



## Facultad de CC. Sociales y de la Comunicación

### Mais info na Web da Facultade

(\*)

<http://www.csc.uvigo.es/>

(\*)

(\*)

### Servicios Externos

(\*)

#### SERVIZOS EXTERNOS ASOCIADOS Á FACULTADE

- **Oficina de información á xuventude universitaria (OSIX).** Esta oficina, ubicada ao carón da Administración, ten como principal obxectivo proporcionar información e orientación sobre calquera tema demandado pola xuventude universitaria: programas e recursos da Unión Europea (cursos de idiomas, viaxes para estudantes), canés nacionais e internacionais que ofrecen prestacións á mocidade, asociacionismo, vivenda, lexislación e actividades medioambientais. Ademais, tamén facilita información dos programas da Dirección Xeral de Xuventude e Consellería de Familia e encárgase de expedir o Carné Xove. A oficina estrutúrase en dúas áreas, a de información xuvenil e a de voluntariado e participación do Campus de Pontevedra (voluntariado social e cultural, cooperación internacional).
- **Servizo de deportes.** Tamén xunto a Administración atópase o Servizo de Deportes. Esta oficina é a encargada de coordinar todas as actividades deportivas e de lecer que se programan no Campus de Pontevedra: escolas deportivas, ligas universitarias e actividades concretas de ocio e tempo libre. A escolas deportivas e as ligas universitarias ábrense a calquera estudante do campus ao comezo de cada cuadrimestre. As actividades de ocio (Augaventura, Tempo de lecer, Roteiros culturais) organízanse cada dous meses. Ademais, os alumnos poden suxerir actividades que se levarán a cabo dependendo da demanda. Vinculadas a estas actividades, os estudantes tamén poden acceder a bolsas de arbitraje para as ligas universitarias.

#### QUEIXAS:

Se tes algunha queixa, podes formalizala na secretaría do centro, por medio de rexistro. Sempre ha de estar dirixida ó organismo correspondente. Por exemplo, se tes algunha queixa dun profesor, debes enviala ó decano da túa facultade.

Os propios membros de rexistro orientarante á hora de formalizar as túas peticións.

### Equipo Decanal

(\*)

**DECANO**

→ Xulio Xosé Pardellas de Blas | [xulio@uvigo.es](mailto:xulio@uvigo.es) |

**VICEDECANA DE CALIDADE E PROFESORADO**

→ Aurora García González | [auroragg@uvigo.es](mailto:auroragg@uvigo.es) |

**VICEDECANO DE ALUMNADO**

→ Paulino Pérez Feijoo | [paulipe@uvigo.es](mailto:paulipe@uvigo.es) |

**VICEDECANO DE ORGANIZACIÓN ACADÉMICA**

→ Celso Cancela Outeda | [cancela@uvigo.es](mailto:cancela@uvigo.es) |

**VICEDECANO DE ASUNTOS ECONÓMICOS**

→ Fortunato Rodríguez Fernández | [fortunatorf@uvigo.es](mailto:fortunatorf@uvigo.es) |

**SECRETARIA DA FACULTADE**

→ Ana Isabel Dopico Parada | [secretariasc@uvigo.es](mailto:secretariasc@uvigo.es) |

**TELÉFONO DE DECANATO:** 986 801 992

---

## Administración

(\*)

### ADMINISTRACIÓN

Na oficina de Administración, situada na Planta Baixa, aténdese todo o relacionado cos aspectos administrativos, así como calquera tema ou xestión relativa ao Centro ou a Universidade. Esta información, non obstante, pode atoparse nos taboleiros de anuncios da propia Secretaría ou nos xerais do Centro.

#### Horario de secretaría

A Secretaría funciona en horario de mañás, durante todo o año, incluso en período non lectivo.

Horario de atención ao público:

Luns - Venres: de 9:00 a 14:00 h.

#### Tramitación de documentos

- Solicitud de admisión
- Matrícula cursos
- Solicitud de bolsas
- Certificados de notas e de estudos
- Depósito de título de Licenciado.
- Traslados de expedientes
- Solicitudes de convalidación de estudos
- Validacións
- Homologación de títulos e probas de conxunto
- Solicitudes relacionadas co Centro e a Universidade.

Os estudantes poderán exercer o dereito de petición ante o Decano da Facultade, mediante solicitudes presentadas na

Secretaría, ou ben, no Rexistro Xeral.

#### **Depósito do título.**

Para obter o título de Licenciado, unha vez superadas todas as materias dos cursos do Plan de Estudos, procede solicitalo na Secretaría da Facultade, mediante a seguinte tramitación:

- Cubrir os impresos de solicitude, que se facilitan en Secretaría.
- Abonar as taxas correspondentes a través de entidades bancarias sinaladas.

---

### **Estudiantes**

(\*)

#### **CARNÉ DE ACREDITACIÓN DE ESTUDANTE**

Todo alumno debe ter no seu haber o carné de acreditación de estudante, que lle permita acceder aos distintos servizos da Universidade: préstamo de libros, acceso aulas de informática. Para conseguir este carné hai que cubrir un formulario, dispoñible na Administración e entregar unha fotografía. Se se desexa que o carné funcione ao mesmo tempo como tarxeta de débito con BSCH haberá que inserir o número de conta.

#### **SOLICITUDE DE CONTA DE CORREO:**

Ó ser alumno da Universidade, tes por defecto unha conta de correo. Entra en [www.correoweb.uvigo.es](http://www.correoweb.uvigo.es) e segue as instrucións para obter a túa conta.

#### **FICHAS PARA O PROFESORADO:**

Entregarase ao comezo de cada cuatrimestre unha ficha a cada profesor que levarán os datos persoais e unha foto do alumno. As fichas poderanse solicitar na Conserxería.

#### **DELEGACIÓN DE ALUMNOS**

Esta Delegación ten a súa sede permanente no primeiro piso.

A Delegación de Alumnos está formada por todos os delegados dos distintos cursos de cada unha das tres titulacións, un Secretario e un Delegado Coordinador, escollido polos delegados para a coordinación das actividades.

Este departamento ten como finalidade:

- Canalizar as peticións dos estudantes en tema de horarios de clases
- Organizar cursos e seminarios de interese para os estudantes.
- Tramitar as queixas dos alumnos contra un profesor.
- Recoller información de diversas organizacións, seminarios e informar aos estudantes deles, ben a través dos delegados das clases, ben a través da súa comunicación nos taboleiros da Facultade.
- Elaborar unha base de datos dos estudantes dos últimos cursos para informalos de posibles ofertas laborais.
- Xestionar o reparto de taquillas da Facultade.

A Delegación de Alumnos tamén conta cun caixa de correo de suxerencias aberto ao uso de calquera estudante. O horario de atención aos estudantes é diariamente de 15:30 ás 16:00 horas.

#### **PROGRAMA DE BOLSAS SOCRATES-ERASMUS:**

Sócrates é o programa da Unión Europea para a cooperación no ámbito da educación. Sócrates financia oito accións. A segunda delas é a denominada Erasmus, adicada ó ensino superior. Erasmus financia, entre outras actividades, a mobilidade de estudantes entre universidades europeas participantes no programa. As bolsas Erasmus teñen destinos tan variados como Austria, Suecia ou Italia, entre moitas outras, e, para Ciencias Sociais e da Comunicación ofértanse arredor de 30 prazas anuais para viaxar ó estranxeiro.

Tel.: 34 986 813550 or 34 986 813819 Fax: 34 986 813550 E-mail: [ori@uvigo.es](mailto:ori@uvigo.es), [ori1@uvigo.es](mailto:ori1@uvigo.es)  
<http://www.uvigo.es/relaciones/>

## PROGRAMA DE BOLSAS SOCRATES-ERASMUS:

SICUE-SENECA é o programa de mobilidade de estudantes entre universidades españolas, lévao o servizo de alumnado. Este ano hai prazas para 25 universidades españolas. SICUE é o programa de intercambio, SENECA son as bolsas que concede o ministerio para axudar á mobilidade dos estudantes.

Toda a información de SICUE está en:

<https://webs.uvigo.es/vicoap/vicoap1>

Telf de contacto 986 813 595 e-mail: [alumnado01@uvigo.es](mailto:alumnado01@uvigo.es)

Toda a información de SENECA está en:

<https://www.uvigo.es/servicios/alumnado/index.gl.htm>

Se queres coñecer quen é o coordinador da area de relacións internacionais da Facultade: Paulino Pérez Feijoo. (Vicedecanato).

---

### Localización

(\*)

Campus A Xunqueira, s/n  
36005 Pontevedra.  
Tel: 986- 801999  
Fax: 986-801080

<http://www.csc.uvigo.es/>

[sdfasoc@uvigo.es](mailto:sdfasoc@uvigo.es)

*Pincha aquí para ver en Google map.*

<http://maps.google.es/maps?q=42.439912,-8.637507&sl=42.439896,-8.637249&spn=0.007538,0.019248&hl=es&ie=UTF8&ll=42.436444,-8.644781&spn=0.022171,0.036478&z=14&source=embed>

---

### Normativa e lexislación

(\*)

## NORMATIVA DO CENTRO:

[http://www.csc.uvigo.es/xestion\\_academica/normativas\\_prot.htm](http://www.csc.uvigo.es/xestion_academica/normativas_prot.htm)

## DOCUMENTOS NORMALIZADOS:

[http://www.csc.uvigo.es/xestion\\_academica/documentosnorm.htm](http://www.csc.uvigo.es/xestion_academica/documentosnorm.htm)

---

### Servizos e infraestructuras do centro

(\*)

## BIBLIOTECA CENTRAL DO CAMPUS DE PONTEVEDRA

Tel: 986802006 / 986801996 / 986802002 / 986802001 Fax: 986801997

E-mail: [dirbcp@uvigo.es](mailto:dirbcp@uvigo.es) [subdibcp@uvigo.es](mailto:subdibcp@uvigo.es) [presbcp@uvigo.es](mailto:presbcp@uvigo.es) (Préstamo)

[refbcp@uvigo.es](mailto:refbcp@uvigo.es) (Referencia) [hembcp@uvigo.es](mailto:hembcp@uvigo.es) (Hemeroteca)

Horario:

Normal: 8:30 □ 21:00

Extendido (datas de exames): 8:00 □ 3:00

Reducido(período vacacional): 9:00 - 18:45

Servizos ofertados pola biblioteca

- **Libros de préstamo:** podes coller calquera libro da biblioteca excepto os de so consulta. Se non o hai podes pedilo a rede central de bibliotecas, e recollelo cando chega. Aviso mediante correo electrónico. Os pedidos que non se

recollen, devólvense ás 48 horas, xa que caduca o pedido.

TIPOS DE USUARIOS	CONDICIÓN DE PRÉSTAMO
Estudantes de 1º e 2º ciclo da Universidade e centros adscritos	3 obras, 10 días, 2 renovacións
Persoal Docente e Investigador da Universidade, centros adscritos, e profesores visitantes	40 obras, tempo indefinido
Estudantes de 3º ciclo da Universidade e centros adscritos, persoas en período de elaboración de tese ou de proxecto, e bolseiros ou contratados de investigación	10 obras, 30 días, 5 renovacións
Persoal de Administración e Servizos	3 obras, 10 días, 5 renovacións
Externos autorizados	2 obras, 7 días, 2 renovacións
Servizos de goberno e xestión da Universidade	Nº ilimitado de obras, 1 ano, renovables
Proxectos de Investigación	Nº ilimitado de obras, tempo indefinido, responsable o titular do Proxecto
Laboratorios	Manuais, nº ilimitado de obras, tempo indefinido, a cargo do responsable do Laboratorio

- **Libros de consulta:** existe unha sección da biblioteca reservada á consulta de libros.
- **Hemeroteca:** Na hemeroteca podes consultar a prensa. Están dispoñibles as principais publicacións tanto galegas como casteláns a partir de 1996. Existe ademais un servizo de biblioteca virtual (<http://webs.uvigo.es/servicios/biblioteca/hemeroteca/unoa.htm>) no que podes acceder ás publicacións on-line, tanto xornais como revista, de modo gratuito.
- **Fotocopiadora:** para facer uso da fotocopiadora é preciso comprar unha tarxeta en reprografía (1º andar). Se tes algunha dúbida, pregunta ós encargados da biblioteca.
- **Servizo de referencia:** os propios profesionais encargados do mantemento da biblioteca oferta nun servizo de axuda de busca de información ós alumnos que así o desexen.
- **Salas de visionado:** existe a posibilidade de utilizar unha sala de visionado equipada cun DVD e un VHS Multinorma e un televisor, así como o uso de outra sala equipada cun equipo de audio de casete e CD.

Tamén existen á disposición do público 3 ordenadores para uso académico con posibilidade de reserva e 2 escáner. Tanto para o uso das salas coma dos ordenadores hai que deixar os datos á entrada.

#### CONSERXERÍA (1º andar)

Tel: 986801999 / Fax 986 801 997

Mail: [consfcs@vigo.es](mailto:consfcs@vigo.es)

Entre as tarefas que se realizan en conserxería son de alto interese para o alumno:

1. Atención e información xeral, orientación á oficina pertinente
2. Información da publicación das notas e a revisión (ollo, NON consulta das notas)
3. Coller follas de solicitude de material e entrega da folla amarela
4. Entrega de chaves de despachos e laboratorios previa autorización
5. Recollida entrega de paquetes
6. Obxectos perdidos
7. Poñer carteis e permiso para poñelos
8. Servizo telefónico: se queres falar con algún profesor en concreto, podes chamar ó 986801999 e porante en contacto co seu despacho.

#### REPROGRAFÍA (1º andar):

Co servizo de copistería da facultade está dispoñible para:

- Papelería e consumibles referentes á facultade como cintas miniDV
- Venda de libros
- Servizo de impresión de material entregado en formato dixital (disquete, cd).

#### AULAS INFORMÁTICA:

**Aula Internet Campus: (1º andar):**

Horario: 9:00 a 21:00

3 becarios que se encargan da vixilancia na aula

A aula está equipada con 22 ordenadores +1 para o becario

Requisitos: Presentar tarxeta de estudante da Universidade ou, no seu defecto, tarxeta de asociado

Usuario:alumno    Contraseña: (baleiro)

Usos: Internet, navegar pola rede e correo electrónico. Non se poden instalar programas

**Aulas de informática 1 e 2 (2º andar):**

Horario: mirar na porta da aula ou preguntar en conserxería. Horario flexible dependendo da dispoñibilidade dos becarios.

A aula está equipada con 30 ordenadores +1 para o becario

2 becarios que se encargan da vixilancia na aula

Requisitos: Presentar tarxeta de estudante da Universidade ou, no seu defecto, tarxeta de asociado ou acreditación de estudante da facultade de Ciencia Sociais e da Comunicación. Estas aulas están so a disposición dos alumnos desta facultade.

Usuario:alumno    Contraseña: (baleiro)

Usos:

- Internet, navegar pola rede e correo electrónico
- Traballo con aplicacións informáticas tales como o paquete de Office, Photoshop ou Corel Draw
- Non se poden instalar programas

**ZONA WIFI:**

A zona wifi (Internet sen cables) da nosa facultade está protexida por contraseña. Para poder acceder a Internet a través do teu portátil, é necesario que actives a túa conta de correo da Universidade xa que é o nome de usuario da rede da Universidade.

Nome de usuario: (nome da conta)@alumnos.uvigo.es

Contraseña: o contraseña da túa conta de correo

**SERVIZOS ON-LINE:****• A web da facultade:**

A través da páxina da Universidade ([www.uvigo.es](http://www.uvigo.es)) pódese acceder a ela, ou a través da dirección [www.csc.uvigo.es](http://www.csc.uvigo.es). Nesta páxina atoparás toda a información que precisas sobre a túa titulación ou cousas de alto interese da facultade.

**• Axenda CSC, a blog da facultade**

Axenda CSC é unha blog que contén noticias e enlaces de interese para os alumnos da facultade.

Podes acceder a ela na dirección <http://www.axendacsc.blogspot.com> ou a través das ligazóns da páxina da facultade (<http://www.csc.uvigo.es>)

**• Secretaría virtual**

Os estudantes tamén poderán facer uso, en calquera momento, de servizos da Administración a través da páxina web da Universidade. A secretaria virtual permite a opción de consulta do expediente académico e do estado das bolsas do MEC, así como a automatrícula nos períodos concretados para tal fin. Para poder acceder a este servizo, os alumnos deberán introducir como número de usuario,

## **GABINETE DE COMUNICACIÓN**

Dende este Gabinete de Comunicación, ao servizo de toda a comunidade universitaria, organízanse eventos institucionais (congresos, seminarios, conferencias e outros actos rotocolares), ademáis de dossiers sobre todo canto se publica referente ao centro, accións publicitarias do mesmo e contacto cos medios de comunicación (organización de roldas de prensa, envío de comunicados de prensa, etc.) Calquera alumno que se queira unir ao gabinete de comunicación ha de poñerse en contacto cos profesores responsables nos e-mails [abfsoutovigo.es](mailto:abfsoutovigo.es) ou [jmcorbachovigo.es](mailto:jmcorbachovigo.es), ou no despacho de Qualitas (segundo andar, 258).

O traballo é voluntario, pero a finais de curso repartiranse 10 créditos de libre configuración para os 10 alumnos que máis actividades realizaran durante toda a temporada (outubro - xuño)

### **GABINETE TÉCNICO AUDIOVISUAL (1º andar):**

O departamento técnico da Facultade está composto por dous técnicos: Manuela (turno de mañá) e Xulio (turno de tarde).

As súas funcións son:

- Mantemento de equipo técnico
- Manexo de medios técnicos
- Asesoramento alumnos profesores: pregunta cando teñas algún tipo de dúbida sobre o material a empregar

Solicitud de material: o departamento técnico é o encargado de firmar as follas de pedido de material. Non esquezas que ó devolver os equipos, has de cubrir o parte de incidencias, onde deberás apuntar o número e duración das baterías empregadas e os desperfectos que puideran sufrir os materiais empregados.

Este é o equipamento dispoñible para a elaboración dos vosos produtos audiovisuais: 6 cámaras JVC + 6 cámaras Panasonic Prosumer; 12 trípodes; 5 monitores,

Iluminación: 2 antorchas de iluminación, 5 reflectores, 4 maletas de cuarzos

Microfonía e son: 4 micros de cañón, 6 micros dinámicos, 3 micros de condensador, 4 micros de corbata arámicos, 1 estación inarámica, 1 portátil híbrido telefónico, 1 mesa de mesturas portátil, 1 dolly (caranguexo).

### **LABORATORIO RADIO 1 (2º andar):**

O estudio de Radio 1 está equipado con: 1 PC con software de edición de son , 5 micros + 1 para facer autocontrol, 1 Mesa de son, Lectura de: DAT, DCC, CD, Casete e Xiradiscos, 1 Equipo Protocols completo (software + hardware: mesa de son dixital).

Para solicitar o estudio é necesario cubrir a folla de pedido de material que podes conseguir en conserxería, e ha se ser firmada polo técnico de turno e un docente que leve os estudos de radio (podes preguntar en conserxería).

### **LABORATORIO RADIO2 (2º andar):**

O estudio de Radio 2 está equipado con:

Sala de control: 1 Mesa de son, 3 PC (1 servidor e 2 ordenadores equipados con Mar4win), 2 Pletinas casete, 3 Pletinas cd, 1 Lector - Gravador cd, 1 Sintonizador radio, 1 lector - gravador Minidisc.

Estudio: 5 micros nun estudio aillado do control

Para solicitar o estudio é necesario cubrir a folla de pedido de material que podes conseguir en conserxería, e ser firmada polo técnico de turno e un docente que leve os estudos de radio (podes preguntar en conserxería)

### **POSTPRODUCCIÓN (2º andar):**

A aula de postproducción está equipada con: 10 cabinas equipadas con PC, altavoces e monitor con AVID, 1 cabina de repicado ou cambio de formato (DVD, MiniDV, VHS multinorma), 1 servidor en rede, 4 magnetoscopios para o volcado de imaxes.

Como conectar servidor e PC:

Para traballar co servidor, é necesario acender o launcher, e acender despois o PC. Se aínda así e todo no

funciona, na esquina inferior dereita existe un pequeno icono con forma de reloxo de area; fai dobre clic sobre el se está en vermello e se che pide contrasinal, introduce [Universidade de Vigo] sen comiñas, e preme aceptar. En caso de ter algún problema, podes acudir ó gabinete técnico audiovisual.

#### **PLATÓ (3º andar):**

O plató de Ciencias Sociais e da Comunicación, de 70 m<sup>2</sup>, está equipado con: 3 cámaras, Parrilla de focos, Croma verde.

Anexo a plató: material de iluminación (difusores)

Plató de usos futuros: material para decorados

#### **CONTROL DE REALIZACIÓN (3º andar):**

O equipamento de control consta de: Monitorado completo, Mesa de son, Mesa de mesturas, Mesa de edición analóxica.

#### **CAFETERÍA (2º andar):**

Teléfono: 986802042 (preguntar por Rosa)

Horario: 8:00 [ 20:30 Horario comedor: 13:00 [ 16:00

Na cafetería sèrvese todo tipo de bebidas, bocadillos e bollería diversa.

Na cafetería tamén podes facer unha reserva para uns pinchos, sempre cun día de antelación, e se o comedor está ocupado, podes reservar o comedor interior, cubrindo un papel, que che facilitarán en conserxería, firmado polo decano.

Na cafetería e no comedor non está permitido fumar.

---

## **Presentación**

(\*)

### **SAÚDA DO DECANO**

Benqueridas alumnas e alumnos:

O nome da Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación, aínda que semelle posuir un certo toque fachendoso, é un claro indicativo dos saberes que podedes adquirir neste centro de educación superior.

Certamente, dependendo da titulación que teñades elixida, aprenderedes a usar correctamente linguaxes e imaxes, técnicas para facer chegar mensaxes ao público e modelos de comunicación coa cidadanía desde o enfoque da xestión administrativa e institucional.

Pero o concepto Universitas transcende os coñecementos estancos e estáticos, moi pola contra destes, significa en todo caso, ambición por descubrir e investigar, significa interesarse por adquirir vastedade cultural, aprender do entorno, da historia, facer deporte, significa encontrar amistades e divertirse cando a mente precisa descanso.

Todo eso será veciño para vós neste centro, onde encontraredes profesorado para traballar e aprender, compañeiras e compañeiros para vos axudar e medios materiais para practicar.

Aproveitádeo, é o voso futuro.

Xulio Pardellas de Blas

Decano

**Asignaturas****Curso 1**

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
P04M051V01101	La Investigación de los Medios de Comunicación Social	1c	3
P04M051V01102	Métodos de Investigación en Ciberperiodismo	1c	3
P04M051V01103	Investigación de Comunicación en Redes Digitales	1c	3
P04M051V01104	Modelos de Radio, Innovaciones y Usos Sociales	1c	3
P04M051V01105	Nuevas Formas Publicitarias	2c	3
P04M051V01106	Estudio de los Principales Grupos de Comunicación en España	1c	3
P04M051V01107	Métodos de Investigación y Análisis de Identidad e Imagen Corporativa	1c	3
P04M051V01108	Comunicación y Protocolo Institucional y Corporativo	1c	3
P04M051V01109	Investigación en Proyectos de Relaciones Públicas	1c	3
P04M051V01110	El Valor y la Adecuación del Texto en la Comunicación de Organizaciones	1c	3
P04M051V01201	Criterios para la Crítica de Textos Periodísticos	2c	3
P04M051V01202	Textos Clásicos en Investigación en Comunicación	1c	3
P04M051V01203	Trabajo Fin de Máster	2c	24

**DATOS IDENTIFICATIVOS****A Investigación dos Medios de Comunicación Social**

Asignatura	A Investigación dos Medios de Comunicación Social			
Código	P04M051V01101			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Dominguez Quintas, Susana Elisa			
Profesorado	Dominguez Quintas, Susana Elisa Núñez Ladevéze, Luis			
Correo-e	squntas@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

**Competencias de titulación**

Código

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje

**Contidos**

Tema

**Planificación**

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos tutelados	55	0	55
Sesión maxistral	20	0	20

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

**Metodoloxía docente**

	Descripción
Trabajos tutelados	Realización de un trabajo bajo la supervisión del profesor
Sesión maxistral	Asistencia a clase

**Atención personalizada**

Metodologías	Descripción
Sesión maxistral	 

**Avaliación**

	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	Tutorías indivisudales	50
Sesión maxistral	Exposición do contenido do programa	50

**Otros comentarios sobre la Evaluación****Bibliografía. Fontes de información****Recomendacións**



**DATOS IDENTIFICATIVOS****Métodos de Investigación en Ciberperiodismo**

Asignatura	Métodos de Investigación en Ciberperiodismo			
Código	P04M051V01102			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Doval Avendaño, María Montserrat			
Profesorado	Doval Avendaño, María Montserrat Martínez Rodríguez, Beatriz			
Correo-e	montse.doval@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Recorrido por los temas y técnicas más empleados en investigación en ciberperiodismo.			

**Competencias de titulación**

Código			
A1	Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación		
A3	Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas		
A4	Conocer teorías y metodologías sobre efectos socioculturales de la comunicación		
A5	Conocer teorías y metodologías sobre efectos psicosociales de la comunicación		
A6	Saber aplicar técnicas de investigación de públicos		
A7	Saber aplicar técnicas de investigación de contenidos		
A10	Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoprote		
A11	Conocer usos y formalismos (netiqueta) en comunicación digital		
A12	Conocer rasgos de identidades virtuales o digitales y los indicadores de cambio o evolución		
A13	Conocer las peculiaridades de grupos y asociaciones en redes y comunidades digitales		
A14	Desarrollar el conocimiento y uso de recursos digitales para la alerta temprana y el seguimiento de señales asociativas en entornos digitales (competencia estratégica)		
A16	Conocimiento de las metodologías más empleadas en el análisis de los diferentes aspectos de los cibermedios		
A23	Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoprote		
B1	Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa		
B2	Capacidad de definir temas de investigación con los que contribuyan al conocimiento, avance y debate de la información y la comunicación y que merezcan la publicación referenciada a nivel nacional o internacional		
B3	Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación		
B5	Habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, conforme a los cánones de las disciplinas de la información y la comunicación		
B6	Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación		
B8	Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas		
B9	Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación		

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer el estado de la investigación en comunicación en Internet.	saber saber hacer	A1 B1
Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en Internet	saber saber hacer	A3 B3
Conocer teorías y metodologías sobre efectos socioculturales de la comunicación en Internet	saber saber hacer	A4 B3

Conocer teorías y metodologías sobre efectos psicosociales de la comunicación en Internet	saber	A5 B1
Saber aplicar técnicas de investigación de públicos en Internet	saber saber hacer	A6 B1
Saber aplicar técnicas de investigación de contenidos ciberperiodísticos	saber	A7 B3
Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisporte	saber saber hacer	A10
Conocer usos y formalismos (netiqueta) en comunicación digital	saber saber hacer	A11
Conocer rasgos de identidades virtuales o digitales y los indicadores de cambio o evolución	saber saber hacer	A12 B8
Conocer las peculiaridades de grupos y asociaciones en redes y comunidades digitales	saber saber hacer	A13 B8
Desarrollar el conocimiento y uso de recursos digitales para la alerta temprana y el seguimiento de señales asociativas en entornos digitales (competencia estratégica)	saber saber hacer Saber estar / ser	A14
Conocimiento de las metodologías más empleadas en el análisis de los diferentes aspectos de los cibermedios	saber saber hacer	A16
Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisporte	saber saber hacer	A23 B3 B9
Capacidad de definir temas de investigación con los que contribuyan al conocimiento, avance y debate de la información y la comunicación y que merezcan la publicación referenciada a nivel nacional o internacional	saber saber hacer Saber estar / ser	B2
Habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, conforme a los cánones de las disciplinas de la información y la comunicación	saber saber hacer Saber estar / ser	B5
Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación	saber hacer Saber estar / ser	B6
Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación	saber saber hacer Saber estar / ser	B9

### Contidos

#### Tema

1. Estado de la cuestión: el estudio de los cibermedios	No hay
2. Tipología de cibermedios	No hay
3. Estructuración y redacción en los cibermedios	No hay
4.- Géneros ciberperiodísticos	No hay
5.- Cibermedios y medios sociales	No hay

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudo de casos/análises de situaciones	0	55	55
Sesión maxistral	20	0	20

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodología docente

	Descripción
Estudo de casos/análises de situaciones	Exposición escrita de un tema trabajado personalmente.
Sesión maxistral	Exposición de los contenidos de la materia

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudo de casos/análises de situaciones	El alumnado puede dirigirse siempre que lo desee con sus dudas y preguntas al docente en las horas de tutoría. En las mismas horas, puede dirigirse al docente para la dirección y asesoramiento sobre el trabajo práctico.

### Avaliación

Descripción	Calificación
-------------	--------------

Estudo de casos/análises de situacións	Exposición escrita de un tema trabajado personalmente.	60
Sesión maxistral	La asistencia y participación en las clases se valorará para la nota final	40

---

### Otros comentarios sobre la Evaluación

---



---

### Bibliografía. Fontes de información

---

ARROYO, Maria y ROEL, Marta (Coord.).

*Medios de comunicación en la democracia (1982-2005). Prensa, radio, televisión e Internet*

.Capítulo de Internet. Fragua, 2006

Salaverría , R., *Redacción periodística en Internet*, Eunsa, Pamplona, 2005.

Franco, G. *Cómo escribir para la web*. Iniciativa para el Centro Knight de Periodismo en las Américas. U. de Texas en Austin. Austin, 2009

Salaverría , R., (coord.) *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2005

Willis, Chris y Bowman, Shayne, *We Media*, The Media Center, 2004

Díaz Noci, J y Salaverría, Ramón, *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Ariel Comunicación, Barcelona 2003

Amaral, F. y Gimeno, D. *Evolución, tendencias y modelos en el diseño de webs de noticias*. Editorial Sol 90 Media. Barcelona 2010

---

### Recomendacións

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Investigación de Comunicación en Redes Digitales**

Asignatura	Investigación de Comunicación en Redes Digitales			
Código	P04M051V01103			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimstre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Profesorado	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Correo-e	daniel3marti@yahoo.com			
Web	<a href="http://http://infovis.lacoctelera.net/">http://http://infovis.lacoctelera.net/</a>			
Descripción general	aplicaciones digitales en la investigación etnográfica de comunicación de redes sociales			

**Competencias de titulación**

Código	
A6	(*)Saber aplicar técnicas de investigación de públicos
A11	(*)Conocer usos y formalismos (netiqueta) en comunicación digital
A12	(*)Conocer rasgos de identidades virtuales o digitales y los indicadores de cambio o evolución
A13	(*)Conocer las peculiaridades de grupos y asociaciones en redes y comunidades digitales
A14	(*)Desarrollar el conocimiento y uso de recursos digitales para la alerta temprana y el seguimiento de señales asociativas en entornos digitales (competencia estratégica)
A19	(*)Ser capaz de determinar las características de recepción, de consumo y de comunicación en distintos tipos o niveles de usuarios y de destinatarios de informaciones
B5	(*)Habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, conforme a los cánones de las disciplinas de la información y la comunicación

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Saber aplicar técnicas de investigación de usuarios de redes sociales	saber saber hacer	A6
Ser capaz de determinar las características de recepción, de consumo y de comunicación en distintos tipos o niveles de usuarios y de destinatarios de informaciones	saber hacer	A19
Conocer las peculiaridades de grupos y asociaciones en redes y comunidades digitales	saber Saber estar /ser	A13
Desarrollar el conocimiento y uso de recursos digitales para la alerta temprana y el seguimiento de señales asociativas en entornos digitales (competencia estratégica)	saber saber hacer	A14
Conocer rasgos de identidades virtuales o digitales y los indicadores de cambio o evolución	saber	A12
Conocer usos y formalismos (netiqueta) en comunicación digital	saber hacer Saber estar /ser	A11
Ejercitar el relato etnográfico de comunidades digitales	saber hacer	B5

**Contenidos**

Tema	
etnografía digital de comunidades análisis e informe hipermedial	búsqueda y registro, monitorización, demarcación de campo relacional análisis de contenidos multimedia; etiquetado y temas sociales; informe de imagen web
capital compartido y organización	análisis del discurso, conflictos y auditoría y reputación de influenciadores
relato etnográfico de una comunidad en línea	presentación multimedia de una etnografía digital

**Planificación**

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
--	----------------	----------------------	---------------

Sesión magistral	5	5	10
Foros de discusión	4	6	10
Talleres	8	20	28
Informes/memorias de prácticas	2	6	8
Trabajos y proyectos	3	15	18
Observación sistemática	0.5	0.5	1

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	introducción nocional
Foros de discusión	cuestiones y respuestas en aula y en blog
Talleres	presentación de aplicaciones y usos

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Talleres	el grupo de alumnos permite la atención individual directa además de la orientación con los recursos en línea del curso
Foros de discusión	el grupo de alumnos permite la atención individual directa además de la orientación con los recursos en línea del curso

### Evaluación

	Descripción	Calificación
Informes/memorias de prácticas	recuperación de información y monitorización de conversaciones	30
Trabajos y proyectos	análisis de influenciadores y tipología de discursos en una comunidad en red	45
Observación sistemática	intervenciones en el aula y en el blog	25

### Otros comentarios sobre la Evaluación

La presentación de la memoria etnográfica del grupo o comunidad investigado vale 45 %.

En la segunda convocatoria sólo se exige la presentación de esta memoria.

### Fuentes de información

Recursos y aplicaciones en red <http://delicious.com/comunisfera>

Antología de autores y de citas <http://dan3.tumblr.com/>

Información, anotaciones y comentarios al curso en el blog <http://infovis.lacoctelera.net/>

### Recomendaciones

#### Asignaturas que continúan el temario

Trabajo Fin de Máster/P04M051V01203

#### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Métodos de Investigación en Cyberperiodismo/P04M051V01102

#### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

La Investigación de los Medios de Comunicación Social/P04M051V01101

Textos Clásicos en Investigación en Comunicación/P04M051V01202

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Modelos de Radio, Innovaciones y Usos Sociales**

Asignatura	Modelos de Radio, Innovaciones y Usos Sociales			
Código	P04M051V01104			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Garcia Gonzalez, Aurora			
Profesorado	Araujo Meneses, Joao Paulo Garcia Gonzalez, Aurora			
Correo-e	auroragg@uvigo.es			
Web	<a href="http://https://sites.google.com/site/paginadeaurora/">http://https://sites.google.com/site/paginadeaurora/</a>			
Descripción general				

**Competencias de titulación**

Código	
A1	(*)Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación
A2	(*)Conocer tipologías de medios de comunicación y de públicos así como los modelos de sus relaciones
A3	(*)Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas
B1	(*)Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa
B9	(*)Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
	saber	A1
	saber hacer	A2
		A3
		B1
		B9

**Contenidos**

Tema	
1.INTRODUCCIÓN	1. Teoría y técnica de la investigación científica: Principales tendencias en la investigación en comunicación radiofónica
2.INNOVACIONES	1. Los medios sonoros digitales 2. Las nuevas tecnologías amplían el modelo radiofónico 3. El uso electivo de la radio
3. NUEVOS USOS SOCIALES DE LA RADIO	4. La música consumo de masas: streaming y filesharing 5. iPod y nuevos soportes 6. Cambian los usos profesionales: narrativa y temáticas 7. Cambian las audiencias: participación y diálogo
4.MODELOS DE RADIO	8. Modelo comunicativo: radio local y proximidad 9. Modelo empresarial: convergente y multimedia 10. Espacio público y medios alternativos

**Planificación**

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	5	10	15
Sesión magistral	10	20	30
Trabajos y proyectos	10	20	30

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Los profesores orientan, en el horario establecido para sesiones individuales, a cada alumno en la resolución de las dificultades metodológicas que plantee el tema elegido para trabajar
Sesión magistral	Exposición teórica por parte de los profesores de los contenidos que es necesario desarrollar previamente a la ejecución de cualquier trabajo de investigación sobre el tema objeto del curso

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Está prevista la atención personalizada a cada alumno para la iniciación en las tareas de investigación en el ámbito de la comunicación radiofónica

### Evaluación

	Descripción	Calificación
Trabajos y proyectos	Realización de dos trabajos, bajo la dirección de cada uno de los profesores, en las semanas previstas para el curso. La nota final resulta de la media entre ambos trabajos	100 *Calificación numérica del 0 al 10, conforme al Real Decreto 1125/2003

### Otros comentarios sobre la Evaluación

En esta materia se estará en todo a lo que exige la ley, con respecto a la segunda convocatoria.

### Fuentes de información

BARTHES, R., **La grana della voce, Intreviste 1962-1980**, 1986,  
CEBRIAN HERREROS, M., **Modelos de radio, desarrollos e innovaciones**, 2007,  
IGLESIAS, F., **Concentración y pluralismo en la radio española**, 2005,  
LESSIG, L., **El código 2.0**, 2009,  
MCLUHAN, M., **Understanding Media**, 1995,  
MENDUNI, E., **Il mondo della radio**, 2001,  
NIETO, A., **Prólogo a la libro Concentración y pluralismo en la radio española**, 2005,  
WILLIAMS, R., **Televisione, tecnologia e forma culturale**, 2000,

### OTRA BIBLIOGRAFÍA

CAMPOS FREIRE, Francisco (coord.), (2010), El cambio mediático. Sevilla-Zamora, Comunicación Social.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2008), La radio en internet. De las redes sociales a la radiomóvil. Buenos Aires, La Crujía.

CHIVITE, Santiago (2008), COPE: una cadena de radio en busca de su identidad. Madrid, Fragua.

FAUS BELAU, a. (2007) La radio en España (1896/1977): una historia documental. Taurus.

GUARINOS, Virginia (2009), Manual de narrativa radiofónica. Madrid, Síntesis.

MARTÍNEZ-COSTA, M<sup>a</sup> P. (2008) La crónica radiofónica. IORTV.

ORTEGA CARMONA, Leopoldo (comp.) (2008), 7<sup>a</sup> Bienal Internacional de Radio. México 2008: La radio de cara al futuro. El impacto de la convergencia tecnológica. México, D.F., Radio Educación.

ORTIZ, M.A. y LÓPEZ VIDALES, N. (eds.) (2011) Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. Fragua comunicación. Madrid.  
TENORIO, Iván (2009), La nueva radio. Barcelona, Marcombo.

### BIBLIOGRAFÍA PARA TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN

ALCINA FRANCH, J. (1994) *Aprender a investigar. Métodos de trabajo para la redacción de tesis doctorales*. (Humanidades y Ciencias sociales). Madrid: Compañía Literaria.

BLAXTER, L., HUGHES, C., y TIGHT, M. (2000) *Cómo se hace una investigación*. Barcelona. Gedisa. BREZINSKI, C. (1993) *El*

oficio de investigador. México, España: Siglo XXI de España Editores.

**DESANTES GUANTER, J. M.; LÓPEZ YEPES, José. (1996) *Teoría y técnica de la investigación científica*. Madrid: Síntesis.**

DUVERGER, M. (1996) *Métodos de las ciencias sociales*. Barcelona: Ariel. ECO, U. (1992) *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Barcelona: Gedisa. GARCÍA ROLDÁN, J. L. (1995) *Cómo elaborar un proyecto de investigación*. Alicante: Universidad. JONES, D. E. (1998) "Investigación sobre comunicación en España. Evolución y perspectivas", *Zer*, núm.5, noviembre.

LÓPEZ-BARAJAS ZAYAS, E. (1998) *Fundamentos de metodología científica*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia. Pizarro, N. (1998) *Tratado de Metodología de las ciencias sociales*. Siglo XXI de España Editores, Madrid.

POPPER, R. (1994) *La lógica de la investigación científica*. Editorial Tecnos, Madrid.

SIERRA BRAVO, R. (1995) *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Editorial Paraninfo, Madrid.

WALKER, M. *Cómo escribir trabajos de investigación*. (2000) Barcelona: Gedisa.

**WIMMER y DOMINICK. (1996) *La investigación científica de los medios de comunicación social: una introducción a sus métodos*. Bosch. Barcelona**

---

## Recomendaciones

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Nuevas Formas Publicitarias**

Asignatura	Nuevas Formas Publicitarias			
Código	P04M051V01105			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Dominguez Quintas, Susana Elisa			
Profesorado	Dominguez Quintas, Susana Elisa Méndiz Noguero, Alfonso			
Correo-e	squintas@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

**Competencias de titulación**

Código	
--------	--

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje

**Contenidos**

Tema	
------	--

**Planificación**

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	10	15	25
Trabajos y proyectos	0	50	50

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

**Metodologías**

	Descripción
Sesión magistral	Exposición del profesor de los contenidos de la materia objeto de estudio y de las bases teóricas y directrices de un trabajo de investigación que deberá desarrollar el estudiante.

**Atención personalizada**

Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	El estudiante de presentar la elaboración de un trabajo investigación sobre la temática de la materia.

**Evaluación**

	Descripción	Calificación
Trabajos y proyectos	El estudiante presentará el resultado obtenido en la elaboración de un trabajo de investigación sobre la temática de la materia.	100

**Otros comentarios sobre la Evaluación****Fuentes de información****Recomendaciones**



**DATOS IDENTIFICATIVOS****Estudo dos Principais Grupos de Comunicación en España**

Asignatura	Estudo dos Principais Grupos de Comunicación en España			
Código	P04M051V01106			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Roman Portas, Maria Mercedes			
Profesorado	España Campos, Yolanda Roman Portas, Maria Mercedes			
Correo-e	mroman@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

**Competencias de titulación**

Código	
A1	Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación
A4	Conocer teorías y metodologías sobre efectos socioculturales de la comunicación
A5	Conocer teorías y metodologías sobre efectos psicosociales de la comunicación
B2	Capacidad de definir temas de investigación con los que contribuyan al conocimiento, avance y debate de la información y la comunicación y que merezcan la publicación referenciada a nivel nacional o internacional
B3	Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación	saber	A1
Conocer teorías y metodologías sobre efectos socioculturales de la comunicación	saber	A4
Conocer teorías y metodologías sobre efectos psicosociales de la comunicación	saber	A5
Capacidad de definir temas de investigación con los que contribuyan al conocimiento, avance y debate de la información y la comunicación y que merezcan la publicación referenciada a nivel nacional o internacional	saber hacer	B2
Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación	saber hacer	B3

**Contidos**

Tema	
(*)1. Principales grupos empresariales privados propietarios de medios de comunicación	(*)1.1. Datos financieros
(*)2. Estructura de la propiedad de los grupos	(*)2.1. Grupos según cuotas de mercado

**Planificación**

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos tutelados	0	55	55
Sesión maxistral	20	0	20

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

**Metodoloxía docente**

	Descripción
Trabajos tutelados	(*)Trabajo que realiza el alumno

---

---

**Atención personalizada**

<b>Metodologías</b>	<b>Descripción</b>
Trabajos tutelados	

---

---

**Avaliación**

	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados		50
Sesión maxistral	(*)asistencia	50

---

---

**Otros comentarios sobre la Evaluación**

---

---

**Bibliografía. Fontes de información**

Carlos Barrera del Barrio, **Sin Mordaza**, Temas de Hoy,

María Arroyo y Marta Roel (coordinadoras), **Los medios de comunicación en la democracia**, Fragua,

Borja Mora Figueroa, **Los principales grupos de comunicación en España**, Mediación,

---

---

**Recomendacións**

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Métodos de Investigación y Análisis de Identidad e Imagen Corporativa**

Asignatura	Métodos de Investigación y Análisis de Identidad e Imagen Corporativa			
Código	P04M051V01107			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Profesorado	Capriotti Peri, Vicente Paul Martí Pellón, Daniel Francisco			
Correo-e	daniel3marti@yahoo.com			
Web				
Descripción general				

**Competencias de titulación**

Código			
A3	(*)Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas		
A25	(*)Comprender la realidad organizativa a partir de su producción informativa, tanto interna como externa (competencia en auditoría de información y de imagen)		
A27	(*)Desarrollar cualidades para la orientación y gestión de un grupo de análisis de comunicación organizacional (competencia directiva de la comunicación)		
A28	(*)Ser capaz de analizar y evaluar los resultados de una investigación de identidad e imagen, y formular el diagnóstico para establecer la estrategia de identidad de las organizaciones		

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer la bibliografía y las metodologías más empleadas en la investigación y el análisis de los diferentes aspectos de la Identidad Corporativa y la Imagen y Reputación Corporativa	saber	A3
Ser capaz de analizar y evaluar los resultados de una investigación de identidad e imagen, y formular el diagnóstico para establecer la estrategia de identidad de las organizaciones	saber hacer	A25
Aprender a diseñar una investigación sobre el tema, centrando los objetivos, procediendo a la descripción del problema a investigar, buscando las herramientas metodológicas apropiadas, ajustando los métodos concretos	saber hacer	A28
Desarrollar cualidades para la orientación y gestión de un grupo de análisis en temas de Identidad e Imagen Corporativa	Saber estar /ser	A27

**Contenidos**

Tema	
1. Delimitaciones Conceptuales	(*)(*)
2. La Planificación Estratégica de la Identidad Corporativa	(*)(*)
3. La Investigación dentro de la Planificación Estratégica.	(*)(*)
4. El Estudio de Notoriedad	(*)(*)
5. El Estudio de atributos de Imagen	(*)(*)
6. Análisis y Evaluación de Resultados de Identidad e Imagen Corporativa	(*)(*)
7. Diagnóstico de la Imagen Corporativa	(*)(*)

<b>Planificación</b>			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	10	15	25
Trabajos tutelados	5	35	40
Sesión magistral	10	0	10

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

<b>Metodologías</b>	
	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Realización de ejercicios de aplicación para la comprensión y ejecución práctica de los temas
Trabajos tutelados	Se irá desarrollando con el profesor en tutorías presenciales o virtuales. Consistirá en la elección razonada de un tema relacionado con el curso; presentar el estado de la cuestión o marco teórico de la investigación; explicar los objetivos y/o hipótesis de investigación; describir la metodología o metodologías a utilizadas, y exponer los resultados y conclusiones del estudio. Se desarrollará en grupos de trabajo
Sesión magistral	Explicación de los aspectos teóricos y metodológicos del tema.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	se atenderá individualmente y se valorará la participación en las cuestiones planteadas y los trabajos en grupo
Trabajos tutelados	se atenderá individualmente y se valorará la participación en las cuestiones planteadas y los trabajos en grupo

<b>Evaluación</b>		
	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	Se irá desarrollando con el profesor en tutorías presenciales o virtuales. Consistirá en la elección razonada de un tema relacionado con el curso; presentar el estado de la cuestión o marco teórico de la investigación; explicar los objetivos y/o hipótesis de investigación; describir la metodología o metodologías a utilizadas, y exponer los resultados y conclusiones del estudio. Se desarrollará en grupos de trabajo	75
Sesión magistral	Se valora la asistencia y la participación en las sesiones explicativas	25

### **Otros comentarios sobre la Evaluación**

**Fuentes de información**  
 Capriotti, Paul, **Branding Corporativo. Fundamentos para la Gestión Estratégica de la Identidad Corporativa**, Libros de la Empresa,

**Capriotti, Paul:** *Branding Corporativo. Fundamentos para la Gestión Estratégica de la Identidad Corporativa*, Libros de la Empresa, Santiago de Chile, 2009 (disponible en pdf en [www.bidireccional.net](http://www.bidireccional.net)).

### **Recomendaciones**

**Asignaturas que continúan el temario**  
 Investigación de Comunicación en Redes Digitales/P04M051V01103  
 Trabajo Fin de Máster/P04M051V01203

**Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente**  
 Comunicación y Protocolo Institucional y Corporativo/P04M051V01108  
 El Valor y la Adecuación del Texto en la Comunicación de Organizaciones/P04M051V01110  
 Investigación en Proyectos de Relaciones Públicas/P04M051V01109

**Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**  
 La Investigación de los Medios de Comunicación Social/P04M051V01101

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Comunicación y Protocolo Institucional y Corporativo**

Asignatura	Comunicación y Protocolo Institucional y Corporativo			
Código	P04M051V01108			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Ramos Fernández, Luis Fernando			
Profesorado	Milán Fitera, Jorge Luis Ramos Fernández, Luis Fernando			
Correo-e	ferramos@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

**Competencias de titulación**

Código	
A26	(*)Ser capaz recoger y gestionar la información necesaria investigar las relaciones entre organizaciones y sus públicos (competencia analítica en relaciones públicas)
B4	(*)Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera coherente y de su interrelación con otras ciencias sociales, humanas y tecnológicas, así como con los métodos y técnicas de estas disciplinas

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
(*)conocer los diferentes públicos organizacionales y sus formas de relación	saber hacer	A26
(*)conocimiento de los antecedentes históricos y jurídicos del protocolo así como sus diferentes formas y aplicaciones	saber	B4

**Contenidos**

Tema	
(*)La representación política y los ciudadanos	(*)1.1.La comunicación institucional y sus exigencias.
(*)Aproximación histórica al protocolo español	(*) <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1.Naturaleza de las normas</li> <li>1.2.Clases de protocolo</li> <li>1.3.Clasificación de los actos</li> <li>1.4.El protocolo y el ceremonial de Estado en España. Recorrido histórico.</li> <li>1.5.Usos y tratamientos</li> <li>1.6.La representación de la sociedad civil</li> <li>1.7.El ámbito local</li> <li>1.8.El Derecho Premial</li> <li>1.9.La Casa Real.</li> <li>1.10.Casos prácticos</li> </ul>
(*)Protocolos especializados	(*)1.1.Protocolo militar y honores de ordenanza
	1.2.Protocolo naval
	1.3.Protocolo Universitario
	1.4.Protocolo diplomático El Protocolo musulmán
	1.5.Protocolo y choque de culturas.
	1.6.El Protocolo en los Estados Unidos
	1.7.Protocolo europeo
	1.8.Así es la que muchos expertos consideran □La mejor ceremonia del mundo: La entrega de los □Premios Nobel□
	1.9. Los Premios Príncipe de Asturias

(\*)Usos, herramientas y errores del protocolo

(\*)3.1. El agasajo en la cultura mediterránea  
3.3. Los discursos  
3.4. La percepción de lo correcto  
3.5. Relaciones con los medios.  
3.6. Protocolo y seguridad.

(\*)Protocolo y comunicación

(\*)4.1 Cualidades del DIRCOM  
4.2. Habilidades para la comunicación  
4.3. El lenguaje no verbal  
4.4. Protocolo para las situaciones especiales

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	7	7	14
Presentaciones/exposiciones	11	22	33
Sesión magistral	7	7	14
Trabajos y proyectos	2	12	14

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodologías

	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	(*)se presentarán casos para resolver de situaciones
Presentaciones/exposiciones	(*)el alumnado expondrá partes del curso
Sesión magistral	(*)se valorará la asistencia y participación

### Atención personalizada

Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	

### Evaluación

	Descripción	Calificación
Presentaciones/exposiciones	(*)exposición personal de contenidos del curso	25
Trabajos y proyectos	(*)trabajo personal según orientaciones	75

### Otros comentarios sobre la Evaluación

### Fuentes de información

Ramos Fernandez, Fernando, **Protocolo y estrategia para pymes**, 2007,  
Ramos Fernandez, Fernando, **Comunicación y Protocolo en el espacio local**, 2010,

### Recomendaciones

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Investigación en Proyectos de Relaciones Públicas**

Asignatura	Investigación en Proyectos de Relaciones Públicas			
Código	P04M051V01109			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descriptores	Creditos ECTS 3	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Profesorado	Martí Pellón, Daniel Francisco Xifra Triadú, Jordi			
Correo-e	daniel3marti@yahoo.com			
Web				
Descripción general				

**Competencias de titulación**

Código	
A2	Conocer tipologías de medios de comunicación y de públicos así como los modelos de sus relaciones
A6	Saber aplicar técnicas de investigación de públicos
A26	Ser capaz recoger y gestionar la información necesaria investigar las relaciones entre organizaciones y sus públicos (competencia analítica en relaciones públicas)
A27	Desarrollar cualidades para la orientación y gestión de un grupo de análisis de comunicación organizacional (competencia directiva de la comunicación)
A28	Ser capaz de analizar y evaluar los resultados de una investigación de identidad e imagen, y formular el diagnóstico para establecer la estrategia de identidad de las organizaciones

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
(*)Conocer la estructura de los proyectos de relaciones públicas	saber	A2
(*)Conocer y dominar los diferentes procesos y técnicas de investigación de proyectos de relaciones públicas.	saber	A6
(*)Enfocar un proyecto de relaciones públicas a partir de la fase de investigación	saber hacer	A27
(*)Determinar objetivos, los públicos y los medios de proyectos de relaciones públicas	saber hacer	A26
(*)Planificar un proyecto de relaciones públicas a partir de los resultados de la investigación	saber hacer	A26
(*)Trabajar en equipo	Saber estar / ser	A27
(*)Conocer y dominar los diferentes procesos y técnicas de evaluación de la eficacia de los proyectos de relaciones pública	saber hacer	A28

**Contidos**

Tema	
(*)Las relaciones públicas como proceso de cuatro fases	(*)investigación, fijación de objetivos, planificación y evaluación.
(*)El proceso estratégico de las relaciones con los medios de comunicación	(*)Estudio de casos
(*)El proceso estratégico de la comunicación interna	(*)Estudio de casos
(*)El proceso estratégico de relaciones con la comunidad	(*)Estudio de casos
(*)El proceso estratégico de las relaciones institucionales	(*)Estudio de casos
(*)El proceso estratégico de la comunicación financiera	(*)Estudio de casos

(\*)El proceso estratégico de las relaciones con los consumidores

(\*)El proceso estratégico de las relaciones públicas interculturales

(\*)El proceso estratégico de comunicación integrada de marketing

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas e/ou ejercicios	12	24	36
Sesión maxistral	4	4	8
Estudo de casos/análises de situaciones	4	24	28
Probas prácticas, de ejecución de tareas reais e/ou simuladas.	1.5	1.5	3

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodoloxía docente

	Descripción
Resolución de problemas e/ou ejercicios	Cuestiones de comunicación institucional
Sesión maxistral	Presentación y análisis de referencias documentales y de actualidad
Estudo de casos/análises de situaciones	Presentación y análisis de casos

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudo de casos/análises de situaciones	
Resolución de problemas e/ou ejercicios	

### Avaliación

	Descripción	Calificación
Probas prácticas, de ejecución de tareas reais e/ou simuladas.	Realización de casos y solución de cuestiones planteadas	100

### Otros comentarios sobre la Evaluación

### Bibliografía. Fontes de información

Xifra,J., y Lalueza, F., **Casos de relaciones públicas y comunicación corporativa**, Pearson Educación,

### Recomendacións

#### Asignaturas que continúan el temario

Investigación de Comunicación en Redes Dixitais/P04M051V01103

#### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Comunicación e Protocolo Institucional e Corporativo/P04M051V01108

O Valor e a Adecuación do Texto na Comunicación de Organizacións/P04M051V01110

Métodos de Investigación e Análise de Identidade e Imaxe Corporativa/P04M051V01107

#### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Estudo dos Principais Grupos de Comunicación en España/P04M051V01106

A Investigación dos Medios de Comunicación Social/P04M051V01101

**DATOS IDENTIFICATIVOS****El Valor y la Adecuación del Texto en la Comunicación de Organizaciones**

Asignatura	El Valor y la Adecuación del Texto en la Comunicación de Organizaciones			
Código	P04M051V01110			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Dominguez Quintas, Susana Elisa			
Profesorado	Arasa Villar, Daniel Dominguez Quintas, Susana Elisa			
Correo-e	squintas@uvigo.es			
Web				
Descripción general	El valor y la adecuación del texto en la Comunicación de Organizaciones quiere mostrar a los alumnos la importancia del texto escrito como elemento de valor en la construcción de la comunicación de las Organizaciones con sus públicos.			

**Competencias de titulación**

Código			
A1	(*)Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación		
A2	(*)Conocer tipologías de medios de comunicación y de públicos así como los modelos de sus relaciones		
A3	(*)Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas		
A7	(*)Saber aplicar técnicas de investigación de contenidos		
A10	(*)Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoprote		
A13	(*)Conocer las peculiaridades de grupos y asociaciones en redes y comunidades digitales		
A16	(*)Conocimiento de las metodologías más empleadas en el análisis de los diferentes aspectos de los cybermedios		
A19	(*)Ser capaz de determinar las características de recepción, de consumo y de comunicación en distintos tipos o niveles de usuarios y de destinatarios de informaciones		
A20	(*)Conocer políticas de comunicación de grupos mediáticos para el análisis de un periodo informativo de uno o varios medios		
A23	(*)Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoprote		
A25	(*)Comprender la realidad organizativa a partir de su producción informativa, tanto interna como externa (competencia en auditoría de información y de imagen)		
A26	(*)Ser capaz recoger y gestionar la información necesaria investigar las relaciones entre organizaciones y sus públicos (competencia analítica en relaciones públicas)		
B1	(*)Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa		
B2	(*)Capacidad de definir temas de investigación con los que contribuyan al conocimiento, avance y debate de la información y la comunicación y que merezcan la publicación referenciada a nivel nacional o internacional		
B3	(*)Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación		
B5	(*)Habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, conforme a los cánones de las disciplinas de la información y la comunicación		
B6	(*)Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación		
B7	(*)Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación		
B8	(*)Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas		
B9	(*)Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación		

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación	saber	A1

Conocer tipologías de medios de comunicación y de públicos así como los modelos de sus relaciones	saber	A2
Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas	saber	A3
Saber aplicar técnicas de investigación de contenidos	saber	A7
Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisaporte	saber	A10
Conocer las peculiaridades de grupos y asociaciones en redes y comunidades digitales	saber	A13
Conocimiento de las metodologías más empleadas en el análisis de los diferentes aspectos de los cybermedi	saber	A16
Ser capaz de determinar las características de recepción, de consumo y de comunicación en distintos tipos o niveles de usuarios y de destinatarios de informaciones	saber saber hacer	A19
Conocer políticas de comunicación de grupos mediáticos para el análisis de un periodo informativo de uno o varios medios	saber	A20
Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisaporte	saber saber hacer	A23
Comprender la realidad organizativa a partir de su producción informativa, tanto interna como externa (competencia en auditoría de información y de imagen)	saber saber hacer	A25
Ser capaz recoger y gestionar la información necesaria investigar las relaciones entre organizaciones y sus públicos (competencia analítica en relaciones públicas)	saber saber hacer	A26
Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa	saber	B1
Capacidad de definir temas de investigación con los que contribuyan al conocimiento, avance y debate de la información y la comunicación y que merezcan la publicación referenciada a nivel nacional o internacional	saber saber hacer	B2
Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación	saber saber hacer	B3
Habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, conforme a los cánones de las disciplinas de la información y la comunicación	saber saber hacer	B5
Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación	saber saber hacer	B6
Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación	saber	B7
Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas	saber saber hacer	B8
Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación	saber saber hacer	B9

## Contenidos

Tema

Tema1.- Lenguaje, géneros y narrativa digital (\*)

Tema 2.- Periodismo, empresas e instituciones: (\*) (\*)

Una relación necesaria

Tema 3.- Nuevas Tecnologías en la comunicación (\*) (\*)

institucional. Salas de prensa virtuales

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos tutelados	55	0	55
Sesión magistral	20	0	20

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

## Metodologías

	Descripción
Trabajos tutelados	Trabajo tutelado por la profesora
Sesión magistral	Exposición oral de los temas del programa de la materia. Análisis, diálogo y reflexión sobre documentos propuestos por los docentes.

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
--------------	-------------

Sesión magistral	Los alumnos dispondrán de la atención del profesorado de la materia todos los días del curso de la asignatura, además de las sesiones de clase, para compartir las dudas existentes y guiarles en la elaboración del trabajo final que evaluará sus aptitudes.
Trabajos tutelados	Los alumnos dispondrán de la atención del profesorado de la materia todos los días del curso de la asignatura, además de las sesiones de clase, para compartir las dudas existentes y guiarles en la elaboración del trabajo final que evaluará sus aptitudes.

### **Evaluación**

	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	Realización de un trabajo de investigación	50
Sesión magistral	La asistencia a clase y la participación serán requisitos imprescindibles para el desarrollo de la asignatura	50

### **Otros comentarios sobre la Evaluación**

La asistencia a clase y la participación serán requisitos imprescindibles para el desarrollo de la asignatura.

### **Fuentes de información**

La bibliografía actualizada así como los documentos trabajados en clase se colgarán en la Plataforma Docente habilitada para la asignatura por la Universidad de Vigo.

<http://193.146.32.240/tema0910/claroline/course/index.php?cid=P04M051110>

### **Recomendaciones**

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Criterios para la Crítica de Textos Periodísticos**

Asignatura	Criterios para la Crítica de Textos Periodísticos			
Código	P04M051V01201			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Dominguez Quintas, Susana Elisa			
Profesorado	Casasús I Guri, Josep M <sup>a</sup> Dominguez Quintas, Susana Elisa			
Correo-e	squintas@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

**Competencias de titulación**

Código

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	-----------	---------------------------------------

**Contenidos**

Tema

**Planificación**

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	10	15	25
Trabajos y proyectos	0	50	50

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

**Metodologías**

	Descripción
Sesión magistral	Exposición del profesor de los contenidos de la materia y de las bases teóricas y directrices del trabajo final o proyecto a desarrollar por el estudiante.

**Atención personalizada**

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	El estudiante presenta el resultado obtenido en la elaboración de un documento de investigación sobre la temática de la materia.
Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	El estudiante presenta el resultado obtenido en la elaboración de un documento de investigación sobre la temática de la materia.

**Evaluación**

	Descripción	Calificación
Trabajos y proyectos	El estudiante presenta el resultado obtenido en la elaboración de un documento de investigación sobre la temática de la materia.	100

**Otros comentarios sobre la Evaluación**

---

**Fuentes de información**

---

---

**Recomendaciones**

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Textos Clásicos en Investigación en Comunicación**

Asignatura	Textos Clásicos en Investigación en Comunicación			
Código	P04M051V01202			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Dominguez Quintas, Susana Elisa			
Profesorado	Dominguez Quintas, Susana Elisa Martin Algarra, Manuel			
Correo-e	squintas@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

**Competencias de titulación**

Código	
--------	--

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje

**Contenidos**

Tema	
------	--

**Planificación**

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	10	15	25
Trabajos y proyectos	0	50	50

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

**Metodologías**

	Descripción
Sesión magistral	Exposición del profesor de los contenidos de la materia objeto de estudio y bases teóricas y directrices para la elaboración de un trabajo de investigación a desarrollar por el estudiante.

**Atención personalizada**

Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	Los alumnos podrán acceder al profesor e las horas de tutorías para que le resuelva las dudas planteadas en el desarrollo del trabajo.

**Evaluación**

	Descripción	Calificación
Trabajos y proyectos	El estudiante presentará el resultado obtenido en la elaboración de un trabajo de investigación sobre la temática de la materia.	100

**Otros comentarios sobre la Evaluación****Fuentes de información****Recomendaciones**



**DATOS IDENTIFICATIVOS****Trabajo Fin de Máster**

Asignatura	Trabajo Fin de Máster			
Código	P04M051V01203			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	24	OB	1	2c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Garcia Gonzalez, Aurora			
Profesorado	Dominguez Quintas, Susana Elisa Doval Avendaño, Maria Montserrat Garcia Gonzalez, Aurora Martí Pellón, Daniel Francisco Martinez Rodriguez, Beatriz Ramos Fernández, Luis Fernando Roman Portas, Maria Mercedes			
Correo-e	auroragg@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

**Competencias de titulación**

Código			
A1	Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación		
A2	Conocer tipologías de medios de comunicación y de públicos así como los modelos de sus relaciones		
A3	Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas		
A4	Conocer teorías y metodologías sobre efectos socioculturales de la comunicación		
A5	Conocer teorías y metodologías sobre efectos psicosociales de la comunicación		
A6	Saber aplicar técnicas de investigación de públicos		
A7	Saber aplicar técnicas de investigación de contenidos		
A9	Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual		
A16	Conocimiento de las metodologías más empleadas en el análisis de los diferentes aspectos de los cybermedios		
A17	Conocer antecedentes históricos y características político-económicas del sistema de medios en el entorno regional-nacional		
B1	Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa		
B3	Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación		
B4	Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera coherente y de su interrelación con otras ciencias sociales, humanas y tecnológicas, así como con los métodos y técnicas de estas disciplinas		
B5	Habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, conforme a los cánones de las disciplinas de la información y la comunicación		
B9	Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación		

**Competencias de materia**

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje

saber	A1
saber hacer	A2
	A3
	A4
	A5
	A6
	A7
	A9
	A16
	A17
	B1
	B3
	B4
	B5
	B9

### Contidos

Tema	
(*)1. Planteamiento introductorio	(*)1.1. El Trabajo deberá estar orientado a la aplicación de las competencias generales asociadas al Máster y a las competencias específicas del módulo en el que se encuadre el tema de su trabajo de investigación.
(*)2. Contenidos Disciplinarios	(*)2. 1 Reconocer las escuelas y teorías más adecuadas para plantear hipótesis o cuestiones de investigación, para seleccionar categorías o indicadores y demás aspectos contextuales básicos de situación de un proyecto.
(*)3. Contenidos Metodológicos	(*)3.1. Capacidad cognoscitiva y operativa para el diseño de proyectos de investigación en el contexto de uno de los módulos del Máster, estableciendo el mapa de situación, las vías alternativas y la previsión de alcance de una investigación básica o aplicada en comunicación.
(*)4. Destrezas operativas y técnicas	(*)4.1. Manejo de sistemas y aplicaciones para la investigación social habitualmente usadas en proyectos de investigación de usos, públicos, contenidos, recepción, interpretación, etc. de un fenómeno comunicativo en un contexto y período determinados

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos tutelados	0	570	570
Trabajos e proxectos	10	20	30

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodología docente

	Descripción
Trabajos tutelados	El alumno realiza su trabajo de Fin de Master siempre bajo la supervisión de un tutor asignado por la comisión académica del master

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Cfr. epígrafe anterior

### Avaliación

	Descripción	Calificación
Trabajos e proxectos	*Diseño de los pasos básicos de un proyecto de investigación.	100 *Calificación numérica del 0 al 10, conforme al Real Decreto 1125/2003

### Otros comentarios sobre la Evaluación

#### Bibliografía. Fontes de información

DESANTES GUANTER, J. M.; LÓPEZ YEPES, José, **Teoría y técnica de la investigación científica**, 1996,  
 WIMMER y DOMINICK, **La investigación científica de los medios de comunicación social: una introducción a sus métodos.**, 1996,

Otra bibliografía

- ALCINA FRANCH, J. (1994) *Aprender a investigar. Métodos de trabajo para la redacción de tesis doctorales*. (Humanidades y Ciencias sociales). Madrid: Compañía Literaria.
- BLAXTER, L., HUGHES, C., y TIGHT, M. (2000) *Cómo se hace una investigación*. Barcelona. Gedisa.
- BREZINSKI, C. (1993) *El oficio de investigador*. México, España: Siglo XXI de España Editores.
- DUVERGER, M. (1996) *Métodos de las ciencias sociales*. Barcelona: Ariel.
- ECO, U. (1992) *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Barcelona: Gedisa.
- GARCÍA ROLDÁN, J. L. (1995) *Cómo elaborar un proyecto de investigación*. Alicante: Universidad.
- JONES, D. E. (1998) "Investigación sobre comunicación en España. Evolución y perspectivas", *Zer*, núm.5, noviembre.
- LÓPEZ-BARAJAS ZAYAS, E. (1998) *Fundamentos de metodología científica*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Pizarro, N. (1998) *Tratado de Metodología de las ciencias sociales*. Siglo XXI de España Editores, Madrid.
- Popper, R. (1994) *La lógica de la investigación científica*. Editorial Tecnos, Madrid.
- Sierra Bravo, R. (1995) *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Editorial Paraninfo, Madrid.
- WALKER, M. *Cómo escribir trabajos de investigación*. (2000) Barcelona: Gedisa.

---

## Recomendaciones

---