



Fecha Aprobación:
04/03/2015

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFIA LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACION

ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL

Sílabo

1. Datos generales

Materia: METODOS DE INVESTIGACION I (CUALITATIVA)

Código: FLC0236

Créditos: 5

Nivel: 2

Paralelo: A2-CMS

Eje de formación: BÁSICO

Periodo lectivo: PERIODO MAR/2015 - JUL/2015

Total de horas: 80

Profesor: GONZALEZ CABRERA CATALINA DEL ROSARIO

Correo electrónico: cgonzalez@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

NO TIENE

2. Descripción y objetivos de la materia

Materia teórico práctica que contribuye al aprendizaje del estudiante en el saber, ser y hacer del comunicador en el área de la investigación. La materia le permite comprender la importancia de la exploración en las ciencias de la comunicación aplicada a sus teorías, a la comunicación social y masiva, a las comunicaciones integradas al marketing y a las organizaciones.

En esta materia se imparten los conocimientos básicos para identificar el tipo de investigación que se puede realizar de acuerdo a los planteamientos acordes a las problemáticas, a cómo plantear hipótesis y a reconocer la diferencia del uso de la metodología cualitativa y cuantitativa. En esta primera parte de las metodologías utilizadas en la investigación, se profundiza en las características de la investigación cualitativa y se dan a conocer las herramientas que se utilizan para alcanzar objetivos y satisfacer necesidades de información, también se cubre su aplicación en las investigaciones de mercado.

Se articula con el resto del curriculum en toda la línea transversal de la investigación, en la línea de las materias relacionadas a las comunicaciones integradas al marketing. Cabe recalcar que a lo largo de la carrera el estudiante realizará diversos trabajos prácticos, en donde necesitará reconocer la importancia y el proceso que encierra la metodología cualitativa dentro de cualquier investigación.

3. Contenidos

1. Introducción a la investigación en las ciencias de la comunicación

- 1.1. Investigación en la sociedad del conocimiento. (2 horas)
- 1.2. Epistemología. Concepto, clases y problemas que le competen. (4 horas)
- 1.3. Definición del alcance de la investigación. (4 horas)
- 1.4. Enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. Similitudes y diferencias. (8 horas)
- 1.5. Nacimiento de un proyecto de investigación. La idea. (4 horas)

2. El proceso de la investigación cualitativa

- 2.1. El inicio del proceso cualitativo: planteamiento del problema, revisión de la literatura, surgimiento de las hipótesis. Elaboración del diseño. (8 horas)
- 2.2. Muestreo en la investigación cualitativa (4 horas)

3. Recolección y análisis de los datos cualitativos.

- 3.1. Observación (utilidad para la Comunicación Social y para la comunicación integrada al Marketing) (6 horas)
- 3.2. Entrevistas (utilidad para la Comunicación Social y para la comunicación integrada al Marketing) (6 horas)
- 3.3. Grupos focales (utilidad para la Comunicación Social y para la comunicación integrada al Marketing) (6 horas)
- 3.4. Otras técnicas y herramientas utilizadas dentro del enfoque cualitativo. (6 horas)

4. Análisis de los datos cualitativos

- 4.1. Surgimiento de unidades de análisis (4 horas)
- 4.2. Descripción de categorías. (4 horas)
- 4.3. ¿Cuándo debemos dejar de recolectar y analizar datos? (4 horas)

5. El reporte de los resultados del proceso cualitativo.

- 5.1. Estructura del reporte cualitativo. (10 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

<i>Resultado de aprendizaje de la materia</i>	<i>Evidencias</i>
am. Aplica métodos de investigación cualitativa, infiriendo sus resultados.	
- Describe las diversas herramientas que se utilizan en la investigación cualitativa.	- Informes - Evaluación escrita
- Identifica la metodología apropiada de acuerdo al problema de investigación.	- Resolución de ejercicios, casos y otros - Evaluación escrita
- Integra en trabajos prácticos la base conceptual de la investigación cualitativa y su fundamentación para la aplicación de sus herramientas.	- Investigaciones - Evaluación escrita

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada
Evaluación escrita	Prueba para evidenciar conocimientos de los primeros temas.	Capítulo 1	APORTE I	3,00	15 abril
Resolución de ejercicios, casos y otros	Resolución de ejercicios para que aprendan a aplicar diferentes investigaciones y melodías	Capítulo 1	APORTE I	2,00	19 de abril
Evaluación escrita	Prueba de conocimientos	Capítulo 1 y 2	APORTE II	5,00	7 de mayo
Informes	Contiene la propuesta de investigación.	Capítulo 1 y 2	APORTE II	5,00	7 de mayo
Informes	Informe con cada técnica o recolección de información aplicada	Capítulo 1, 2, 3 y 4	APORTE III	15,00	25 de junio
Evaluación escrita	Evidencia la comprensión de los principales temas de la materia.	Capítulo 1 al 5	EXAMEN FINAL	10,00	6 de julio
Investigaciones	Entrega de reporte de investigación	Capítulo del 1 al 5	EXAMEN FINAL	10,00	29 de junio

Metodología

Se impartirán lecturas con teorías sobre la aplicación e importancia de la investigación en Comunicación. Se realizarán clases con presentación de cómo aplicar los alcances de los diversos tipos de investigación, y de los diversos enfoques metodológicos. Se explicará la importancia del uso de las herramientas para recolectar y procesar información, y cómo se usan en el área social, organizacional y aplicadas al marketing.

Se trabajará en grupos un tema para investigar, desde el inicio irán paso a paso dando forma a su investigación, para evidenciarla al final en la entrega de un artículo científico. (El enfoque será cualitativo).

Criterios de Evaluación

Las evaluaciones escritas y los trabajos prácticos deben ser realizados respetando el uso correcto de la ortografía, de las normas de redacción. Se califica también la ortografía (3 faltas, un punto menos), la concordancia gramatical (1 falta, tres puntos menos). La razón para el mayor valor asignado a la concordancia es porque una falta de este tipo destruye el mensaje y demuestra realmente un descuido y un desconocimiento desmesurados de la lengua materna. No debe existir plagio en ningún trabajo. Se aplicará el reglamento.

Los trabajos deben ser entregados el día que se solicitó o en la próxima clase pero con dos puntos menos.

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Bastardo Hahm, Carlos.(2009). Nariz de Elizabeth Montgomery. Ecuador: Advance Consultora. PDF Impreso, profesora.
- César Augusto Bernal.(2006). Metodología de la Investigación. México: PEARSON PRENTICE HALL. A través de la profesora.
- Hair, Joseph F. Jr., Robert P. Bush y David J. Ortinau.(2007). Investigación de mercados. México: McGraw-Hill. Profesora.
- Hernández sampieri Roberto, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio. César Augusto Bernal. (2010). Metodología de la Investigación. Colombia: Mc Graw Hill. A través de la profesora.
- Martínez, Pepe.(2008). Cualitativa-mente (Los secretos de la investigación cualitativa). España: ESIC. Profesora.

BIBLIOGRAFÍA APOYO

- Juan Jose Igártua Perosanz.(2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. España: Bosch, S.A.. Profesora.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Maguiña Flores, Raúl. Obtenido de e-libro: <http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?adv.x=1&p00=investigaci%C3%B3n+cualitativa&f00=>.
- De Andrea, Nidia Georgina. Obtenido de Redalyc: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=18415426004>.

Software

BIBLIOGRAFÍA

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **04/03/2015**

APROBADO