



Facultad de CC. Sociales y de la Comunicación

Mais info na Web da Facultade

(*)

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

(*)

(*)

Máster Universitario en Investigación en Comunicación

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

DATOS IDENTIFICATIVOS**La Investigación de los Medios de Comunicación Social**

Asignatura	La Investigación de los 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	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Dominguez Quintas, Susana Elisa			
Profesorado	Dominguez Quintas, Susana Elisa Núñez Ladevéze, Luis			
Correo-e	squintas@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Reconocer tanto desde el punto de vista terminológico como desde la aceptación de unas metodologías propias la especificidad científica de unas ciencias llamadas a implantar la nueva sociedad de conocimiento.			

Competencias de titulación

Código	
A1	Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa
A2	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
A3	Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación.
A4	Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera
A5	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.
A6	Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación.
A7	Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación.
A8	Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.
A9	Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación
B1	Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación
B2	Conocer tipologías de medios de comunicación y de públicos así como los modelos de sus relaciones
B3	Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas
B4	Conocer teorías y metodologías sobre efectos socioculturales de la comunicación
B5	Conocer teorías y metodologías sobre efectos psicosociales de la comunicación
B6	Saber aplicar técnicas de investigación de públicos
B7	Saber aplicar técnicas de investigación de contenidos
B8	Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing
B9	Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual
B10	Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoprote

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa	saber	A1
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	A2
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	A3
Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera	saber saber hacer	A4

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	A5
Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación.	saber saber hacer	A6
Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación.	saber	A7
Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.	saber saber hacer	A8
Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación	saber saber hacer	A9
Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación	saber	B1
Conocer tipologías de medios de comunicación y de públicos así como los modelos de sus relaciones	saber	B2
Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas	saber	B3
Conocer teorías y metodologías sobre efectos socioculturales de la comunicación	saber	B4
Conocer teorías y metodologías sobre efectos psicosociales de la comunicación	saber	B5
Saber aplicar técnicas de investigación de públicos	saber saber hacer	B6
Saber aplicar técnicas de investigación de contenidos	saber saber hacer	B7
Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing	saber saber hacer	B8
Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual	saber saber hacer	B9
Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisaporte	saber	B10

Contenidos

Tema

Tema 1.- Epistemología de las Ciencias Sociales ()

Tema 2.- Los metodos de investigacion aplicados ()
a los medios de comunicacion

Tema 3.- El diseño de una investigacion en ()
Comunicacion

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	Realización de un trabajo bajo la supervisión del profesor
Sesión magistral	Exposición de los contenidos de la asignatura

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Tutorías individuales

Evaluación

	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	entrega del trabajo	50
Sesión magistral	asistencia a clase	50

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

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	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Doval Avendaño, Maria Montserrat			
Profesorado	Doval Avendaño, Maria Montserrat Martinez Rodriguez, Beatriz			
Correo-e	montse.doval@uvigo.es			

----- GUÍA DOCENTE NO PUBLICADA -----

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 3	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Profesorado	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Correo-e	daniel3marti@yahoo.com			
Web	http://http://comunisfera.blogspot.com.es			
Descripción general	aplicaciones digitales para la investigación de recepción y de discursos en redes sociales abiertas			

Competencias de titulación

Código	
B9	Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual
B13	Conocer las peculiaridades de grupos y asociaciones en redes y comunidades digitales
B14	Desarrollar el conocimiento y uso de recursos digitales para la alerta temprana y el seguimiento de señales asociativas en entornos digitales (competencia estratégica)
B15	Conocer proyectos innovadores y colaborativos (open science, open business,..) para el desarrollo parcial de proyectos e instituciones investigadoras

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer los fundamentos de la comunicación en red y seleccionar las aplicaciones más adecuadas para continuar aprendiendo e investigando	saber saber hacer	B14
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 hipermedia	saber hacer	B9
Saber analizar el discurso con cada grupo de interés o público en redes sociales	saber saber hacer	B13
Conocer y participar en transformaciones de material académico y desarrollo de proyectos abiertos	saber hacer Saber estar /ser	B15

Contenidos

Tema	
seleccionar y organizar herramientas para el seguimiento y conocimiento de comunidades en redes sociales	búsqueda y registro, monitorización, demarcación de campo y delimitación de objeto y perspectiva de investigación en aplicaciones informáticas para seguimiento y registro de material
conocer y utilizar aplicaciones para el análisis y la visualización de contenidos compartidos en redes sociales	análisis de contenidos multimedia; etiquetado y temas sociales; informe de imagen web, visualizaciones e infografía de contenidos compartidos en redes sociales
practicar seguimiento y análisis de discursos en redes sociales	análisis del discurso, conflictos y auditoría y reputación en influenciadores de medios sociales
elaboración de un relato etnográfico de una comunidad en línea	presentación multimedia de una etnografía digital sobre comunidad en redes sociales

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas autónomas a través de TIC	4	8	12
Resolución de problemas y/o ejercicios	4	8	12
Estudio de casos/análisis de situaciones	4	8	12
Proyectos	4	12	16
Trabajos y proyectos	4	20	24

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

Metodologías	
	Descripción
Prácticas autónomas a través de TIC	presentación de aplicaciones y usos para investigación
Resolución de problemas y/o ejercicios	análisis y visualización de contenidos en comunidades
Estudio de casos/análisis de situaciones	seguimiento e interpretación cualitativa de influenciadores en redes sociales
Proyectos	Presentación de un estudio etnográfico sobre la comunicación digital de una comunidad: campo, capital compartido y discursos en redes sociales

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	el grupo de alumnos permite la atención individual directa además de la orientación con los recursos en línea del curso
Estudio de casos/análisis de situaciones	el grupo de alumnos permite la atención individual directa además de la orientación con los recursos en línea del curso
Prácticas autónomas a través de TIC	el grupo de alumnos permite la atención individual directa además de la orientación con los recursos en línea del curso
Proyectos	el grupo de alumnos permite la atención individual directa además de la orientación con los recursos en línea del curso

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Prácticas autónomas a través de TIC	Diseño de un portafolio de investigación	45
Trabajos y proyectos	análisis de influenciadores y tipología de discursos en una comunidad en red	55

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

blog del profesor <http://comunisfera.blogspot.com.es/>

selección de gráficos y citas <http://dan3.tumblr.com/>

blog de investigación y teorías de comunicación (2006-2012 en La Coctelera) <http://infovis.lacoctelera.net/>

grupo en red social uvigo de formación de investigadores en el Máster de Investigación en Comunicación (2009-2011) en redesocial.uvigo.es. <https://redesocial.uvigo.es/pg/groups/62849/master-de-investigacin-en-comunicacin>

Grupo anterior en Facebook <http://www.facebook.com/groups/197068730364734/>

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Trabajo Fin de Máster/P04M051V01203

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Métodos de Investigación en Ciberperiodismo/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 Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Garcia Gonzalez, Aurora			
Profesorado	Araujo Meneses, Joao Paulo Garcia Gonzalez, Aurora			
Correo-e	auroragg@uvigo.es			
Web	http://https://sites.google.com/site/paginadeaurora/			
Descripción general				

Competencias de titulación

Código			
B17	Conocer antecedentes históricos y características político-económicas del sistema de medios en el entorno regional-nacional		
B18	Conocer características diferenciales entre diversos tipos de medios de comunicación por su sistema de gestión y su modelo de financiación		
B19	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		
B20	Conocer políticas de comunicación de grupos mediáticos para el análisis de un periodo informativo de uno o varios medios		

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer antecedentes históricos y características político-económicas del sistema de medios en el entorno regional-nacional	saber	B17
Conocer características diferenciales entre diversos tipos de medios de comunicación por su sistema de gestión y su modelo de financiación	saber	B18
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	B19
Conocer políticas de comunicación de grupos mediáticos para el análisis de un periodo informativo de uno o varios medios	saber hacer	B20

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 flesharing 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, Interviste 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^a P. (2008) La crónica radiofónica. IORTV.

ORTEGA CARMONA, Leopoldo (comp.) (2008), 7^a 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	Castellano			
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	
A1	Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa
A2	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
A3	Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación.
A4	Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera
A5	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.
A6	Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación.
A7	Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación.
A8	Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.
A9	Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación
B17	Conocer antecedentes históricos y características político-económicas del sistema de medios en el entorno regional-nacional
B18	Conocer características diferenciales entre diversos tipos de medios de comunicación por su sistema de gestión y su modelo de financiación
B19	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
B20	Conocer políticas de comunicación de grupos mediáticos para el análisis de un periodo informativo de uno o varios medios
B21	Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing
B22	Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual
B23	Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoporte

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa	saber	A1
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	A2
Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación	saber hacer	A3
Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera	saber hacer	A4
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	A5

Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación	saber hacer	A6
Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación.	saber	A7
Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.	saber saber hacer	A8
Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación	saber saber hacer	A9
Conocer antecedentes históricos y características político-económicas del sistema de medios en el entorno regional-nacional	saber	B17
Conocer características diferenciales entre diversos tipos de medios de comunicación por su sistema de gestión y su modelo de financiación	saber	B18
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	B19
Conocer políticas de comunicación de grupos mediáticos para el análisis de un periodo informativo de uno o varios medios	saber	B20
Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing	saber hacer	B21
Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual	saber hacer	B22
Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisporte	saber saber hacer	B23

Contenidos

Tema	
Tema I.- El nuevo escenario de la publicidad	Subtema 1.- La crisis de la publicidad convencional Subtema 2.- Características de la ""nueva publicidad"" Subtema 3.- De la campaña a la Comunicación integral Subtema 4.- La mezcla de generos: publicidad+entretenimiento
Tema II.- Nuevas formas publicitarias en TV	Subtema 1.- La neotelevisión Subtema 2.- Bartering, infomerciales, telepromociones Subtema 3.- Reformulación del Patrocinio Subtema 4.- El auge del Product placement
Tema III.- Publicidad en la red de redes	Subtema 1.- Internet como medio publicitario Subtema 2.- Del banner a los nuevos formatos Subtema 3.- TV interactiva y Gireles Subtema 4.- Integración medio-consumidor: e-commerce
Tema IV.- Una publicidad que no parece publicidad	Subtema 1.- Nuevo receptor: activo, interesado y ludico Subtema 2.- Nuevo comunicador: escuchar, reflexionar, dialogar. Subtema 3.- Hacia la Integración: Entertainment Marketing

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	

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

La Bibliografía del curso se especificara en las sesiones presenciales.

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Estudio de los Principales Grupos de Comunicación en España**

Asignatura	Estudio de los Principales 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	Espiña Campos, Yolanda Roman Portas, Maria Mercedes			
Correo-e	mroman@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación

Código			
B17	Conocer antecedentes históricos y características político-económicas del sistema de medios en el entorno regional-nacional		
B18	Conocer características diferenciales entre diversos tipos de medios de comunicación por su sistema de gestión y su modelo de financiación		
B19	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		
B20	Conocer políticas de comunicación de grupos mediáticos para el análisis de un periodo informativo de uno o varios medios		
B21	Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing		
B22	Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual		
B23	Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoporte		

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer antecedentes históricos y características político-económicas del sistema de medios en el entorno regional-nacional	saber	B17
Conocer características diferenciales entre diversos tipos de medios de comunicación por su sistema de gestión y su modelo de financiación	saber	B18
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	B19
Conocer políticas de comunicación de grupos mediáticos para el análisis de un periodo informativo de uno o varios medios	saber	B20
Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing	saber hacer	B21
Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual.	saber hacer	B22
Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoporte	saber	B23

Contenidos

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 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 que realiza el alumno
Sesión magistral	Exposición de los contenidos de la asignatura

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Tutorías individuales

Evaluación

	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	Se evaluarán las competencias de la materia. En concreto la B3	50
Sesión magistral	asistencia	50

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes 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,

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Métodos de Investigación e Análise de Identidade e Imaxe Corporativa**

Asignatura	Métodos de Investigación e Análise de Identidade e Imaxe Corporativa			
Código	P04M051V01107			
Titulación	Máster Universitario en Investigación en Comunicación			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castelán			
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	
B24	(*)Saber reconocer indicadores de cambio en los contextos de las organizaciones a partir de comunicación pública en Internet (competencia en vigilancia organizacional tecnológica)
B27	(*)Desarrollar cualidades para la orientación y gestión de un grupo de análisis de comunicación organizacional (competencia directiva de la comunicación)
B28	(*)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	B24
(*)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	B27
(*)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	B28

Contidos

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	(*)

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas e/ou ejercicios	10	15	25

Trabajos tutelados	5	35	40
Sesión maxistral	10	0	10

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

Metodología docente

	Descripción
Resolución de problemas e/ou ejercicios	se plantearán problemas y casos
Trabajos tutelados	se reallizarán trabajo en pequeño grupo orientados
Sesión maxistral	se valorará la participación y asistencia a las exposiciones, introducciones y presentaciones

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas e/ou ejercicios	además de un amplio tiempo de orientación personal se dan indicaciones durante el desarrollo de los casos y de los trabajos tutelados
Trabajos tutelados	además de un amplio tiempo de orientación personal se dan indicaciones durante el desarrollo de los casos y de los trabajos tutelados

Avaliación

	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	la presentación del trabajo personal y en pequeño grupo califica principalmente este curso	75
Sesión maxistral	se valora la asistencia y la participación en las sesiones explicativas	25

Otros comentarios sobre la Evaluación

Bibliografía. Fontes de información

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

Recomendacións

Asignaturas que continúan el temario

Investigación de Comunicación en Redes Dixitais/P04M051V01103
Traballo Fin de Máster/P04M051V01203

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
Investigación en Proxectos de Relacións Públicas/P04M051V01109

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

A Investigación dos 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	Castellano			
Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Ramos Fernández, Luis Fernando			
Profesorado	Ramos Fernández, Luis Fernando			
Correo-e	ferramos@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación

Código			
B24	Saber reconocer indicadores de cambio en los contextos de las organizaciones a partir de comunicación pública en Internet (competencia en vigilancia organizacional tecnológica)		
B25	Comprender la realidad organizativa a partir de su producción informativa, tanto interna como externa (competencia en auditoría de información y de imagen)		
B26	Ser capaz recoger y gestionar la información necesaria investigar las relaciones entre organizaciones y sus públicos (competencia analítica en relaciones públicas)		
B27	Desarrollar cualidades para la orientación y gestión de un grupo de análisis de comunicación organizacional (competencia directiva de la comunicación)		
B28	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
Saber reconocer indicadores de cambio en los contextos de las organizaciones a partir de comunicación pública en Internet (competencia en vigilancia organizacional tecnológica)	saber	B24
Comprender la realidad organizativa a partir de su producción informativa, tanto interna como externa (competencia en auditoría de información y de imagen)	saber	B25
Ser capaz recoger y gestionar la información necesaria investigar las relaciones entre organizaciones y sus públicos (competencia analítica en relaciones públicas)	saber hacer	B26
Desarrollar cualidades para la orientación y gestión de un grupo de análisis de comunicación organizacional (competencia directiva de la comunicación).	saber hacer	B27
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	B28

Contenidos

Tema		
(*)La representación política y los ciudadanos	(*)1.1.La comunicación institucional y sus exigencias.	

(*)Aproximación histórica al protocolo español (*)

- 1.1.Naturaleza de las normas
- 1.2.Clases de protocolo
- 1.3.Clasificación de los actos
- 1.4.El protocolo y el ceremonial de Estado en España. Recorrido histórico.
- 1.5.Usos y tratamientos
- 1.6.La representación de la sociedad civil
- 1.7.El ámbito local
- 1.8.El Derecho Premial
- 1.9.La Casa Real.
- 1.10.Casos prácticos

(*)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,

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	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Martí Pellón, Daniel Francisco			
Profesorado	Fernandez Souto, Ana Belen Martí Pellón, Daniel Francisco Milán Fitera, Jorge Luis			
Correo-e	daniel3marti@yahoo.com			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación

Código			
B24	Saber reconocer indicadores de cambio en los contextos de las organizaciones a partir de comunicación pública en Internet (competencia en vigilancia organizacional tecnológica)		
B26	Ser capaz recoger y gestionar la información necesaria investigar las relaciones entre organizaciones y sus públicos (competencia analítica en relaciones públicas)		
B27	Desarrollar cualidades para la orientación y gestión de un grupo de análisis de comunicación organizacional (competencia directiva de la comunicación)		
B28	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	B26
Conocer y dominar los diferentes procesos y técnicas de investigación de proyectos de relaciones públicas.	saber	B24
Planificar un proyecto de relaciones públicas a partir de los resultados de la investigación	saber hacer	B28
Conocer y dominar los diferentes procesos y técnicas de evaluación de la eficacia de los proyectos de relaciones pública	saber hacer	B27

Contenidos

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	Estudio de casos	
El proceso estratégico de las relaciones públicas interculturales	Estudio de casos	

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	12	24	36
Sesión magistral	4	4	8
Estudio de casos/análisis de situaciones	4	24	28
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	1.5	1.5	3

*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	Este módulo se basa principalmente en la resolución de problemas como la mejor forma de adquirir las competencias de saber hacer necesarias para incorporarse al mercado laboral.
Sesión magistral	introducción a las claves operativas del curso
Estudio de casos/análisis de situaciones	Este módulo se basa principalmente en el estudio de casos como la mejor forma de adquirir las competencias de saber hacer necesarias para incorporarse al mercado laboral.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	El pequeño grupo de clase permite la orientación individual en la solución de casos y problemas
Resolución de problemas y/o ejercicios	El pequeño grupo de clase permite la orientación individual en la solución de casos y problemas

Evaluación

	Descripción	Calificación
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Resolución de un caso práctico ajustándose a los principios del diseño de un proyecto de relaciones públicas que se habrá trabajado durante todo el módulo	100

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

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

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Investigación de Comunicación en Redes Digitales/P04M051V01103

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

Métodos de Investigación y Análisis de Identidad e Imagen Corporativa/P04M051V01107

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Estudio de los Principales Grupos de Comunicación en España/P04M051V01106

La Investigación de los 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	Castellano			
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	Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa
A2	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
A3	Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación.
A4	Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera
A5	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.
A6	Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación.
A7	Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación.
A8	Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.
A9	Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación
B24	Saber reconocer indicadores de cambio en los contextos de las organizaciones a partir de comunicación pública en Internet (competencia en vigilancia organizacional tecnológica)
B25	Comprender la realidad organizativa a partir de su producción informativa, tanto interna como externa (competencia en auditoría de información y de imagen)
B26	Ser capaz recoger y gestionar la información necesaria investigar las relaciones entre organizaciones y sus públicos (competencia analítica en relaciones públicas)
B27	Desarrollar cualidades para la orientación y gestión de un grupo de análisis de comunicación organizacional (competencia directiva de la comunicación)
B28	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
Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa	saber	A1
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	A2
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	A3
Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera	saber hacer	A4

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 hacer	A5
Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación.	saber hacer	A6
Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación	saber	A7
Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.	saber hacer	A8
Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación	saber saber hacer	A9
Saber reconocer indicadores de cambio en los contextos de las organizaciones a partir de comunicación pública en Internet (competencia en vigilancia organizacional tecnológica)	saber saber hacer	B24
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	B25
Ser capaz recoger y gestionar la información necesaria investigar las relaciones entre organizaciones y sus públicos (competencia analítica en relaciones públicas)	saber hacer	B26
Desarrollar cualidades para la orientación y gestión de un grupo de análisis de comunicación organizacional (competencia directiva de la comunicación)	saber hacer Saber estar /ser	B27
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	B28

Contenidos

Tema

Tema 1.- 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	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Dominguez Quintas, Susana Elisa			
Profesorado	Casasús I Guri, Josep M ^a Dominguez Quintas, Susana Elisa			
Correo-e	squintas@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Conocimiento de las tradiciones periodísticas española y gallega. Perspectiva crítica de textos periodísticos.			

Competencias de titulación

Código	
A1	Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa
A2	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
A3	Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación.
A4	Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera
A5	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.
A6	Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación.
A7	Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación.
A8	Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.
A9	Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación
B1	Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación
B2	Conocer tipologías de medios de comunicación y de públicos así como los modelos de sus relaciones
B3	Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas
B4	Conocer teorías y metodologías sobre efectos socioculturales de la comunicación
B5	Conocer teorías y metodologías sobre efectos psicosociales de la comunicación
B6	Saber aplicar técnicas de investigación de públicos
B7	Saber aplicar técnicas de investigación de contenidos
B8	Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing
B9	Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual
B10	Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoprote

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa	saber	A1
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	A2
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	A3
Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera	saber hacer	A4

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 hacer	A5
Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación.	saber hacer	A6
Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación.	saber	A7
Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.	saber hacer	A8
Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación	saber saber hacer	A9
Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación	saber	B1
Conocer tipologías de medios de comunicación y de públicos así como los modelos de sus relaciones	saber	B2
Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas	saber	B3
Conocer teorías y metodologías sobre efectos socioculturales de la comunicación	saber	B4
Conocer teorías y metodologías sobre efectos psicosociales de la comunicación	saber	B5
Saber aplicar técnicas de investigación de públicos	saber hacer	B6
Saber aplicar técnicas de investigación de contenidos	saber hacer	B7
Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing	saber hacer	B8
Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual	saber hacer	B9
Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoporte	saber hacer	B10

Contenidos

Tema

Tema 1. Teoría.	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Sistema general para la crítica de textos periodísticos. 1.2. Periodística de la Recepción. 1.3. Estudios en Periodística de los Géneros y de los Autores. <ol style="list-style-type: none"> 1.3.1. Investigación diplomática. 1.3.2. Análisis recepcional. 1.3.3. Análisis de fuentes. 1.3.4. Análisis comparados. 1.3.5. Análisis de tendencias. 1.3.6. Pragmática. Semantización. Teoría del Rumor. 1.4. Periodística clásica gallega. <p>Apoyo visual a las sesiones teóricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Muestras de periodismo innovador en el siglo XX. - Esquemas de narratología. - Teoría del Rumor. - Teoría del diario: del impreso al digital. - Libros de Estilo.
Tema 2. Práctica.	<ol style="list-style-type: none"> 2.1. Cómo se prepara una antología de textos periodísticos. 2.2. Examen de textos clásicos de periodistas gallegos. <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1. Exposición del trabajo previo de los alumnos. 2.2.2. Debate de los trabajos en seminario. 2.3. Aportaciones de textos buscados por los estudiantes. <ol style="list-style-type: none"> 2.3.1. Exposición del trabajo previo de los alumnos. 2.3.2. Debate de los trabajos en seminario.

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	

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

La documentación necesaria para el estudio y análisis de los alumnos se entregará a los alumnos al inicio del curso.

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	Cuatrimstre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Dominguez Quintas, Susana Elisa			
Profesorado	Dominguez Quintas, Susana Elisa Martin Algarra, Manuel			
Correo-e	squintas@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Conocimiento de autoridades y referencias en teoria de la comunicacion, para acercar a los alumnos a los origenes de las distintas corrientes y perspectivas para la investigacion en comunicacion. Estos autotres han desarrollado distintos modelos que se han aplicado a invetigaciones de los fenomenos comunicativos.			

Competencias de titulación

Código	
A1	Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa
A2	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
A3	Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación.
A4	Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera
A5	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.
A6	Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación.
A7	Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación.
A8	Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.
A9	Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación
B1	Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación
B2	Conocer tipologías de medios de comunicación y de públicos así como los modelos de sus relaciones
B3	Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas
B4	Conocer teorías y metodologías sobre efectos socioculturales de la comunicación
B5	Conocer teorías y metodologías sobre efectos psicosociales de la comunicación
B6	Saber aplicar técnicas de investigación de públicos
B7	Saber aplicar técnicas de investigación de contenidos
B8	Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing
B9	Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual
B10	Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoprote

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa	saber	A1
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	A2
Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación.	saber hacer	A3
Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera	saber hacer	A4

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 hacer	A5
Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación.	saber hacer	A6
Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación.	saber	A7
Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.	saber hacer	A8
Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación	saber saber hacer	A9
Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación	saber	B1
Conocer tipologías de medios de comunicación y de públicos así como los modelos de sus relaciones	saber	B2
Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas	saber saber hacer	B3
Conocer teorías y metodologías sobre efectos socioculturales de la comunicación	saber	B4
Conocer teorías y metodologías sobre efectos psicosociales de la comunicación	saber	B5
Saber aplicar técnicas de investigación de públicos	saber	B6
Saber aplicar técnicas de investigación de contenidos	saber saber hacer	B7
Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing	saber hacer	B8
Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual	saber hacer	B9
Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisaporte	saber saber hacer	B10

Contenidos

Tema

Tema 1.- Autoridades y referencias en teoría de la comunicación ()

Tema 2.- Modelos aplicados a las investigaciones de los fenómenos comunicativos ()

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	

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

La documentación necesaria para el estudio y análisis se entregará a los alumnos al inicio del curso.

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	Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa
A2	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
A3	Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación.
A4	Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera
A5	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.
A6	Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación.
A7	Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación.
A8	Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.
A9	Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación
B1	Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación
B2	Conocer tipologías de medios de comunicación y de públicos así como los modelos de sus relaciones
B3	Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas
B4	Conocer teorías y metodologías sobre efectos socioculturales de la comunicación
B5	Conocer teorías y metodologías sobre efectos psicosociales de la comunicación
B6	Saber aplicar técnicas de investigación de públicos
B7	Saber aplicar técnicas de investigación de contenidos
B8	Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing
B9	Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual
B10	Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoporte
B11	Conocer usos y formalismos (netiqueta) en comunicación digital
B12	Conocer rasgos de identidades virtuales o digitales y los indicadores de cambio o evolución
B13	Conocer las peculiaridades de grupos y asociaciones en redes y comunidades digitales
B14	Desarrollar el conocimiento y uso de recursos digitales para la alerta temprana y el seguimiento de señales asociativas en entornos digitales (competencia estratégica)
B15	Conocer proyectos innovadores y colaborativos (open science, open business,..) para el desarrollo parcial de proyectos e instituciones investigadoras
B16	Conocimiento de las metodologías más empleadas en el análisis de los diferentes aspectos de los cibermedios
B17	Conocer antecedentes históricos y características político-económicas del sistema de medios en el entorno regional-nacional

B18	Conocer características diferenciales entre diversos tipos de medios de comunicación por su sistema de gestión y su modelo de financiación
B19	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
B20	Conocer políticas de comunicación de grupos mediáticos para el análisis de un periodo informativo de uno o varios medios
B21	Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing
B22	Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual
B23	Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoporte
B24	Saber reconocer indicadores de cambio en los contextos de las organizaciones a partir de comunicación pública en Internet (competencia en vigilancia organizacional tecnológica)
B25	Comprender la realidad organizativa a partir de su producción informativa, tanto interna como externa (competencia en auditoría de información y de imagen)
B26	Ser capaz recoger y gestionar la información necesaria investigar las relaciones entre organizaciones y sus públicos (competencia analítica en relaciones públicas)
B27	Desarrollar cualidades para la orientación y gestión de un grupo de análisis de comunicación organizacional (competencia directiva de la comunicación)
B28	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
Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa	saber saber hacer	A1
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	A2
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	A3
Habilidad de organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera	saber hacer	A4
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	A5
Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y la comunicación.	saber hacer	A6
Conocimiento de la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación.	saber	A7
Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.	saber hacer	A8
Comprensión sistemática de un campo de estudio en comunicación y dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con la comunicación	saber saber hacer	A9
Conocer las principales tradiciones teóricas y el estado de la investigación en comunicación	saber	B1
Conocer tipologías de medios de comunicación y de públicos así como los modelos de sus relaciones	saber	B2
Conocer teorías y métodos para analizar los mensajes y contenidos de la comunicación en distintos soportes o plataformas	saber	B3
Conocer teorías y metodologías sobre efectos socioculturales de la comunicación	saber	B4
Conocer teorías y metodologías sobre efectos psicosociales de la comunicación	saber	B5
Saber aplicar técnicas de investigación de públicos	saber hacer	B6
Saber aplicar técnicas de investigación de contenidos	saber hacer	B7
Ser capaz de identificar criterios de estilo editorial y de aplicar técnicas de framing	saber saber hacer	B8
Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual	saber hacer	B9
Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoporte	saber	B10
Conocer usos y formalismos (netiqueta) en comunicación digital	saber	B11
Conocer rasgos de identidades virtuales o digitales y los indicadores de cambio o evolución	saber	B12
Conocer las peculiaridades de grupos y asociaciones en redes y comunidades digitales	saber	B13
Desarrollar el conocimiento y uso de recursos digitales para la alerta temprana y el seguimiento de señales asociativas en entornos digitales (competencia estratégica)	Saber estar /ser	B14
Conocer proyectos innovadores y colaborativos (open science, open business,..) para el desarrollo parcial de proyectos e instituciones investigadoras	saber saber hacer	B15

Conocimiento de las metodologías más empleadas en el análisis de los diferentes aspectos de los cybermedios	saber	B16
Conocer antecedentes históricos y características político-económicas del sistema de medios en el entorno regional-nacional	saber Saber estar /ser	B17
Conocer características diferenciales entre diversos tipos de medios de comunicación por su sistema de gestión y su modelo de financiación	saber	B18
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 estar /ser	B19
Conocer políticas de comunicación de grupos mediáticos para el análisis de un periodo informativo de uno o varios medios	saber	B20
Conocer políticas de comunicación de grupos mediáticos para el análisis de un periodo informativo de uno o varios medios	saber	B21
Desarrollar destrezas de uso de técnicas analíticas de contenido icónico-verbal y audiovisual	saber hacer	B22
Reconocer la oferta informativa común en los lenguajes de servicios multiplataforma o multisoprote	saber hacer	B23
Saber reconocer indicadores de cambio en los contextos de las organizaciones a partir de comunicación pública en Internet (competencia en vigilancia organizacional tecnológica)	saber hacer	B24
Comprender la realidad organizativa a partir de su producción informativa, tanto interna como externa (competencia en auditoría de información y de imagen)	Saber estar /ser	B25
Ser capaz recoger y gestionar la información necesaria investigar las relaciones entre organizaciones y sus públicos (competencia analítica en relaciones públicas)	Saber estar /ser	B26
Desarrollar cualidades para la orientación y gestión de un grupo de análisis de comunicación organizacional (competencia directiva de la comunicación)	saber hacer	B27
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 estar /ser	B28

Contenidos

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 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
Trabajos tutelados	El Trabajo de Fin de Máster supone la realización por parte del alumno de un proyecto, memoria o estudio, en el que aplique y desarrolle los conocimientos adquiridos en el seno del Máster, SIEMPRE CON LA SUPERVISIÓN de un profesor del Master.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Cfr. epígrafe anterior

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Trabajos y proyectos	El alumno entregará un ejemplar de su trabajo en soporte electrónico DEFENDERÁ ANTE UN TRIBUNAL PÚBLICO SU TRABAJO	100 *Calificación numérica del 0 al 10, conforme al Real Decreto 1125/2003

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes 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. (2000) *Cómo escribir trabajos de investigación*. Barcelona: Gedisa.

Recomendaciones