (aplicando la Teoría del Pecking Order), como en el área económica (estudios de impacto económico), el área turística (análisis de recursos turísticos y perfil, motivaciones, satisfacción y lealtad del turista), el área de análisis de contenidos periodísticos (teoría del Framing) y audiovisuales (análisis del lenguaje no verbal) y en el área de educación y comunicación medioambiental y consumo sostenible.

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

## DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

Los avances en las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) han permitido la emergencia de nuevos espacios de comunicación. Hoy vemos como los medios no tradicionales (online) adquieren mayor relevancia y audiencia y son muchos los beneficios que pueden ofrecer las redes sociales, así como Internet en los procesos de democratización del conocimiento (por las MOOC Massive Online Open Courses).

Todos estos avances también han impactado en la propia práctica científica y académica que se transforma de acuerdo a nuevas configuraciones de la sociedad y comunidades en la red. De hecho, se habla de e-research para referirse a la incorporación de las tecnologías en la producción de conocimientos. Sus efectos se observan en el aumento y facilidad de acceso a la información, la multiplicación de las posibilidades de colaboración entre sujetos y objetos de investigación y la ampliación de nuevos espacios y herramientas para la obtención de datos empíricos.

De hecho, la emergencia de nuevas formas de comunicación han permitido un acceso mucho más sencillo a los datos de los objetos (mensajes) y de los sujetos (audiencia), a la gran cantidad de datos, la existencia de programas informáticos cada vez más potentes para poder procesar dicho datos y al predominio de la investigación tanto cuantitativa como la cualitativa en una gran mayoría de las revistas académicas de impacto que se ha hecho imperativo que los futuros profesionales e investigadores en comunicación deban conocer las principales técnicas.

Por lo tanto, se pretende con esta asignatura que el alumno adquiera y desarrolle los conocimientos y las competencias relativos a la metodología y estrategias de investigación en comunicación que van a necesitar aplicar en su actividad tanto profesional como académica e investigadora. De esta forma el alumno debe ser capaz, a través del análisis cuantitativo y cualitativo de la información social, analizar los hechos e implantar las estrategias adecuadas para poner en práctica proyectos de investigación social aplicados a los medios de comunicación.

Así mismo, esta asignatura sirve de complemento y base fundamental a otras que pertenecen a la materia en la que se ubica, en concreto a las asignaturas “metodología para la investigación y la innovación de medios” y “medición y evaluación en comunicación”.

El alumno debe tener conocimientos relacionados con las herramientas básicas para poder diseñar una investigación y para elegir los métodos y técnicas más adecuadas en el análisis de los medios de comunicación, de los mensajes informativos y en general con los problemas y cuestiones relacionados con la sociedad. Así como, interés en la comunicación para la innovación educativa, como software y aplicaciones específicas.

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

### 1. Estrategias de Investigación Aplicada

1. Introducción: la innovación en el estudio de la Comunicación : 1.1. Métodos y técnicas para el estudio de la comunicación. 1.2. Objetos de estudio en la investigación sobre comunicación. 1.3. La innovación en las metodologías de la investigación. Por qué innovar en el estudio sobre la comunicación 1.4. La investigación con fuentes primarias y secundarias, un equilibrio imprescindible. 1.5. Investigar sobre comunicación en el entorno profesional: análisis de audiencias, estudios de mercado, diagnósticos de la competencia y escucha en Internet.
2. Herramientas para el diseño de la muestra. : 2.1. Métodos y estrategias para delimitar la población o universo. 2.2. Preguntas de investigación e hipótesis. 2.3. La muestra de investigación. Muestras representativas y resultados estadísticamente significativos. 2.4. El cálculo del tamaño de la muestra. Plantillas y recursos online. 384, el número de los universos infinitos. 2.5. El panel de investigación y otras muestras consolidadas. Estudios de mercado, análisis del consumidor y de las audiencias a través de paneles. 2.6. Configuración de las variables a estudiar. Categorías, tipos de datos y unidades de medida.
3. 3. Herramientas y software específico para el muestreo cuantitativo. : 3.1. El muestreo y la recogida de información cuantificable. 3.2. Software y plataformas online para el diseño de cuestionarios de tipo cuantitativo. 3.3. Hojas de cálculo y bases de datos en paquetes office. 3.4. El diseño de experimentos y la obtención de datos. 3.5. Análisis de la experiencia de usuario (user experience) en el entorno digital. Recopilación de datos a partir de la interacción con el consumidor. 3.6. Trabajando con

- Big data. Gestión de grandes bases de datos en Internet. Fuentes Open Data. 3.7. Técnicas informáticas para la minería y extracción de datos en Internet.
4. Herramientas y software específico para la recopilación de información cualitativa. : 4.1. Muestreo e investigación cualitativa. El muestreo no probabilístico. 4.2. El diseño de cuestionarios cualitativos. De las hojas de papel a la plataforma online. 4.3. Técnicas para el desarrollo de entrevistas y grupos focales. 4.4. La grabación y edición de entrevistas. Grabadoras digitales y software de grabación: Audacity. 4.5. Recopilando insights y valoraciones del usuario. Web crawler y APIS para el estudio de páginas web y redes sociales. 4.6. Grabación, archivo y almacenamiento del material audiovisual.
  5. Herramientas para el análisis en la investigación cuantitativa. : 5.1. Análisis aplicado de datos. 5.2. Hojas de cálculo en la investigación cuantitativa. 5.3. Software y herramientas para la investigación cuantitativa. 5.4. Casos de éxito en la investigación cuantitativa.
  6. Herramientas para el análisis en la investigación cualitativa. : 6.1. Software y herramientas para la investigación cualitativa. Aplicaciones CAQDAS. 6.2. Investigar con ATLAS.ti. 6.3. Aplicaciones para la transcripción de audio y vídeo. 6.4. El análisis de contenido. 6.5. Investigar lo no textual. De las imágenes estáticas al cine. 6.6. Casos de éxito en la investigación cualitativa.
  7. Análisis estadístico en investigación. : 7.1. Utilidad de la estadística en la investigación. 7.2. Estadísticos para la investigación aplicada a la comunicación.
  8. La investigación con fuentes secundarias y la gestión de las referencias bibliográficas. : 8.1. Fases de aplicación de las fuentes secundarias. 8.2. Herramientas para la citación bibliográfica. 8.3. Software y aplicaciones para la gestión bibliográfica.
  9. Apéndice: la formación en estrategias de investigación. : 9.1. Para qué enseñar a investigar. 9.2. Enseñar herramientas, no dogmas. 9.3. Enseñar a investigar investigando.

#### RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Los recursos de aprendizaje que se utilizarán en todas las asignaturas de la titulación (salvo las prácticas externas) para facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje, son:

- Campus online de la UEMC (Open Campus)
- Plataforma de Webconference (Adobe Connect)

Las comunicaciones con el profesor serán a través de Open Campus vía Mi correo, Tablón o/y Foro.

### COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

#### COMPETENCIAS BÁSICAS:

- CB6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

#### COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de organización y planificación
- CG05. Capacidad para trabajar en equipos de carácter interdisciplinar
- CG06. Compromiso ético (saber aplicar la evidencia científica en la práctica profesional y mantener un compromiso ético y de integridad intelectual en el planteamiento de la investigación científica, básica y

- aplicada)
- CG07. Capacidad de crítica y autocrítica
  - CG08. Habilidades interpersonales (tanto con miembros del entorno como con científicos/profesionales de otros centros)
  - CG10. Desarrollar hábitos de excelencia y calidad en el ejercicio profesional
  - CG11. Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad)
  - CG14. Diseño y gestión de proyectos

#### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE06. Capacidad para diseñar proyectos de investigación social aplicados a los medios de comunicación
- CE07. Capacidad de aplicar los conocimientos metodológicos a casos prácticos

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Saber diseñar y analizar estrategias aplicadas a la investigación.
- Conocer las nuevas tecnologías aplicadas a la gestión estratégica de la comunicación en entornos profesionales y académicos.

### BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

#### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- María Rosa Berganza Conde (coord.) y José A. Ruiz San Román (coord.). (2005): Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación.. McGraw-Hill. ISBN: 84-481-9825-5
- Ruiz Olabuénaga, J. I. (2012): Teoría y práctica de la investigación cualitativa. Universidad de Deusto. ISBN: 9788498303131

#### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Igartua Perosanz, J. J. (2006): Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Bosch. ISBN: 978-84-9790-271-7
- Jensen, K. B. (2014): La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa.. Fondo de Cultura Económica. ISBN: 9786071624130

#### WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[vista Field Methods](https://journals.sagepub.com/home/fmx)(<https://journals.sagepub.com/home/fmx>)

Es una revista revisada por pares y publicado trimestralmente, se centra en las pruebas empíricas de nuevos métodos para recopilar, analizar y presentar datos sobre el pensamiento y el comportamiento humanos y sobre los nuevos usos de los métodos existentes.

[Llopis Pérez, Jaume. La estadística: una orquesta hecha instrumento.](https://jlllopisperez.com/) (<https://jlllopisperez.com/>)

Este blog es un curso de estadística

[Web Center for Social Research Methods](https://conjointly.com/kb/)(<https://conjointly.com/kb/>)

Base de conocimientos sobre métodos de investigación

[Web de Lluís Codina](https://www.lluiscodina.com/investigacion-cualitativa-recursos/)(<https://www.lluiscodina.com/investigacion-cualitativa-recursos/>)

Recopilación de recursos para la investigación cualitativa

### PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

#### METODOLOGÍAS:

Se describe a continuación la metodología aplicada

#### MÉTODO DIDÁCTICO:

El papel del profesor cobra importancia a través de la impartición de clases magistrales en tiempo real por videoconferencia que podrá utilizar para explicar los contenidos teóricos, resolver dudas que se planteen durante la sesión, ofrecer retroalimentación sobre las actividades de evaluación continua o realizar sesiones de tutoría de carácter grupal.

#### MÉTODO DIALÉCTICO:

Se caracteriza por la participación de los alumnos en las actividades de evaluación continua de debate y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica (seminarios, grupos de trabajo, etc.). Utilizando este método el alumno adquiere conocimiento mediante la confrontación de opiniones y puntos de vista. El papel del profesor consiste en proponer a través de Open Campus temas referidos a la materia objeto de estudio que son sometidos a debate para, posteriormente, evaluar el grado de comprensión que han alcanzado los alumnos.

#### MÉTODO HEURÍSTICO:

Este método puede desarrollarse de forma individual o en grupo a través de las actividades de evaluación continua (entregas de trabajos, resolución de ejercicios, presentaciones, etc.). El objetivo es que el alumno asuma un papel activo en el proceso de aprendizaje adquiriendo los conocimientos mediante la experimentación y la resolución de problemas.

#### CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Las actividades formativas que se realizan en la asignatura son las siguientes:

**Clases teóricas:** Actividad dirigida por el profesor que se desarrollará de forma sincrónica en grupo. Para la realización de esta actividad en Open Campus, la UEMC dispone de herramientas de Webconference que permiten una comunicación unidireccional en las que el docente puede desarrollar sesiones en tiempo real con posibilidad de ser grabadas para ser emitidas en diferido.

**Actividades prácticas:** Actividades supervisadas por el profesor que se desarrollarán fundamentalmente de forma asíncrona, y de forma individual o en grupo:

- Actividades de debate. Se trata de actividades en las que se genera conocimiento mediante la participación de los estudiantes en discusiones alrededor de temas de interés en las distintas asignaturas.
- Entregas de trabajos individuales o en grupos a partir de un enunciado o unas pautas de trabajo que establecerá el profesor.
- Resolución de ejercicios y problemas que el alumno debe realizar a través de Open Campus en un periodo de tiempo determinado. Esta actividad puede ser en formato test de evaluación.

**Tutorías:** Las tutorías podrán tener un carácter sincrónico o asíncrono y podrán desarrollarse de manera individual o en grupos reducidos.

Están previstas dos sesiones de tutoría por videoconferencia, una al inicio y otra al final del semestre. En la primera se presentará la asignatura y la guía docente y en la segunda, en las semanas previas a la evaluación final, se dedicará a la resolución de dudas de los estudiantes.

Además, el docente utiliza el Tablón, el Foro y el Sistema de correo interno de Open Campus para atender las necesidades y dudas académicas de los estudiantes.

#### SESIONES EN TIEMPO REAL :

Título	
TU1	Presentación asignatura y Guía docente
CM1	Innovación en el estudio de la comunicación, fuentes secundarias y referencias bibliográficas.
CM2	Herramientas y software específico para la recogida de información cualitativa



Título
CM3 Herramientas y análisis en investigación cualitativa
CM4 Herramientas para el diseño de la muestra y herramientas y software específico para el muestreo cuantitativo
CM5 Herramientas para el análisis cuantitativo. La formación en estrategias de investigación aplicada
CM6 Análisis estadístico en investigación
TU2 Resolución de dudas antes de la evaluación

#### EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

Evaluación continua	60%
Evaluación final	40%

#### ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluación continua (60 %)	1. Actividad 1 (Entrega individual)	25
	2. Actividad 2 (Entrega individual)	25
	3. Test de evaluación (Test de evaluación)	10
Evaluación final (40 %)	1. Prueba de evaluación final Online (Prueba de evaluación final)	40

#### CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

A lo largo de la planificación de la asignatura el alumno realizará **actividades de evaluación continua** que forman parte de la calificación de la asignatura con un peso del 60% sobre la nota final.

Para superar la evaluación continua, el alumno debe obtener una media de igual o superior a 5 entre todas las actividades. En el caso de no superar la evaluación continua, se guardan para la convocatoria extraordinaria las notas de aquellas actividades aprobadas, no pudiendo volver a presentarlas.

El sistema de evaluación de esta asignatura acentúa el desarrollo gradual de competencias y resultados de aprendizaje y, por tanto, se realizará una evaluación continua a través de las distintas actividades de evaluación propuestas. El resultado de la evaluación continua se calcula a partir de las notas obtenidas en cada actividad teniendo en cuenta el porcentaje de representatividad en cada caso.

Todas las actividades deberán entregarse en las fechas previstas para ello, teniendo en cuenta:

- Las actividades de evaluación continua (entrega de trabajos) se desarrollarán según se indica y, para ser evaluadas, los trabajos deberán ser entregados en la forma y fecha prevista y con la extensión máxima señalada. No se evaluarán trabajos entregados posteriormente a esta fecha o que no cumplan con los criterios establecidos por el profesor.
- La no entrega de una actividad de evaluación continua en forma y plazo se calificará con un 0 y así computarán en el cálculo de la nota de evaluación continua y final de la asignatura.
- Cualquier tipo de copia o plagio por mínimo que sea, supondrá una calificación de 0 en la actividad correspondiente.
- Las actividades de evaluación continua (tipo test) se desarrollarán con anterioridad a la realización de las

pruebas de evaluación parcial y final de la asignatura

Los alumnos accederán a través de OpenCampus a las calificaciones de las actividades de evaluación continua en un plazo no superior a 15 días lectivos desde su fecha de entrega, excepto causas de fuerza mayor en cuyo caso se informará al alumno a través del Tablón.

La evaluación continua se completará con una **evaluación final online**, que se realizará al finalizar el periodo lectivo de cada asignatura. Los exámenes serán eminentemente prácticas, de manera que, los alumnos podrán disponer de los apuntes y consultarlos, (solo en formato digital) durante la realización de la prueba.

Para resolver el examen, los alumnos deberán descargar el enunciado de la prueba y una vez cumplimentado, subirlo en el espacio correspondiente del campus virtual

La prueba **supondrá un 40%** de la calificación sobre la nota final de la asignatura.

- El alumno tendrá la posibilidad, siempre dentro de los tres días siguientes a la publicación de las notas, a renunciar a su calificación, y presentarse en la siguiente convocatoria
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma. **ÍA DOCENTE**
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se registrará por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud"

La nota final se corresponderá con la media aritmética del resultado obtenido en cada una de las partes. En caso de no superación, se guarda la parte aprobada para la convocatoria extraordinaria.

La **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final según los siguientes porcentajes, y debiendo tener aprobadas ambas partes, continua y final, para superar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de "No presentado", con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

De igual modo si el alumno no entrega ninguna actividad de evaluación continua, obtendrá la calificación de "No presentado", con independencia de que haya aprobado la prueba de evaluación final, en cuyo caso, se le guardaría su calificación para la convocatoria extraordinaria

#### EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Evaluación continua	60%
Evaluación final	40%

#### ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluación continua (60 %)	1. Actividad 1 (Entrega individual)	25
	2. Actividad 2 (Entrega individual)	25
	3. Test de evaluación (Test de evaluación)	10
Evaluación final (40 %)	1. Prueba de evaluación final Online (Prueba de evaluación final)	40

#### CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria, porque hayan suspendido la evaluación continua o la prueba de evaluación final, podrán presentarse a las pruebas establecidas por el profesor en la convocatoria extraordinaria.

Para la convocatoria extraordinaria se guardan las calificaciones de las actividades de evaluación continua y prueba de evaluación final, superadas por el estudiante (nota superior o igual a 5), no permitiéndose volver a realizarlas.

- En convocatoria extraordinaria, el alumno solo podrá entregar las actividades de evaluación continua no superadas, guardándose la calificación de las aprobadas.
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma.
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se regirá por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud".

En la convocatoria extraordinaria, la **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final, de la misma forma que en la convocatoria ordinaria.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, en la convocatoria extraordinaria es necesario superar tanto la evaluación continua como la evaluación final para aprobar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de "No presentado", con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

#### SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	25%
Pruebas de respuesta corta	30%
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	10%
Pruebas objetivas	10%
Trabajos y proyectos	25%