

PROGRAMA DE MATERIA

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN				
CENTRO ACADÉMICO:	CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	COMUNICACIÓN				
PROGRAMA EDUCATIVO:	LIC. EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA ESTRATÉGICA				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	6	CLAVE DE LA MATERIA:	552335
ÁREA ACADÉMICA:	Semiótica, teorías y metodologías de la comunicación		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Enero-Junio	
HORAS SEMANA T/P:	2HT / 4HP		CRÉDITOS:	8	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Presencial		NATURALEZA DE LA MATERIA:	Obligatoria	
ELABORADO POR:	Dr. Salvador De León Vázquez				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Semiótica, teorías y metodologías de la comunicación		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Enero, 2024	

DESCRIPCIÓN GENERAL

Curso teórico-práctico que propone revisar las posibilidades y limitaciones de los principales diseños metodológicos de la investigación aplicada a las prácticas de comunicación. Se abordará la problematización de un objeto de estudio, las estrategias de indagación, técnicas de recopilación y el análisis de datos para que las y los estudiantes sean capaces de obtener resultados sobre la situación concreta de comunicación que estudia. La información recopilada a través de distintos instrumentos o consultada en diversas fuentes le permitirá identificar problemáticas de comunicación y elaborar diagnósticos sobre temáticas relacionadas a su campo profesional.

Esta materia se apoya principalmente de las asignaturas previas de Teoría de la Comunicación I y II, Uso e Interpretación de Datos Estadísticos e Informática para ciencias sociales, asimismo sus contenidos servirán de base para Habilidades comunicativas para la alta dirección, Dirección estratégica de la comunicación, Evaluación de impactos de la comunicación corporativa y Seminario de integración. A través de los contenidos y experiencias de aprendizaje de esta materia, se contribuye a los objetivos del Programa Institucional de Formación Humanista y su acreditación parcial.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, las y los estudiantes aplicarán técnicas e instrumentos de investigación para recopilar y analizar información que genere resultados con el fin de reconocer problemáticas específicas e integrar diagnósticos de comunicación que fundamenten la práctica profesional con calidad, ética y compromiso social.

PROGRAMA DE MATERIA

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: La Investigación		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al finalizar la unidad, las y los estudiantes comprenderán las etapas que componen el proceso de investigación y serán capaces de identificar y seleccionar literatura para estudios aplicados en comunicación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es la investigación? 2. Investigación básica y aplicada. 3. Ámbitos de desarrollo de la investigación aplicada <ol style="list-style-type: none"> a. Comercial/empresarial b. Político c. Social d. Cultural e. Otros cruces (salud, deportes, religión, ciudad, etc.) 4. Revisión de casos ejemplares. 5. Posiciones epistemológicas en el proceso de investigación. 6. Revisión de literatura especializada 7. Uso de gestor de referencias y sistema APA de citación. 8. Uso de herramientas de Inteligencia Artificial para la búsqueda y sistematización de la información 	Básicas y complementarias

UNIDAD TEMÁTICA II: El protocolo de investigación y fundamentos teórico-metodológicos		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término de la unidad, las y los estudiantes serán capaces de plantear un protocolo sencillo de investigación aplicada a los escenarios de la comunicación, a partir de fundamentos teórico-metodológicos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planteamiento de problema, preguntas y objetivos de investigación 2. Diseño de hipótesis o argumentación 3. Estado del arte o de la cuestión 4. Marco teórico y conceptual 5. Diseño de la metodología o trabajo de campo 6. Elaboración del protocolo de investigación 	Básicas y complementarias

UNIDAD TEMÁTICA III: Estrategia metodológica		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Cuando la unidad concluya, las y los estudiantes conocerán las principales técnicas de recolección de datos, y podrán aplicarlas a su proyecto de investigación aplicada.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Métodos cuantitativos, cualitativos y mixtos. 2. Técnicas de investigación. <ol style="list-style-type: none"> a. Cuantitativas (Encuestas de opinión, medición de audiencias, análisis de contenido, etc.) b. Cualitativas (Observación, entrevistas, grupos focales, grupos de discusión) c. Análisis de textos (del discurso, semiótico, argumentativo, iconográfico, etc.) 	Básicas y complementarias

PROGRAMA DE MATERIA

	d. Narrativas (historia oral, de vida, de familia, de trayectorias) e. Mixtos (Laboratorios vivos, análisis relacional 3. Elección de técnicas en función de las categorías analíticas.	
--	---	--

UNIDAD TEMÁTICA IV: Sistematización, resultados y divulgación.

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al concluir la unidad, las y los estudiantes habrán registrado, organizado y analizado los datos recabados en el trabajo de campo para comprender mejor y dar a conocer una problemática de comunicación.	1. Registro y codificación de la información 2. Sistematización de la información a) Uso de categorías b) Relaciones entre categorías 3. Análisis e interpretación de los datos 4. Recursos para presentar resultados: a) Uso de cuadros b) Uso de tablas c) Uso de gráficas 5. El reporte de investigación y elaboración de propuestas 6. La difusión de la investigación: el artículo académico, el artículo de divulgación, la ponencia, el cartel y la infografía.	Básicas y complementarias

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Al ser un curso teórico-práctico, se desarrollarán actividades de lectura para generar discusiones y aprendizajes teórico-conceptuales, al mismo tiempo que las y los estudiantes avanzarán en su propuesta de investigación aplicada, haciendo converger las etapas de desarrollo del trabajo con las lecturas detonadoras de discusión. Asimismo, se utilizarán recursos en diversas plataformas articulados con estrategias de aprendizaje.

Al final, las y los estudiantes entregarán un documento que contenga el informe de investigación aplicada en comunicación, en formato de ponencia para congreso.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía relacionada con la materia, documentos en línea, recursos audiovisuales en formatos digitales, publicaciones académicas y memorias de congresos, bases de datos electrónicas, nacionales e internacionales, además del aula virtual de la UAA.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Primera evaluación parcial	20%
Segunda evaluación parcial	20%
Entrega de reportes de lectura, ejercicios y prácticas	20%
Entrega de trabajo final	40%

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

1. Ander-Egg, E. (2003). *Repensando la investigación-acción participativa*. España: Lumen.
2. Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en investigación cualitativa*. Morata.
3. Banks, M. (2012). *Los datos visuales en investigación cualitativa*. Morata.

PROGRAMA DE MATERIA

4. Barbour, R. (2012). *Los grupos de discusión en investigación cualitativa*. Morata.
5. Filck, U. (2012). *El diseño de investigación cualitativa*. Morata.
6. García, M. del M., Martínez, V., & Riesco, M. A. (2017). *Mendeley. Guía de uso. Grupo de Trabajo de Gestores Bibliográficos*. Universidad de León.
7. Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en investigación cualitativa*. Morata.
8. González, A. (2003). Los paradigmas de investigación en las ciencias sociales. *Islas* 45(138), 125-135.
9. Guber, R. (2008). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Argentina: Paidós.
10. Hernández-Sampieri, R. et al (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
11. Kvale, S. (2012). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Morata.
12. Lindlof, T. y Taylor, B. (2002). Theoretical Traditions and Qualitative Communication Research (29 – 62), Design III: Getting Started (99 – 110) en *Qualitative Communication Research Methods*. USA: SAGE Publications.
13. Martí, J. (s/f). *La investigación-acción participativa. Estructura y fases*. Manuscrito digital.
14. Maldonado, A. E. & Castro, E. L. (2019). Investigación crítica de la comunicación en América Latina: diálogos con la vertiente Mattelart. CIESPAL. <https://ediciones.ciespal.org/index.php/ediciones/catalog/view/16/22/69-1>
15. Moreno, D. & Carrillo, J. (2020). *Normas APA 7ª. edición. Guía de citación y referenciación*. Universidad Central.
16. Núñez, G., Marquina, O. & León, L. (2017). *Guía de investigación en ciencias y artes de la comunicación*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
17. Orozco, G. & González, R. (2011). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Tintable.
18. Pink, S. et al (2019). *Etnografía digital. Principios y práctica*. Morata.
19. Rapley, T. (2012). *Los análisis de la conversación, del discurso y de documentos en investigación cualitativa*. Morata.
20. Ritchey, F.J. (2008). *Estadística para las ciencias sociales*. McGraw-Hill.
21. Stahlbrost, A. & Holst, M. (2012). *The living lab methodology handbook*. Suecia. Revisado en <https://bit.ly/33pwKOp> el 17 de enero de 2022.
22. Stockemer, D. (2019). *Quantitative methods for the social sciences*. Springer.
23. Tarrés, M.L. (2001). *Observar, escuchar y comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México: El Colegio de México, FLACSO.
24. Vargas, Z.R. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155-165. <https://bit.ly/3ld8Q6X>

COMPLEMENTARIAS:

1. UNAM (2023). *Recomendaciones para el uso de la inteligencia artificial generativa en la docencia*. UNAM. <https://cuaieed.unam.mx/descargas/recomendaciones-uso-iagen-docencia-unam-2023.pdf>
2. Raible, M. N. (2023). IA en investigación, ¿cómo aprovecharla?. ITESO. https://saber.iteso.mx/web/general/detalle?group_id=2652925

SITIOS, ASOCIACIONES DE INVESTIGADORES y REVISTAS:

Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC)
<http://www.amic.mx>

Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC)
<http://alaic.org>

International Association of Communication (ICA)
<https://www.icahdq.org>

International Association for Media and Communication Research (IAMCR)
<https://iamcr.org/>

Centro de Documentación CC-DOC ITESO

PROGRAMA DE MATERIA

<http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=about>

Sage Journal

<http://journals.sagepub.com>

Revista Comunicación y sociedad

<http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc>

Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe, España y Portugal (Redalyc)

<https://www.redalyc.org/>