



INVESTIGACIÓN COMUNICACIONAL

Especialista en contenido:	PROF. MARÍA CRESPI PROF. ROSA VERÓNICA GODOY		AUTORIZADO POR: VICE-RECTORADO ACADÉMICO
Fecha de elaboración:	SEPTIEMBRE, 2005		
Elaborado por:	Unidad curricular	decanato	

FUNDAMENTACION

El programa está constituido por cuatro unidades que están focalizadas hacia la producción de conocimientos, análisis de técnicas y métodos que aplicables en el proceso de investigación en los medios de comunicación. Está conformado de la siguiente manera:

- | | |
|-----|--|
| I | UNIDAD: La Producción de Conocimientos en las Ciencias de la Comunicación. |
| II | UNIDAD: Métodos de Investigación en la Comunicación Social. |
| III | UNIDAD: La Investigación Periodística. |
| IV | UNIDAD: La Investigación en Publicidad y RRPP. |

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Estudiar los enfoques, los métodos y técnicas de investigación, así como los efectos sociales, psicológicos y físicos que generan los contenidos que transmiten los medios de comunicación social en la sociedad contemporánea.

UNIDAD I	OBJETIVO TERMINAL
----------	-------------------

LA PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTOS EN LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.		ANALIZAR LOS CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA INVESTIGACIÓN COMUNICATIVA. OFRECER A LOS ESTUDIANTES CONOCIMIENTOS SOBRE LOS ENFOQUE METODOLÓGICOS Y LA INTERDISCIPLINARIEDAD EN LA INVESTIGACIÓN COMUNICATIVA.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
15 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Conocer los conceptos básicos relacionados con la investigación, ciencia, conocimiento y técnicas en la investigación comunicativa. 2. Reconocer la importancia del hecho comunicacional como objeto de estudio de las ciencias sociales de la comunicación social. 3. Comprender los enfoques metodológicos positivistas de consenso o sociológico y el constructivismo, en el estudio de la comunicación y la interdisciplinariedad en la Investigación Comunicativa.	• Conceptos básicos: Investigación, ciencia y conocimiento. Teoría, método y técnica en la investigación comunicativa. • El hecho comunicacional como objeto de estudio de las ciencias de la comunicación social. • Ética del investigador. • Los enfoques metodológicos positivista, de consenso o sociológico y el constructivismo, en el estudio de la comunicación interdisciplinariedad en la investigación comunicativa.	PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL
		• Revisión bibliográfica. • Análisis de lectura. Foros-ensayos.	•Interacción en el aula virtual •Exposiciones modalidad video. •Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACION			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
• Análisis y discusión de lecturas en equipos. Preparación de foros guiados con los estudiantes		• 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 PERIODISTICA		ANALIZAR EL PAPEL DEL PERIODISTA COMO INVESTIGADOR Y LOS CAMPOS DE ESTUDIO Y MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA.	
DURACION			
2 SEMANAS			
EVALUACION			
15 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Evaluar la importancia del se periodista como investigador. ética 2. Comprender los campos en que diversifica el objeto de estudio de en la investigación periodística. 3. Analizar la significación de la en la investigación. 4. Identificar los métodos investigación periodística.	• El periodista como investigador. • Campos en que se diversifica el objeto de estudio de la investigación periodística. • La ética en la investigación. • Métodos de investigación periodística: Análisis morfológico, análisis semántico, análisis pragmático del discurso.	PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL
		• Revisión bibliográfica. • Análisis de lectura. Estudio de casos.	•Interacción en el aula virtual •Exposiciones modalidad video. •Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
• Análisis y discusión de lecturas en equipos. Preparación de foros guiados con los estudiantes.		• 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	

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN LA COMUNICACIÓN SOCIAL		PROFUNDIZAR EN EL ESTUDIO DE LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVOS EN LA INVESTIGACIÓN COMUNICATIVA Y ANALIZAR LA CONCEPTUALIZACIÓN MORFOLÓGICA DEL MENSAJE.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
20 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Estudiar los métodos de investigación cualitativa y cuantitativa y su relación con la comunicación social.	- La investigación cualitativa en la comunicación social. - Observación participante. - Selección de informantes. - Entrevista de profundidad. - Diario de campo. - Historia de vida. - Grupos de discusión. - Grupos de enfoques. - Recopilación y análisis de la fuente oral. - Métodos cuantitativos en la investigación comunicacional. - Universo y marco muestral. - Técnicas e instrumentos para la recopilación de información. - Validez y confiabilidad de los instrumentos de medición. - Análisis de datos e interpretación de resultados. - Estudio del mensaje. - Conceptualización metodológica del mensaje. - Operacionalización de la semiótica, lingüística, pragmática (Teoría de los signos) Codificación y Decodificación).	PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL
		- Revisión bibliográfica. - Asesorías grupales - Estudio de casos.	- Interacción en el aula virtual - Exposiciones modalidad video. - Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
Analizar y efectuar investigaciones aplicando los métodos cualitativos y cuantitativos.		- 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	

APLICACIONES DE LA INVESTIGACIÓN		APLICAR CONOCIMIENTOS TEÓRICO EN LOS PROCESOS DE INVESTIGACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL (IMPRESOS – ELECTRÓNICOS – PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y LA INTERNET).		
DURACION				
4 SEMANAS				
EVALUACION				
40 %				
OBJETIVOS ESPECIFICOS		CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Analizar los tipos de investigación en los medios impresos. 2. Investigar sobre los índices de audiencia en los medios electrónicos. 3. Conocer las técnicas sobre la evaluación de campañas publicitarias y los tipos de investigaciones en las relaciones públicas. 5. Evaluar la importancia de la investigación en la internet.		• Investigación en los medios impresos. • Investigación en los medios electrónicos. • Investigación en la publicidad y relaciones públicas. • Investigación a través del internet.	PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL
			• Revisión bibliográfica. • Foros-Discusiones en clases. • Análisis de trabajos de investigaciones. Trabajo de investigación periodística.	•Interacción en el aula virtual •Exposiciones modalidad video. •Materiales didácticos multimedia
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

- Álvarez A. **Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencia y Tecnología.** Tipografía Horizonte. Barquisimeto.1990.
- Arias G. **Introducción a las Técnicas de Investigación en Ciencias de la Administración y del Comportamiento.** Editorial Trillas. México. (s/f).
- Astivera A. **Metodología de la Investigación.** Editorial Kapelusz. Buenos Aires. 1973.
- Bravo L. y Otros. **La Investigación Documental y Bibliográfica.** Editorial Parrapo. Caracas. 1987.
- Bunge M. **La Ciencia, su Método y su Filosofía.** Ediciones Siglo Veinte. Buenos Aires. 1987.
- Busot A. **Investigación Educacional.** Editorial Ediluz. Maracaibo. 1988.
- Calello W. y New Jans S. **La Investigación en las Ciencias Humanas.** Editorial Troykos. Caracas. 1985.
- Hochaman E. y Montero E. **Notas sobre la Investigación Documental.** Publicaciones de la U.C.V. Caracas. 1975.
- Universidad Fermín Toro. **Normas para la Presentación del Trabajo de Grado.** Vicerrectorado Académico Mimeografiado. Cabudare. 1995.
- Winner R. y Joseph Dominick. **Introducción a Investigación de Medios Masivos de Comunicación.** Internacional Thomson Editores Sexta Edición. 2000.