



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos

Materia: METODOS DE INVESTIGACION I (CUALITATIVA)
Código: FLC0236
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2018 a Julio-2018
Profesor: AVILA NIETO CAROLINE
Correo electrónico: cavila@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:
 Ninguno

Nivel: 2

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
5				5

2. Descripción y objetivos de la materia

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.

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.

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. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. 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)

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

am. Aplica métodos de investigación cualitativa, infiriendo sus resultados.

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
-Describe las diversas herramientas que se utilizan en la investigación cualitativa.	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Proyectos
-Identifica la metodología apropiada de acuerdo al problema de investigación.	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Proyectos
-Integra en trabajos prácticos la base conceptual de la investigación cualitativa y su fundamentación para la aplicación de sus herramientas.	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Proyectos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Control de lectura	Introducción a la investigación en las ciencias de la comunicación	APORTE 1	5	Semana: 5 (09/04/18 al 14/04/18)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	El proceso de la investigación cualitativa	APORTE 2	10	Semana: 10 (14/05/18 al 19/05/18)
Proyectos	Proyecto práctico	Análisis de los datos cualitativos, Recolección y análisis de los datos cualitativos.	APORTE 3	15	Semana: 15 (18/06/18 al 23/06/18)
Evaluación escrita	Presentación de trabajo y examen final	Análisis de los datos cualitativos, El reporte de los resultados del proceso cualitativo.	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (01-07-2018 al 14-07-2018)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	El reporte de los resultados del proceso cualitativo.	SUPLETORIO	20	Semana: 19 (al)

Metodología

La clase combina la exposición de la profesora, las lecturas y los trabajos prácticos. Se utiliza con frecuencia el aula virtual.

Criterios de Evaluación

El control de lectura se evalúa a partir de los criterios de los estudiantes y sus habilidades para poner en práctica los conocimientos incorporados.

El examen se realiza como reactivos y se hacen preguntas con escenarios prácticos para que los estudiantes escojan las respuestas. No se evalúa la memoria sino la capacidad de resolver los planteamientos con los principios entendidos en la materia.

El trabajo final tiene una evaluación permanente a modo de seguimiento a los avances. Se evaluará el trabajo en equipo, la organización y cumplimiento a tiempo de los avances. El resultado final deberá manifestar el trabajo de todos sus integrantes y la complejidad desarrollada. Las rúbricas correspondientes están en el aula virtual.

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Hair, Joseph F. Jr., Robert P. Bush y David J. Ortinau	McGraw-Hill	Investigación de mercados	2007	
Martínez, Pepe	ESIC	Cualitativa-mente (Los secretos de la investigación cualitativa)	2008	9788473565622
César Augusto Bernal	PEARSON PRENTICE HALL	Metodología de la Investigación	2006	
Bastardo Hahm, Carlos	Advance Consultora	Nariz de Elizabeth Montgomery	2009	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
HERNANDEZ S.; C. FERNÁNDEZ; P. BAPTISTA	McGraw Hill	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	2010	978-607-15-0291-9

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **06/03/2018**

Estado: **Aprobado**