



DENOMINACIÓN ASIGNATURA: METODOLOGÍAS DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

POSTGRADO: MASTER EN COMUNICACIÓN PUBLICITARIA
Prof. Jean-Philippe Charron

ECTS.
3

SEMICUATRIMESTRE:
1º

CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA
PLANIFICACIÓN SEMANAL DE LA ASIGNATURA

S	s	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN CONTENT	GRUPO		Indicar espacio distinto de aula (aula informática, audiovisual, etc.)	TRABAJO SEMANAL DEL ESTUDIANTE		
			AN DE	PE QU EÑO		DESCRIPCIÓN	HORAS PRESENCIALES	HORAS TRABAJO (Max. 7h semana)
1	1	Naturaleza y proceso de la investigación en Publicidad	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
	2	Ética de la investigación	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
2	3	Investigación secundaria	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
	4		Muestreo	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5
3	5	Recopilando indicios cualitativos	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
	6	Grupos de discusión	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
	7	Análisis de datos cualitativos	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
4	8	Investigación observacional	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
	9	Recopilación de datos mediante encuestas	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
	10	Medición	x			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
5	11	Redactar preguntas de investigación	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
	12	Diseño de cuestionario	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
6	13	Experimentación	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
	14	Estadísticas descriptivas e inferenciales	X			Clases y trabajo de estudiante	1,5	2
Subtotal 1							21	28
Total 1 (Horas presenciales y de trabajo del alumno entre las semanas 1-6)								49
7-8	Recuperaciones y entregas de trabajos							8
	Tutorías							2
	Preparación de evaluación y evaluación							16
Total 2 (Horas de trabajo del alumno entre las semanas 7-8)								26
HORAS TOTALES (Total 1 + Total 2: Horas presenciales y de trabajo del alumno entre las semanas 1-8)								75