



UNIVERSIDAD FERMIN TORO
VICE RECTORADO ACADEMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
MAESTRIA EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

Nombre de la asignatura:				Código	Trimestre	U.C.	Pre - Requisito
METODOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN				MTI-294		3	
Tipo de Asignatura:	Nivelatoria	Obligatoria	Electiva	DENSIDAD HORARIA			
				H.T	H.P/H.L	H.A	THS/Trim
							8/48
Profesores especialistas:				Elaborado por:			
SOC.MSC.HENRY DIAZ				SOC.MSC.HENRY DIAZ			
Fecha de elaboración	Revisado por			AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO			
	UNIDAD CURRICULAR	DECANATO		(FIRMA Y SELLO)			
AGOSTO, 2004							
Fecha de última revisión							
DICIEMBRE, 2007							

FUNDAMENTACION

El programa de métodos y técnicas de investigación en la comunicación tiene como propósito evaluar los procesos de investigación en el área de las comunicaciones como fundamento en la elaboración de planes comunicacionales ajustados a las capacidades competitivas de las organizaciones en un entorno dinámico, inestable y cambiante ;por cuanto las estrategias de comunicación corporativa definen, fortalecen y mantienen la imagen y la respuesta ideal mediante el planeamiento estratégico y efectivo de su comunicación interna y externa. Las mejores acciones de comunicación son exitosas no por su espontaneidad sino por el cuidado invertido en los procesos de formulación, creación, planificación y evaluación que sobre estas acciones se tengan en la organización. En este sentido se enfoca en organizar las diversas variables involucradas en el proceso de investigación de la comunicación de manera que se lleven a cabo acciones que, organizadas en el tiempo, contribuyen al logro de los objetivos planteados organizacionalmente.

El programa está estructurado por cuatro unidades temáticas, las cuales ofrecen al participante los siguientes conocimientos:

- I Unidad: Investigación en las ciencias sociales.
- II Unidad: El proceso comunicacional en las organizaciones.
- III Unidad: Métodos y técnicas en la investigación.
- IV Unidad: Dimensiones sociales de la comunicación.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Proporcionar elementos teórico-técnicos a los participantes que les permita su inicio en el proceso de conocimiento científico, así como la aplicación de este en la investigación de la comunicación como factor esencial para la elaboración de los planes comunicacionales que aborden los componentes básicos del desarrollo y la comunicación en las organizaciones.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
INVESTIGACIÓN EN LAS CIENCIAS SOCIALES		ESTUDIAR LAS DIFERENTES MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN HUMANA Y DE LAS CIENCIAS, IDENTIFICANDO LOS DIFERENTES PARADIGMAS TEÓRICOS- METODOLOGICOS, CON LA FINALIDAD DE INTRODUCIR AL PARTICIPANTE EN LOS PROCESOS INVESTIGATIVOS.	
DURACION			
1SEMANA			
EVALUACION			
20 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Analizar los fundamentos teóricos que definen la investigación en las ciencias sociales. 2. Identificar los paradigmas teóricos en las ciencias sociales. 3. Analizar la relación de las nociones de causa y efecto en las ciencias sociales.	• Fundamentos de las ciencias sociales. • Paradigmas teóricos: concepto de paradigma, positivista, histórico dialéctico, humanista. • Determinado y ciencias sociales.	• Exposición. • Panel. • Talleres. • Foros.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Actividades grupales. • Talleres.			

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
EL PROCESO COMUNICACIONAL EN LAS ORGANIZACIONES		ANALIZAR LOS TIPOS ,DISEÑOS, CAMBIOS, NUEVOS ENFOQUES Y EL ABORDAJE DE LOS COMPONENTES BÁSICOS EN LO CONCEPTUAL DE LA COMUNICACIÓN Y COMO INFLUYE ESTA EN LOS PROCESOS DE DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES.	
DURACION			
1 SEMANA			
EVALUACION			
25 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Conocer los niveles de la comunicación organizacional, sus características y la importancia que ella tiene en el entorno. 2. Identificar los componentes básicos de la comunicación corporativa y como estos influyen el planeamiento estratégico y efectivo de la comunicación interna y externa organizacional.	• Organización, entorno y comunicación. • Componentes básicos de la comunicación corporativa: - Diagnostico. - Percepción comunicacional - Estrategia comunicacional - Comunicación interna - Comunicación externa - Imagen e identidad corporativa.	• Exposición. • Panel. • Talleres. • Foros.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Actividades grupales. • Talleres.			

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
MÉTODOS Y TÉCNICAS EN LA INVESTIGACIÓN		- DESCRIBIR LAS ETAPAS DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN, VINCULÁNDOLO AL DESARROLLO INVESTIGATIVO DE LA COMUNICACIÓN. - DOTAR A LOS PARTICIPANTES DE LAS HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN PROPIAS DE UN ESPECIALISTA EN COMUNICACIÓN.	
DURACION			
2 SEMANAS			
EVALUACION			
30 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Establecer los elementos básicos del proceso de investigación ,definiendo las características que lo identifican y describiendo las etapas del proceso. 2. Examinar los diferentes niveles y diseños que sirven de apoyo al proceso de investigación. 3. Identificar las diferentes fases y técnicas de investigación a desarrollar en la construcción del conocimiento. 4. Describir las diferentes aplicaciones de la investigación en la comunicación.	• Proceso de investigación : - Ciencia e investigación - Características de los métodos científicos - Etapas del proceso de investigación. • Niveles y diseños en la investigación. - Tipos de diseño - Niveles de estudio • Desarrollo del proceso de investigación. - Técnicas de recolección de datos - Análisis de los resultados - Difusión de los resultados • Investigación en la comunicación: - Tendencias - Comunicación corporativa - Medios impresos - Medios electrónico.	• Exposición. • Panel. • Talleres. • Foros.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Actividades grupales. • Resolución de problemas. • Taller.			

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
DIMENSIONES SOCIALES DE LA COMUNICACIÓN		ANALIZAR LAS DIFERENTES DIMENSIONES DE LA COMUNICACIÓN COMO INSTRUMENTO DE INTERVECION, CONSTRUCCIONAL SOCIAL Y COMO CIENCIA .	
DURACION			
2 SEMANAS			
EVALUACION			
25 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Estudiar la conformación de la comunicación como disciplina científica. 2. Analizar los diferentes enfoques o sistémicas de estudio de la comunicación.	• La comunicación como ciencia. • Diferentes sistemas de comunicación: - Los medios de comunicación masiva. - Comunicación intercultural. - Tecnologías de la comunicación.	• Exposición • Panel • Talleres	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Actividades grupales. • Talleres. • Exposiciones. • Trabajo final de curso.			

BIBLIOGRAFIA

- Babbie E. **Fundamentos de la Investigación Social**. Internacional Thomson Editores. México. 2.000.
- Bermúdez L. **Investigación y Metodologías de Investigación de las nuevas Ciencias Sociales . En paradigmas , métodos y postmodernidad**. Lanz y Hurtado (coordinadores) Fundaepisteme .Barinas . Venezuela .1.995.
- Fernández Collado, C. **La Comunicación Humana**. Segunda Edición Mc Graw Hill. México. 2.001.
- Hernández R . y Otros. **Metodología de la investigación** . Tercera Edición . Editorial Mc Graw Hill. México.2.003.
- Hurtado L. y Otros. **Paradigmas y Métodos de la investigación**. Edición Episteme. Consultores Asociados C.A. Valencia. Venezuela. 1.997.
- Méndez C. **Metodología . Diseño y desarrollo del proceso de investigación** . Tercera Edición . editorial Mc Graw Hill. Colombia .2.001.
- Sabino C. **El proceso de la Investigación . Una Introducción teórica–práctica**. Editorial Panapo de Venezuela . Venezuela2.002.
- Tamayo M. **El proceso de la investigación Científica**. Cuarta edición. Editorial Limusa. Noriega Editores. México. 2.001.
- Wimmer R. y Otros. **Introducción a la Investigación de Medios Masivos de Comunicación** . Sexta EDICIÓN. Internacional Thompsom Editores. México. 2000.