

# **Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado**

## **Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones**

### **GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :**

#### **Procesos de diagnóstico y evaluación de las organizaciones e investigación de mercados (2020 - 2021)**

## 1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Procesos de diagnóstico y evaluación de las organizaciones e investigación de mercados	Código: 835901106
<ul style="list-style-type: none"><li>- Centro: <b>Escuela de Doctorado y Estudios de Postgrado</b></li><li>- Lugar de impartición: -</li><li>- Titulación: <b>Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones</b></li><li>- Plan de Estudios: <b>2018 (Publicado en 2018-09-19)</b></li><li>- Rama de conocimiento: <b>Ciencias Sociales y Jurídicas</b></li><li>- Itinerario / Intensificación:</li><li>- Departamento/s:<ul style="list-style-type: none"><li><b>Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social</b></li><li><b>Sociología y Antropología</b></li></ul></li><li>- Área/s de conocimiento:<ul style="list-style-type: none"><li><b>Comunicación Audiovisual y Publicidad</b></li><li><b>Periodismo</b></li><li><b>Sociología</b></li></ul></li><li>- Curso: <b>1</b></li><li>- Carácter: <b>Obligatoria</b></li><li>- Duración: <b>Primer cuatrimestre</b></li><li>- Créditos ECTS: <b>3,0</b></li><li>- Modalidad de impartición: <b>Presencial</b></li><li>- Horario: <b>Enlace al horario</b></li><li>- Dirección web de la asignatura: <b><a href="http://www.campusvirtual.ull.es">http://www.campusvirtual.ull.es</a></b></li><li>- Idioma: <b>Castellano</b></li></ul>	

## 2. Requisitos para cursar la asignatura

## 3. Profesorado que imparte la asignatura

<b>Profesor/a Coordinador/a: FRANCISCO JOSE POMARES RODRIGUEZ</b>
- Grupo: <b>1</b>
<b>General</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Nombre: <b>FRANCISCO JOSE</b></li><li>- Apellido: <b>POMARES RODRIGUEZ</b></li><li>- Departamento: <b>Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social</b></li><li>- Área de conocimiento: <b>Periodismo</b></li></ul>

<b>Contacto</b> - Teléfono 1: <b>630026845</b> - Teléfono 2: - Correo electrónico: <b>fpomares@ull.es</b> - Correo alternativo: <b>fpomares.rs@gmail.com</b> - Web: <b>http://www.campusvirtual.ull.es</b>						
<b>Tutorías primer cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	14:00	16:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Todo el cuatrimestre		Martes	14:00	16:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Todo el cuatrimestre		Miércoles	14:00	16:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Observaciones:						
<b>Tutorías segundo cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	14:00	16:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Todo el cuatrimestre		Martes	14:00	16:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Todo el cuatrimestre		Miércoles	14:00	16:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Observaciones: Los viernes la tutoría se realiza on line						
<b>Profesor/a: JOSUÉ GUTIERREZ BARROSO</b>						
- Grupo: 1						
<b>General</b> - Nombre: <b>JOSUÉ</b> - Apellido: <b>GUTIERREZ BARROSO</b> - Departamento: <b>Sociología y Antropología</b> - Área de conocimiento: <b>Sociología</b>						

#### Contacto

- Teléfono 1: **922319127**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **jgutierb@ull.es**
- Correo alternativo: **jgutierb@ull.edu.es**
- Web: **<http://www.campusvirtual.ull.es>**

#### Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	15:00	20:00	Facultad de Educación - Módulo B - CE.1D	
Todo el cuatrimestre		Miércoles	10:00	11:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	

Observaciones: Las tutorías serán en línea y presencial. Para llevar a cabo la tutoría en línea, se hará uso de algunas de las herramientas institucionales disponibles para ello, preferentemente Google Meet, con la dirección del correo de la ULL, o por Telegram (Usuario: JosueGutierrez). Tanto para las tutorías online como en línea habrá que solicitar cita previa para evitar aglomeraciones.

#### Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	10:00	14:00	Facultad de Educación - Módulo B - CE.1D	
Todo el cuatrimestre		Miércoles	11:00	13:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	Polivalente

Observaciones: Las tutorías serán en línea y presencial. Para llevar a cabo la tutoría en línea, se hará uso de algunas de las herramientas institucionales disponibles para ello, preferentemente Google Meet, con la dirección del correo de la ULL, o por Telegram (Usuario: JosueGutierrez). Tanto para las tutorías online como en línea habrá que solicitar cita previa para evitar aglomeraciones.

#### 4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Nuevas estrategias en comunicación política y corporativa**  
Perfil profesional:

## 5. Competencias

### Competencias Generales

**CG2** - Capacidad para organizar y planificar acciones dentro del ámbito profesional, con una orientación hacia la consecución de metas y de resultados concretos, y con un compromiso ético

**CG3** - Capacidad de trabajar en equipos interdisciplinarios para lograr objetivos y resolver problemas conjuntamente

### Competencias Básicas

**CB6** - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

**CB7** - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

**CB8** - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

**CB9** - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

**CB10** - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

### Competencias Específicas

**CE5** - Capacidad para seleccionar y aplicar las distintas metodologías y técnicas de investigación con el fin de realizar diagnósticos complejos sobre la comunicación de las organizaciones, instituciones y líderes políticos, sobre el impacto de sus acciones comunicativas y sobre su reputación

**CE6** - Capacidad de formular objetivos, diseñar acciones innovadoras, ofrecer resultados y cuantificar costes en los distintos aspectos comunicativos fundamentales de las organizaciones

**CE7** - Conocimiento de los mecanismos de planificación y gestión de la comunicación, y capacidad de aplicarlos de forma innovadora en la consecución de objetivos estratégicos de carácter institucional, empresarial o político

**CE14** - Capacidad para idear, diseñar y ejecutar campañas de comunicación política y electoral, en el marco de una planificación estratégica e integral

**CE17** - Conocimiento de los principios de la responsabilidad social y capacidad para aplicarlos en el marco de la comunicación organizacional

## 6. Contenidos de la asignatura

### Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

- Investigación de mercados.
- Encuestas.
- Análisis de Opinión pública y comportamiento electoral.

-Metodología de la investigación consumidores/ receptores.

Actividades a desarrollar en otro idioma

## 7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

### Descripción

- Clases teóricas. Lección magistral/método expositivo (presentación o explicación por parte del profesor)
- Clases prácticas (actividades supervisadas por el profesor en el aula)
- Seminarios (en pequeño o gran grupo...)
- Trabajos individuales: consistentes en análisis de contenido realizados en las horas prácticas de la asignatura.
- Estudio personal (preparación de trabajos/proyectos/informes, búsqueda de documentación, preparación de pruebas, exámenes, etc.)
- Evaluación (pruebas escritas, orales, prácticas... utilizadas en la evaluación el progreso de los estudiantes)
- Tutoría (período de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar y discutir materiales y temas presentados en clase)

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

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	12,00	0,00	12,0	[CG2], [CG3], [CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CE5], [CE6], [CE7], [CE14], [CE17]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	12,00	0,00	12,0	[CG2], [CG3], [CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CE5], [CE6], [CE7], [CE14], [CE17]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	25,00	25,0	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	5,00	5,0	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CE5]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	5,00	5,0	[CB6], [CB7], [CB9], [CB10], [CE5]
Preparación de exámenes	0,00	10,00	10,0	[CG2], [CG3], [CE14], [CE17]
Realización de exámenes	1,00	0,00	1,0	[CG2], [CG3], [CE14], [CE17]

Asistencia a tutorías	1,00	0,00	1,0	[CG2], [CG3], [CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10]
Exposiciones, debates y defensas de trabajos y proyectos	2,00	0,00	2,0	[CB9], [CB10], [CE5]
Salidas de campo/visitas	2,00	0,00	2,0	[CG3], [CB6], [CB7]
Total horas	30,00	45,00	75,00	
		Total ECTS	3,00	

## 8. Bibliografía / Recursos

### Bibliografía Básica

Abal Medina, Juan Manuel (h) y Nejamkis, Facundo. Modelos de política, en La política en conflicto. Reflexiones en torno a la vida pública y la ciudadanía. Editorial Prometeo. Año 2004. Adrogué, Gerardo. El debate sobre las propiedades de la opinión pública en EE.UU. En Revista Sociedad, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Año Adrogué, Gerardo. Estudiar la opinión pública. Teoría y datos sobre la opinión pública argentina. En Desarrollo Económico, vol. 38, N° 149 (1998) Alonso, B., Cabrera D. y Tesio M. E., Sondeos, votos y voces, aportes para un debate político y técnico. En Opinión Pública: una mirada desde América Latina, M. Braun y Cecilia Straw. Bourdieu, P. La opinión pública no existe. Conferencia dictada en Noroit, Aras, enero de 1972 y reproducida por la revista Les temps modernes, N° 318, 1973. Corbetta, P. (2010). Metodología y Técnicas de Investigación Social. Madrid : McGraw-Hill. Díaz de Rada, V. (2019): Calidad de respuesta y modo de administración del cuestionario, Revista Internacional de Sociología, Vol. 77, No.1. Font Fábregas, J. y Pasadas del Amo, S. (2016): Las encuestas de opinión, Madrid, CSIC Colección Crespo I., Garrido A., Carletta I, Riorda M. Manual de Comunicación política y estrategias de campaña. Capítulos 1, 5, 6, 7 y 8 Miralles, Ana María. Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana. Editorial Norma. Pomares Rodríguez, F. J. La libertad de informar. CCPC, Santa Cruz de Tenerife, 2016. Zhang, Ch. y F. Conrad. 2014. "Speeding in Web Surveys: the Tendency to answer fast and its association with straightlining". Survey Research Methods 8: 127-135.

### Bibliografía Complementaria

- **Boczkowski, Pablo:** La postverdad. Las noticias falsas y el futuro del periodismo.
- **Manin, Bernard.** Metamorfosis de la representación. En ¿Qué queda de la representación política? CLACSO Argentina, Editorial Nueva Sociedad. ■■■■■■■■
- **Monzón, Cándido.** La opinión pública. Teorías, concepto y métodos, Capítulo 3
- **Mora y Araujo, Manuel.** El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública. La Crujía Ediciones. Capítulos 1 y 5.
- **Noëlle-Neumann, Elisabeth.** La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública, en Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros: El nuevo espacio público, Editorial Gedisa, Barcelona, 1992.
- **Price, Vincent .** La opinión pública. Editorial Paidós Ibérica. Año 1994
- **■ ■ ■ Wolton, Dominique.** La comunicación política: construcción de un modelo, en Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros: El nuevo espacio público, Editorial Gedisa, Barcelona, 1992.

#### Otros Recursos

- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) [www.cis.es](http://www.cis.es)
- Instituto Canario de Estadística (ISTAC) [www.gobiernodecanarias.org/istac/](http://www.gobiernodecanarias.org/istac/)
- Instituto Nacional de Estadística (INE) [www.ine.es](http://www.ine.es)
- R-Studio (promotores del entorno de desarrollo IDE): <http://www.rstudio.com/>
- Tableau Software <https://www.tableau.com/es-es>

## 9. Sistema de evaluación y calificación

#### Descripción

La calificación de la asignatura se realizará mediante una evaluación continua o, en caso de no poder seguir la evaluación continua, un modelo de evaluación alternativo.

La evaluación continua se puntuará hasta 10 puntos y consiste en:

- 1. Trabajos/proyectos/memorias/informes (40% de la nota final):** se evaluará un trabajo sobre la materia de la asignatura.
- 2. Resolución de casos, ejercicios y problemas (30% de la nota final):** participación activa en los debates celebrados en clase (10%) y trabajos individuales sobre conferencias impartidas por expertos (20% de la calificación final).
- 3. Pruebas de respuesta corta (30% de la nota final):** un examen final de nociones teóricas.

En aplicación del Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna (BOC nº 1056 de 19 de enero de 2016): a) Los estudiantes podrán presentarse a la convocatoria que estimen oportuna; b) En caso de no concurrir al examen, la calificación en acta será de no presentado.

El modelo de la evaluación alternativa se puntuará hasta 10 puntos. La misma consistirá en una prueba específica sobre los contenidos teóricos y prácticos impartidos en la asignatura. El examen consistirá en preguntas de desarrollo sobre la teoría (50%) y otra parte con un supuesto práctico o un análisis de contenido (50%).

Esta modalidad de evaluación se aplicará para calificar al alumnado que no curse la evaluación continua

#### Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas de respuesta corta	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]	Adecuación a los contenidos impartidos.	30,00 %
Trabajos y proyectos	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]	Adecuación a los contenidos impartidos.	40,00 %



Resolución de casos, ejercicios y problemas	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]	Participación activa en los debates celebrados en clase (10%) y trabajos individuales sobre conferencias impartidas por expertos (20% de la calificación final).	30,00 %
---	---	--	---------

## 10. Resultados de Aprendizaje

- RA5 - Realizar diagnósticos sobre la comunicación de las organizaciones, las instituciones y los líderes políticos, sobre el impacto de sus acciones comunicativas y sobre su reputación, mediante la correcta aplicación de las metodologías y técnicas de investigación adecuadas para ello.
- RA6 - Formular objetivos y, a partir de ellos, diseñar y ejecutar acciones innovadoras en los distintos aspectos comunicativos fundamentales de las organizaciones.
- RA7 - Planificar y gestionar la comunicación institucional, empresarial y política de forma innovadora, para alcanzar objetivos estratégicos previamente formulados.
- RA14 - Llevar a cabo campañas de comunicación política y electoral, utilizando herramientas innovadoras, tras un proceso de diagnóstico y planificación.
- RA17 - Conocer los principios de la responsabilidad social corporativa y saber aplicarlos de forma innovadora y acorde a los objetivos estratégicos de la organización.

## 11. Cronograma / calendario de la asignatura

### Descripción

Primer cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 3:			0.00	0.00	0.00
Semana 7:	-Investigación de mercados.	Presentación de la asignatura y clases	2.50	10.00	12.50
Semana 8:	-Investigación de mercados-encuestas	Clases y debate	7.50	12.50	20.00
Semana 9:	-Análisis de la opinión pública	Clases y trabajo con experto	7.50	12.50	20.00
Semana 10:	-Metodología de la investigación consumidores/ receptores.	Clases y trabajo con experto	5.00	10.00	15.00

Semana 11:			0.00	0.00	0.00
Semana 13:			7.50	0.00	7.50
Total			30.00	45.00	75.00