



UNIVERSIDAD FERMÍN TORO
VICE RECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA							
Nombre de la asignatura:		Código	Semestre	U.C.	Pre- Requisito		
INVESTIGACION COMUNICACIONAL		INC-733	VII	3	97 u.c. Aprobadas		
Tipo de Asignatura:	OBLIGATORIA	DENSIDAD HORARIA					
		Presencial			Semi presencial		THS/SEM
		H.T.	H.P/H.L	H.A	H.V	H.P	3/48
Escuela:	COMUNICACIÓN SOCIAL	3	0	0	29	19	
DATOS BÁSICOS DEPARTAMENTO/S RESPONSABLE/S				ELABORADO POR:			
DEPARTAMENTO/S:		INVESTIGACIÓN			Prof. Luz Delia Reyes Prof. Elsa Ramírez Depablos		
DATOS BÁSICOS DE LA AUTORIZACIÓN							
FECHA DE VIGENCIA	REVISADO POR DECANATO		AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO				
MARZO , 2017	(FIRMA Y SELLO)		(FIRMA Y SELLO)				

FUNDAMENTACIÓN

En Venezuela funcionan actualmente dieciocho escuelas de Comunicación Social, distribuidas en todo el territorio nacional, entre públicas y privadas, pero únicamente tres de estas, cuentan con sus propios centros de investigación.

Frente a este escenario, surge la necesidad de formar recursos en el área de la Investigación Comunicacional para que se conviertan en agentes multiplicadores de la investigación y promotores del surgimiento y creación de centros de investigación en otras casas de estudio.

La asignatura Investigación Comunicacional, se orienta a la formación de nuevos investigadores, a través del aporte de conocimientos en la fase inicial donde ocurre la motivación y el despertar del sentido de la experimentación, proyectándolo más allá del Trabajo de Grado, sin excluir el perfil ético del investigador.

Para la estructuración del programa, las especialistas se basaron en la consulta a fuentes bibliográficas y electrónicas, como también en su propia experiencia en el campo comunicacional y su actividad como docentes, tutoras y jurados de esta institución.

El programa, constituido por cuatro (4) unidades, focalizadas hacia el aporte de conceptos, comprensión de la relación existente entre investigación y realidad comunicacional e identificación de modelos y enfoques aplicables a los medios de comunicación, quedó conformado de la siguiente manera:

I. UNIDAD: La producción de conocimientos en el área de las Ciencias de la Comunicación.

II. UNIDAD: La investigación en Comunicación Social

III. UNIDAD: Metodología de la investigación en la Comunicación Social

IV. UNIDAD: Aplicación práctica de los modelos de investigación cuantitativa y cualitativa de la UFT

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Estudiar los paradigmas, enfoques, métodos y técnicas de investigación, y su aplicación a la solución de problemáticas y explicación de situaciones vinculadas con la comunicación social dentro del contexto y la dinámica actual de Venezuela y el mundo.

UNIDAD I	OBJETIVO TERMINAL	
PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTOS EN EL ÁREA DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	IDENTIFICAR LAS FORMAS DEL CONOCIMIENTO RACIONAL: CONCEPTO, JUICIO Y RAZONAMIENTO. CONOCER LAS CARACTERISTICAS DE LA COMUNICACIÓN COMO CIENCIA SOCIAL INTERDISCIPLINAR Y SUS POSIBILIDADES DE ABORDAJE A TRAVÉS DEL MÉTODO CIENTÍFICO.	
DURACION		
4 SEMANAS		
EVALUACION		
15 %		
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION
1. Conocer los conceptos básicos relacionados con la investigación, ciencia, conocimiento en la investigación comunicacional. 2. Reconocer la importancia del hecho comunicacional como objeto de estudio de las ciencias sociales de la comunicación social. 3. Comprender los Paradigmas de la investigación científica: positivista, constructivista y sociocrítico y su aplicación en el abordaje de las problemáticas y situaciones comunicacionales de la actualidad.	• Conceptos básicos: Investigación, ciencia y conocimiento. Teoría, método y técnica en la investigación comunicativa. • Identificación del hecho comunicacional como objeto de estudio de las ciencias de la comunicación social. • Las formas de conocer • Definición de los enfoques metodológicos cuantitativo y cualitativo: positivista, de consenso o sociológico y el constructivismo, en el estudio de la comunicación • Interdisciplinariedad en la Investigación comunicacional.	Presencial • Orientación bibliográfica • Análisis de lectura. • Foros-ensayos. Semipresencial • Interacción en el aula virtual • Exposiciones modalidad video. • Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	
• Glosario. • Ensayo. • Exposiciones.	• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL		ANALIZAR EL PAPEL DEL COMUNICADOR SOCIAL COMO INVESTIGADOR, SUS CAMPOS DE ESTUDIO Y MÉTODOS.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
15 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS		CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION
1. Describir los lineamientos del proceso de la investigación en el área de la Comunicación en la Universidad Fermín Toro.		- Modelos, Polos, Líneas y Ejes. - Normas UFT para la presentación del Informe. - El periodista como investigador. - Relevancia teórica, metodológica y práctica del tema. - Viabilidad del tema. - La idea inicial - Dimensiones del tema - Delimitación e Interconexiones - La ética en la investigación.	Presencial - Revisión bibliográfica. - Análisis de lectura. - Estudio de casos.
2. Evaluar el rol del comunicador social como investigador			Semipresencial - Interacción en el aula virtual - Exposiciones modalidad video. - Materiales didácticos multimedia
3. Identificar los posibles enfoques de cada una de las áreas que comprende la Comunicación Social: periodismo, publicidad, relaciones públicas y comunicación organizacional y corporativa y la aplicación de los esquemas de investigación propuestos por la UFT.			
4. Identificar los posibles temas de Comunicación Social en los medios de comunicación: públicos, privados y comunitarios y la aplicación de los esquemas de investigación propuestos por la UFT.			
5. Reconocer la importancia de la ética en la investigación.			
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
- Taller de aplicación de las Normas UFT. - Revisión de Trabajos de grado. Prueba larga escrita. - Informe crítico		- Cuestionario en línea - Foros de discusión en línea. - Subida de archivos en el aula virtual - Examen Presencial - Wiki - Videos - Skype - Blogs	

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN EN LA COMUNICACIÓN SOCIAL		AMPLIAR EL CONOCIMIENTO DE LAS FORMAS DE CONOCER EN LA COMUNICACIÓN SOCIAL: ENFOQUES CUANTITATIVO Y CUALITATIVO.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
30 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Estudiar el modelo de investigación cuantitativa de la UFT y su aplicación en problemáticas de la comunicación social.	- El enfoque cuantitativo y su aplicación en problemáticas de la Comunicación Social. - Estructura de la investigación con enfoque cuantitativo: - El problema de investigación - Relación de las variables en el título de la investigación cuantitativa - La formulación del problema de investigación - Los objetivos - La justificación - Alcances y Limitaciones	Presencial - Revisión bibliográfica. - Análisis de lectura. - Estudio de casos. Semipresencial - Interacción en el aula virtual - Exposiciones modalidad video. - Materiales didácticos multimedia	
2. Estudiar el modelo de investigación cualitativa de la UFT y su aplicación en situaciones de la comunicación social.	- El enfoque cualitativo y su aplicación en situaciones de la Comunicación Social. - La situación contextual. - Propósito de la Investigación - Justificación - Orientación Epistemológica		
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
- Analizar el desarrollo de Trabajos de grado cuantitativo y cualitativo. - Trabajo preliminar sobre estructuración de un proyecto de investigación.		- Cuestionario en línea - Foros de discusión en línea. - Subida de archivos en el aula virtual - Examen Presencial - Wiki - Videos - Skype - Blogs	

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
APLICACIÓN PRÁCTICA DE LOS MODELOS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA DE LA UFT		APLICAR LA METODOLOGÍA EN EL DESARROLLO DE INVESTIGACIONES DE DIVERSO ENFOQUE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL: IMPRESOS, AUDIOVISUALES Y ELECTRÓNICOS Y EN LAS ÀREAS DE PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
40 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Explicar los tipos de investigación que pueden desarrollarse en medios impresos.	Tipos de investigación en los medios impresos (periódicos, revistas y semanarios)	Presencial - Revisión bibliográfica. - Foros-Discusiones en clase. - Análisis de trabajos de investigación. - Trabajo de investigación comunicacional.	
2. Explicar los tipos de investigación que pueden desarrollarse en medios audiovisuales.	Tipos de investigación en los medios audiovisuales (radio, televisión y cine)	Semipresencial - Interacción en el aula virtual. - Exposiciones modalidad video. - Materiales didácticos multimedia.	
3. Explicar los tipos de investigación que pueden desarrollarse en medios electrónicos.	Tipos de investigación en los medios electrónicos (periódicos, emisoras, canales y marketing digital)		
4. Explicar los tipos de investigación que pueden desarrollarse sobre publicidad, relaciones públicas y comunicación organizacional.	Tipos de investigación en el área de la gestión empresarial y la comunicación comercial.		
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
- Trabajo de investigación. - Exposiciones		- Cuestionario en línea - Foros de discusión en línea. - Subida de archivos en el aula virtual - Examen Presencial - Wiki - Videos - Skype - Blogs	

BIBLIOGRAFIA

- Arias, F. (2006). El proyecto de investigación. Caracas, Venezuela. Editorial: Episteme Balestrini, M. (2002) Cómo se Elabora el Proyecto de la Investigación. Caracas, Venezuela. Editorial: Panapo, sexta Edición.
- Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación. México. Editorial Pearson.
- Bunge, M. La Ciencia, su método y su filosofía. Ediciones Siglo Veinte. Buenos Aires. 1987.
- Calello, W. y New Jans S. La Investigación en las Ciencias Humanas. Editorial Troykos. Caracas. 1985.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista, L. (2003). Metodología de la investigación (3era Ed.) México.
- Hochaman, E. y Montero, E. (1975) Notas sobre la Investigación Documental. Publicaciones de la U.C.V. Caracas.
- Hurtado, I. y Toro, J. (2008). Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio. Caracas, Venezuela. Editorial: Episteme.
- Pallella, S. y Martíns, F. (2006). Metodología de la investigación cuantitativa. Caracas, Venezuela. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Ramírez, T. (1995). Cómo hacer un proyecto de investigación. Caracas, Venezuela Sabino, C. (2002) El proceso de investigación. Argentina, Buenos Aires. Editorial: Panamericana.
- Universidad Fermín Toro. (1995) Normas para la Presentación del Trabajo de Grado. Vicerrectorado Académico Mimeografiado. Cabudare.
- Tamayo y Tamayo, M. (1997) El proceso de la investigación científica. México. Editorial: Limusa