

ASIGNATURA: Planteamientos y diseños de la investigación, diagnóstico y evaluación

Módulo 1. Los procesos de la comunicación de las organizaciones

Materia 1	Procesos de diagnóstico y evaluación	Créditos ECTS	6	Carácter	Obligatoria
Unidad temporal	1 ^o Cuatrimestre		Requisitos previos	Ninguno	

Profesores:

María José Canel- mjcanel@ucm.es
 Paloma Piqueiras- ppiqueiras@ucm.es

Contenido general de la materia

Se estudiarán los fundamentos (tendencias, escuelas, conceptos) para el planteamiento y desarrollo de la investigación, diagnóstico y evaluación de los procesos de comunicación.

Desarrollo del programa

1. Diseños de investigación científica y aplicada. (María José Canel).

La generación del conocimiento en torno a las organizaciones. Tipología de investigaciones.

2. La elaboración del "estado de la cuestión" (María José Canel).

Estudio de caso. Cómo hacer un mapa de la investigación para elaborar el "estado de la cuestión". Para investigar la comunicación de gobiernos.

3. El equilibrio entre investigación científica y profesional. Como llevar la relación con el cliente en la planificación de la investigación (I y II) (María José Canel)

Pautas para llevar el equilibrio entre investigación teórica y empírica; entre investigación básica y aplicada; entre métodos cuantitativos y cualitativos.

Estudio de caso. Cómo llevar la relación con el cliente para los procesos de diagnóstico y evaluación en una campaña electoral municipal.

4. Las fuentes de la investigación (María José Canel)

Fuentes para el seguimiento de las tendencias actuales para el diseño de investigación científica y profesional: publicaciones especializadas, redes, asociaciones, etc.

5. Diseños: Cómo plantear objetivos y preguntas de investigación. (Paloma Piqueiras)

Pautas para elaborar la hoja de ruta que orienta la metodología en un trabajo de investigación.

Estudio de caso. Análisis de los objetivos y preguntas de investigación en diferentes investigaciones.

6. Diseños: Cómo decidir las variables de investigación. (Paloma Piqueiras)

Pautas para identificar las variables que pueden ser seleccionadas y manipuladas para generar resultados cuantificables. Estudio de caso.

7. Diseños: Cómo relacionar las variables de investigación
(Paloma Piqueiras)

Técnicas para explicar relaciones no causales entre las variables de investigación: correlaciones y análisis factorial para analizar la comunicación de las organizaciones.

Técnicas para establecer relaciones de causa-efecto entre las variables de investigación: regresión lineal para analizar la comunicación de las organizaciones.

8. La triangulación en los diseños de investigación (María José Canel)

Pautas para identificar los puntos de observación en la investigación y realizar contrastes. Estudio de caso.

9. La investigación para diseñar el plan de comunicación de las organizaciones. (I y II) (Paloma Piqueiras)

Pautas para diseñar la investigación para elaborar el plan de comunicación. Caso práctico.

10. Los diseños de investigación comparada en la comunicación de las organizaciones. (María José Canel)

Diseños de investigación comparada: tendencias, problemas y retos.

Estudio de caso. ¿Cómo investigar comparativamente la comunicación de gobiernos? Análisis del estudio de la comunicación de gobiernos en 15 países (diseño de investigación comparada).

11. El reporte escrito y la presentación pública de los resultados. (María José Canel)

La organización de los resultados para el reporte escrito de la investigación. Estructura del reporte. La redacción de la investigación.

La organización del contenido de una investigación para su reporte oral. Estructura y diseño de la presentación. Pautas de expresión oral.

Bibliografía

- Canel, M.J. (2018). *La Comunicación de la Administración Pública. Para Gobernar con la Sociedad*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Canel, M.J. (2007). *La comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Tecnos.
- Cuesta, U. (coord.) (2013). *Planificación estratégica y creatividad*. Madrid, ESIC.
- Berganza, R. y Ruiz, J. (2005). *Investigar en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Dienlin, T. et al. (2024). An Agenda for Open Science in Communication. *Journal of Communication* 71 (2021) 1–26. doi: 10.1093/joc/jqz052
- Goyanes, M. (2023). Planteamiento de preguntas de investigación e hipótesis en estudios cuantitativos y cualitativos. *Infonomy Vol.1*. <https://doi.org/10.3145/infonomy.23.001>
- Wimmer, R.D. y Dominick, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos*. Madrid, Bosch, S.A.

Descripción de las competencias

CT1. Conocimiento de los principales conceptos, teorías y modelos de comunicación de las organizaciones, desde la perspectiva de la publicidad y las relaciones públicas, y capacidad para realizar las consiguientes aplicaciones prospectivas y, finalmente, prácticas de los mismos.

CT3. Capacidad para fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social y cultural, con el consecuente liderazgo científico, organizativo y profesional para crear, implantar, dirigir y gestionar procesos de comunicación relacionados con las organizaciones.

CT4. Capacidad sintética y metodológica para la transmisión de los resultados de las investigaciones básicas y aplicadas por medios orales, escritos, audiovisuales e hipermedia en foros científicos, profesionales y en los medios de comunicación; y de transformar los resultados en capacidad de programación estratégica y creativa para el desarrollo práctico de la comunicación de las organizaciones en distintos sectores de especialización.

CT5. Capacidad de comunicación y relación con otros investigadores y profesionales, de la Universidad y de las organizaciones públicas y privadas, para integrarse en grupos de investigación básica y aplicada, en equipos profesionales de carácter nacional e internacional, que redunden en la ampliación del conocimiento científico y en su implementación práctica en las organizaciones.

CT6. Capacitación para relacionar de manera conceptual y en la práctica las actividades de la organización que tengan implicaciones comunicativas.

CT7. Capacitación para la docencia de la comunicación de las organizaciones en el ámbito de los estudios de las enseñanzas medias (bachillerato y formación profesional) así como en el ámbito académico-científico universitario.

CE1. Adquisición de conocimientos avanzados teóricos y metodológicos para realizar diagnósticos de comunicación de las organizaciones: auditorías de imagen, pre-test de campañas, evaluación de intangibles, tipologías de reputación.

CE3. Adquisición de criterios para seleccionar los aspectos comunicativos de las organizaciones (productos, campañas, líderes, instituciones, etc.) que deben ser objeto de investigación básica o aplicada en un caso concreto, así como para identificar adecuadamente los objetivos, secuenciar las acciones, ofrecer resultados y cuantificar costes.

CE5. Utilización avanzada de las bases de datos especializadas, tales como el ISI/Web of Knowledge o Latindex, y de todos los recursos avanzados que proporcionan las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para estar al día de las investigaciones de vanguardia básicas y aplicadas en la comunicación de las organizaciones.

CE6. Conocimiento y manejo de los principales programas informáticos (SPSS, Atlas.ti, etc.) para la extracción y análisis de datos empíricos

cuantitativos y sus interacciones cualitativas.

CE7. Desarrollo de actividades de investigación conducentes a relacionar los conocimientos avanzados en comunicación con otros conocimientos científicos, técnicos y profesionales necesarios para buscar la excelencia a la hora de diseñar y aplicar planes de comunicación.

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

La práctica docente se basa en un método que combinará teoría y práctica para lograr un aprendizaje basado en la adquisición de competencias y garantizará un aprendizaje activo, cooperativo y responsable. El estudiante tendrá información de esta metodología docente antes y durante el curso por medio de la sede web de la Facultad, del Campus Virtual o de las sedes web personales de los profesores, así como por otros medios orales y escritos que se estimen convenientes y oportunos.

Las **actividades formativas** de la materia comprenderán:

Las *clases teóricas*, en las que se expondrán los objetivos principales de cada tema y se desarrollarán los contenidos conceptuales fundamentales.

Lecturas paralelas: se ofrecerá una selección bibliográfica (libros, artículos, sedes web, etc.) que servirán de apoyo a lo expuesto en las clases teóricas.

Talleres y seminarios, en los que se analizarán en grupo planteamientos y diseños de investigación y evaluación específicos y se atenderá a estudios de caso. Con estos talleres se pretende entrenar a los alumnos en los procedimientos de búsqueda y selección de información, análisis y síntesis de conocimientos, planteamiento de problemas concretos y análisis críticos.

Tutorías: ofrecerán apoyo y asesoramiento personalizado para abordar las tareas encomendadas en todas las actividades formativas. El profesor aprovechará estas tutorías para desarrollar su papel preactivo y proactivo en la docencia con el fin de lograr los objetivos propuestos.

Asistencia a actividades formativas extralectivas programadas por la Facultad y/o por otros organismos o empresas que sean de interés específico para la materia (congresos, jornadas, seminarios, ciclos de conferencias): se trata de familiarizar al alumno con la participación en foros científicos.

AFT1. Trabajos en los que el alumno deberá investigar sobre un determinado tema. **Los trabajos que se realizarán** son los siguientes:

- Diseño y aplicación de una investigación en una organización por parte de los estudiantes. Determinación de objetivos hipótesis y/o preguntas de la investigación y metodología. Establecimiento de la muestra. Análisis de resultados e interpretación de las consecuencias operativas. Exposición de resultados.
- Intervenciones individuales y de grupo en actividades de aplicación o desarrollo de contenido.

- Simulación de la presentación del trabajo ante la comisión evaluadora.

Estas actividades ayudarán al estudiante a: relacionar planteamientos teóricos (conceptos, teorías, modelos) con las aplicaciones prácticas, utilizar bibliografía y fuentes pertinentes, identificar hipótesis de trabajo, contrastar las hipótesis, identificar la conveniencia y equilibrio de metodologías cuantitativas y cualitativas, relacionar datos, interpretar resultados, extraer consecuencias operativas, conocer las exigencias normativas para el diagnóstico y la evaluación. En definitiva, el estudiante adquirirá los conocimientos avanzados teóricos y metodológicos que faciliten el análisis de situación para poder operar sobre los procesos de la comunicación de las organizaciones: hacer auditorías de imagen, diagnosticar problemas de comunicación, etc.

La distribución en créditos ECTS es la siguiente:

Actividad presencial del alumno: 45 horas (30%)

- Sesiones en clases teóricas: 12 horas
- Sesiones de seminario, debate y dinámicas colaborativas: 15 horas
- Asistencia a actividades formativas extralectivas: 10 horas
- Tutorías y Procesos de evaluación: 8 horas

Actividad no presencial del alumno: 105 horas (70%)

- Preparación de trabajos de campo: 35 horas
- Trabajos prácticos de la materia (preparación y elaboración): 33 horas
- Estudio y lecturas: 37 horas

El alumno dispondrá en el Campus Virtual de todos los materiales formativos que requiera la asignatura. El alumno tendrá que utilizar estas herramientas tecnológicas a lo largo del semestre.

Sistemas de evaluación

La evaluación se realizará de manera continua durante todo el cuatrimestre. Se valorará de forma proporcional la participación del alumno en todas las actividades formativas y los resultados de las pruebas objetivas para la valoración de los conocimientos adquiridos por los alumnos en cada uno de los bloques temáticos que constituyen la materia.

Desglose del sistema de evaluación (por porcentaje):

- Asistencia y participación en actividades formativas (talleres, seminarios, tutorías): 50%
- Actividades no presenciales del alumno (lecturas, trabajos): 50%

Estos porcentajes se aplicarán de la siguiente manera:

María José Canel

- Asistencia y participación en actividades: participación en talleres y seminarios en la resolución de los trabajos que se indiquen en el

Campus Virtual (50%).

- Actividades no presenciales: realización lecturas y respuestas a preguntas en trabajos (colgados en el Campus Virtual) y trabajo global de la asignatura sobre manejo de fuentes de investigación para el Trabajo Fin de Máster (colgado en el Campus Virtual) (50%).

Paloma Piqueiras:

- Participación individual en actividades offline: lecturas, participación en talleres online y seminarios para la resolución de los trabajos que se indiquen en el Campus Virtual (25%).
- Actividades para evaluar en modalidad presencial y no presencial: trabajo global de la asignatura consistente en el diseño y desarrollo de un trabajo de investigación realizado por equipos (colgado en el Campus Virtual) y encargado por una organización (75%).

Uso responsable de herramientas de Inteligencia Artificial (IA)

El uso de herramientas de IA en esta asignatura debe seguir criterios de ética académica, transparencia y sostenibilidad. Su empleo podrá ser autorizado o restringido por el profesorado según los objetivos formativos. En los casos en que se permita, el estudiantado deberá declarar qué herramientas ha utilizado, con qué fin y aportar una reflexión crítica sobre su uso, además de citar adecuadamente las fuentes según las recomendaciones de la UCM. La IA debe entenderse como apoyo al aprendizaje, no como sustituto del trabajo personal. Cualquier uso indebido podrá conllevar la necesidad de una defensa oral del trabajo. Se recomienda consultar las guías disponibles en la web oficial de la UCM sobre IA y docencia: <https://ssii.ucm.es/inteligencia-artificial-en-la-docencia>