

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Métodos de investigación social
Titulación	Grado en Publicidad
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales y Comunicación
Curso	3º
ECTS	3 ECTS
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	2º semestre
Curso académico	2024/25
Docente coordinador	Belén García-Delgado Giménez

2. PRESENTACIÓN

La asignatura “Métodos de investigación social” es una asignatura de carácter obligatorio dentro de la planificación de las enseñanzas del Grado en Publicidad de la Universidad Europea de Madrid. En ella se estudian las características generales de la metodología de investigación científica, especialmente orientada a las ciencias sociales. Fases de una investigación (enfoque cuantitativo y, especialmente, enfoque cualitativo). Características de una publicación científica. Pautas de diseño del Proyecto Fin de Grado.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias transversales:

CT1 - Valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.

CT2 - Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas, así como para aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido

CT4 - Comunicación escrita / Comunicación oral: Capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos

CT5 - Análisis y resolución de problemas: Ser capaz de evaluar de forma crítica la información, descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes, reconocer patrones, y considerar otras alternativas, enfoques y perspectivas para encontrar soluciones óptimas y negociaciones eficientes

CT6 - Adaptación al cambio: Ser capaz de aceptar, valorar e integrar posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera, así como trabajar con efectividad en situaciones de ambigüedad

CT7 - Liderazgo: Ser capaz de orientar, motivar y guiar a otras personas, reconociendo sus capacidades y destrezas para gestionar eficazmente su desarrollo y los intereses comunes

CT9 - Mentalidad global: Ser capaz de mostrar interés y comprender otros estándares y culturas, reconocer las propias predisposiciones y trabajar con efectividad en una comunidad global.

Competencias específicas:

CE02 - Capacidad para reconocer las diferentes teorías y corrientes de la comunicación social y los referentes históricos de la comunicación publicitaria.

CE03 - Conocimiento de cada una de las esferas de inter e intra actuación en el ecosistema estructural de la publicidad.

CE19 - Capacidad para desarrollar un espíritu crítico para analizar los desequilibrios en la sociedad global y la evolución de los nuevos entornos de activismo social, participación política y fortalecimiento de la democracia y el pensamiento libre.

Resultados de aprendizaje:

RA1: El alumno generará las destrezas y conocimientos necesarios para poner en práctica las técnicas fundamentales de la investigación social, especialmente orientadas a la elaboración del Trabajo Fin de Grado.

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB4, CT4, CE19	RA1

4. CONTENIDOS

- Características generales de la metodología de investigación científica, especialmente orientada a las ciencias sociales.
- Fases de una investigación (enfoque cuantitativo y, especialmente, enfoque cualitativo).
- Características de una publicación científica.
- Pautas de diseño del Trabajo Fin de Grado.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

MODALIDAD PRESENCIAL

- Clase magistral/ web conference
- Aprendizaje basado en proyectos

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	13
Lecciones magistrales asíncronas	7
Elaboración de informes y escritos	20
Tutorías grupales	5
Trabajo autónomo	10
Investigaciones (científicas/de casos) y Proyectos	20
TOTAL	75

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	40.0
Informes y escritos	30.0
Proyecto/ TFG	30.0

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Elección del tema de investigación	Semana 4
Actividad 2. Estado de la cuestión	Semana 8
Actividad 3. Diseño de la metodología y Aplicación de las técnicas metodológicas estudiadas al tema objeto de estudio	Semana 12
Actividad 4. Prueba final	Semana 18

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

- Alvira Martín, F., García Ferrando, M., & Ibáñez, J. (2000). *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación* (3a ed. rev.). Alianza Editorial.
- Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en Investigación Cualitativa*. Ediciones Morata.
- Baelo Álvarez, M. (2018). *Guía práctica para redactar y exponer trabajos académicos : TFG, TFM y tesis doctoral*. Tirant Humanidades
- Banks, M. (2010). *Los datos visuales en investigación cualitativa*. Ediciones Morata.
- Bell, J., & Filella Escolà, R. (2014). *Cómo hacer tu primer trabajo de investigación: guía para investigadores en educación y ciencias sociales* (Segunda edición: abril 2005). Gedisa.
- Berganza Conde, M. R., Ruiz San Román, J. A., & García Galera, M. del C. (Eds.). (2005). *Investigar en comunicación : guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. McGraw-Hill.
- Berger, A. A. (2000). *Media and Communication research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. Sage Publications.
- Blanco, C. (2011). *Encuestas y estadísticas: métodos de investigación cuantitativa en ciencias sociales y comunicación*. Brujas.
- Callejo Gallego, J. (2001). *El grupo de discusión : introducción a una práctica de investigación*. Ariel.
- Cleophas, T. J., & Zwinderman, A. H. (2016). *SPSS for Starters and 2nd Levelers* (2nd ed.). Springer International Publishing.
- Corbetta, P., Fraile Maldonado, M., Díez Ugarte, M., Fraile Maldonado, C., & Díez Ugarte, S. (2010). *Metodología y técnicas de investigación social* (Ed. rev.). McGraw-Hill.
- Delgado, J. M., & Gutiérrez Fernández, J. A. (1999). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Síntesis.
- Della Porta, D., Keating, M., & Vázquez Ramil, R. (Eds.). (2013). *Enfoques y metodologías de las ciencias sociales : una perspectiva pluralista*. Akal.
- Díaz de la Rada, V. (2011). Encuestas con encuestador y autoadministradas por internet. ¿Proporcionan resultados comparables? *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* (REIS), 1(136), 49–90. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.136.49>
- ECO, U. (1992). *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*.

(11ª ed.) Barcelona: Gedisa.

Fidias G., A. (2006). *Mitos y errores en la elaboración de TESIS Y PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN*. Episteme <https://universoabierto.org/2017/05/22/mitos-y-errores-en-la-elaboracion-de-tesis-y-proyectos-de-investigacion/>

Fidias G., A. (1999). *El Proyecto de Investigación: Guía para su elaboración*. Episteme.

Field, A. P. (2012). *Discovering statistics using SPSS : (and sex and drugs and rock 'n' roll)* (3rd ed.). Sage.

Flick, U., Blanco, C., & Amo, T. del. (2014). *El diseño de la investigación cualitativa*. Ediciones Morata.

Gaitán Moya, J. A. (2010). *Técnicas de investigación en comunicación social: elaboración y registro de datos* (J. L. Piñuel Raigada (Ed.)). Síntesis.

Gaviria Cuartas, C. A., Arias, W. L., & Huertas, P. A. (2014). El grupo de discusión: un método conversacional para comprender las audiencias de radio. *Revista Lasallista de Investigación*, 11(2), 89–98.

Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en Investigación Cualitativa*. Ediciones Morata.

González García, J.; León Mejía, A.; Peñalba Sotorrío, M. (2014) *Cómo escribir un Trabajo de Fin de Grado: Algunas experiencias y consejos prácticos*. Síntesis.

Griffith, A. (2010). *SPSS For Dummies*: Vol. 2nd ed.

Jensen, K. B., Jankowski, N. W. (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Routledge.

Keating, M., Vázquez Ramil, R., & Della Porta, D. (2013). *Enfoques y metodologías de las ciencias sociales: una perspectiva pluralista*. Akal.

King, G., Verba, S., Cuéllar Menezo, J., & Keohane, R. O. (2018). *El diseño de la investigación social : la inferencia científica en los estudios cualitativos* (Primera edición, quinta reimpresión). Alianza Editorial.

Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Ediciones Morata.

Llopis Goig, R. (2004). *El grupo de discusión : manual de aplicación a la investigación social, comercial y comunicativa*. ESIC.

Murilo Kuschick. (2006). Encuestas de opinión, imagen y cambio de actitud. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 48(196), 143–157.

Murillo Torrecilla, F. J., & Martínez-Garrido, C. (2012). *Análisis de datos cuantitativos con SPSS en investigación socioeducativa*. Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid.

Pérez Jover, V. (2021). Grupos de discusión y grupos focales. *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario*.

Porter Aguilar, R. (2022). Encuestas de opinión electoral. Falacias, sesgos cognitivos y problemas para la democracia: Electoral opinion polls: fallacies, cognitive bias and problems for democracy. *Revista de Derecho Electoral*, 33, 6.

Rao, K. S., & Narendra, N. P. (2019). *Source Modeling Techniques for Quality Enhancement in Statistical Parametric Speech Synthesis*. Imprint: Springer.

Rapley, T., Amo, T. del, & Blanco, C. (2014). *Los análisis de la conversación, del discurso y de documentos de investigación cualitativa*. Morata.

- Rodríguez Menéndez, M. (2016). Problemas frecuentes en la redacción de artículos científicos: Review of the most frequent problems when writing a scientific article. *EduSol*, 16(57), 137–147.
- Sahu, P. K. (2013). *Research Methodology: A Guide for Researchers In Agricultural Science, Social Science and Other Related Fields*. Springer.
- Sánchez Carrión, J. J. (2012). La encuesta, herramienta cognitiva. *Papers*, 97(1). <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v97n1.334>
- Serrano Guzmán, M. F.; Pérez Ruiz, D. D.; Solarte Vanegas, N. C. & Torrado Gómez, L. M. (2018). La redacción científica como herramienta para cualificación del estudiante de pregrado. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 29(56 may-oct).
- Sierra Bravo, R. (1994). *Tesis doctorales y trabajos de Investigación científica*. (3ª ed. Rev. y ampl.) Paraninfo.
- Suárez Ortega, M. (2005). *El grupo de discusión : una herramienta para la investigación cualitativa* (1a ed.). Laertes.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1996). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados* (1a ed., 3a reimp). Paidós.
- Thakkar, J. J. (2020). *Structural Equation Modelling : Application for Research and Practice* (with AMOS and R) (First edition 2020.). Springer Singapore.
- Valles Martínez, M. S. (2009). *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional* (1a ed., 4a reimp.). Síntesis.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa* (Primera edición). Gedisa.
- Wimmer, R. D., Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos*. Bosch Casa Editorial.
- De Zárraga, J. L. (2009). Por qué, qué y para qué investigamos: la trastienda de la investigación social. Por qué, qué y para qué investigamos: la trastienda de la investigación social. *Política y Sociedad*, 46(3), 37–75.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.

3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.

4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:
orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza- aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación. Muchas gracias por tu participación.