

Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado

Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA (ESCENARIO 1):

Procesos de diagnóstico y evaluación de las organizaciones e investigación de mercados (2021 - 2022)

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

2. Requisitos para cursar la asignatura

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: JOSUÉ GUTIERREZ BARROSO
- Grupo: 1
General <ul style="list-style-type: none"> - Nombre: JOSUÉ - Apellido: GUTIERREZ BARROSO - Departamento: Sociología y Antropología - Área de conocimiento: Sociología

Contacto

- Teléfono 1: **922319146**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **jgutierb@ull.es**
- Correo alternativo:
- Web: **<http://www.campusvirtual.ull.es>**

Tutorías primer 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	Tercera Planta. Módulo B
Todo el cuatrimestre		Miércoles	11:00	13:00	Facultad de Educación - Módulo B - CE.1D	Tercera Planta. Módulo B

Observaciones: Las tutorías serán en línea y presencial. Para llevar a cabo la tutoría en línea (Escenario 1), 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	Tercera Planta. Módulo B
Todo el cuatrimestre		Miércoles	11:00	13:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	Despacho Polivalente

Observaciones: Las tutorías serán en línea y presencial. Para llevar a cabo la tutoría en línea (Escenario 1), 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.

Profesor/a: FRANCISCO JOSE POMARES RODRIGUEZ

- Grupo: 1

General

- Nombre: **FRANCISCO JOSE**
- Apellido: **POMARES RODRIGUEZ**
- Departamento: **Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social**
- Área de conocimiento: **Periodismo**

Contacto

- Teléfono 1: **630026845**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **fpomares@ull.es**
- Correo alternativo: **fpomares.rs@gmail.com**
- Web: **<http://www.campusvirtual.ull.es>**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	14:00	15:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Todo el cuatrimestre		Martes	14:00	15:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Todo el cuatrimestre		Miércoles	12:00	14:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Todo el cuatrimestre		Viernes	12:30	12:30	Aulario de Guajara - GU.1E	on line

Observaciones: Mientras se mantenga el Escenario 1, las tutorías serán en línea. Para llevarlas a cabo se hará uso de algunas de las herramientas institucionales disponibles para ello, preferentemente Google Meet, con la dirección del correo fpomares@ull.edu.es. En caso de Escenario 0 las tutorías serán presenciales, excepto las de los viernes, que seguirán siendo online.

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	14:00	15:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Todo el cuatrimestre		Martes	14:00	15:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Todo el cuatrimestre		Miércoles	12:00	14:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores

Todo el cuatrimestre		Viernes	12:30	12:30	Aulario de Guajara - GU.1E	on line
Observaciones: Mientras se mantenga el Escenario 1, las tutorías serán en línea. Para llevarlas a cabo se hará uso de algunas de las herramientas institucionales disponibles para ello, preferentemente Google Meet, con la dirección del correo fpomares@ull.edu.es. En caso de Escenario 0 las tutorías serán presenciales, excepto las de los viernes, que seguirán siendo online.						

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

. (2004) 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.

Adrogué, Gerardo

. (1998) Estudiar la opinión pública. Teoría y datos sobre la opinión pública argentina. En Desarrollo Económico, vol. 38, N° 149

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.

(1973) La opinión pública no existe. Conferencia dictada en Noroit, Aras, enero de 1972 y reproducida por la revista Les temps modernes, Nº 318.

Corbetta, P.

(2010). Metodología y Técnicas de Investigación Social. Madrid : McGraw-Hill.

Crespo I., Garrido A., Carletta I, Riorda M

. Manual de Comunicación política y estrategias de campaña. Capítulos 1, 5, 6, 7 y 8

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 Miralles

, Ana María. Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana. Editorial Norma.

Pomares Rodríguez, F. J. (2016) La libertad de informar. CCPC, Santa Cruz de Tenerife.

Rosendo Ríos, Verónica

(2018): Investigación de mercados, Madrid: ESIC.

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

Beltran, Miguel

(1985): Cinco vías de acceso a la realidad social, REIS, 29.

Boczkowski, Pablo:

La postverdad. Las noticias falsas y el futuro del periodismo.

García Ferrando, Manuel

(1993): La encuesta. En: Garcia M, Ibáñez J, Alvira F. El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de Investigación. Madrid: Alianza Universidad

Maestro Cano, I.C

(2019) "Sobre las limitaciones del Big Data en las ciencias sociales", Sociología y Tecnociencia

, 9 (2), 77-98.

Manin, Bernard.

Metamorfosis de la representación. En ¿Qué queda de la representación política? CLACSO Argentina, Editorial Nueva Sociedad. ■■■■■■

Mayntz, R. Holm, K.; y Hübner, P. (

1975). Introducción a los métodos de la sociología empírica. Madrid: Alianza.

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.

Neisbitt, J.

(2006): Mind Set!, USA:Collins.

Noëlle-Neumann

,

Elisabeth

. (1992) 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.

Ortí, Alfonso

(2000): "La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo", en M. García Ferrando, J. J. Ibáñez y F. Alvira (comps.) El análisis de la realidad social. Madrid: Alianza, pp. 219-282 [e.o. 1986 revisada y ampliada].

Price, Vincent

.(1994). La opinión pública. Editorial Paidós Ibérica.

Riba, C., Torcal, M. y Morales L.

(2010): Estrategias para aumentar la tasa de respuesta y los resultados de la Encuesta Social Europea, RIS, Vol. 68, nº3.

Robles, J.M.; Rodríguez, J. T.; Caballero, R.; Gómez, D

. (2020):

Big data para científicos sociales. Una introducción
, Cuadernos Metodológicos 60, Centro de Investigaciones Sociológicas:Madrid.

Rudder, C. (2016

) Dataclismo: Amor, sexo, raza e identidad; lo que nuestra vida online cuenta de nosotros, Aguilar.

■■■

Wolton, Dominique

. (1992) La comunicación política: construcción de un modelo, en Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros: El nuevo espacio público, Editorial Gedisa, Barcelona.

Otros Recursos

Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)
www.cis.es

Instituto Canario de Estadística (ISTAC)
www.gobiernodecanarias.org/istac/

Instituto Nacional de Estadística (INE)
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	[CG2], [CG3], [CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CE5], [CE6], [CE7], [CE14], [CE17]	Adecuación a los contenidos impartidos.	30,00 %
Trabajos y proyectos	[CG2], [CG3], [CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CE5], [CE6], [CE7], [CE14], [CE17]	Adecuación a los contenidos impartidos.	40,00 %
Resolución de casos, ejercicios y problemas	[CG2], [CG3], [CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CE5], [CE6], [CE7], [CE14], [CE17]	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 9:	-Investigación de mercados.	Presentación de la asignatura y clases	5.00	7.00	12.00
Semana 10:	-Análisis de Opinión pública y comportamiento electoral.	Clases y trabajo con experto	7.50	10.00	17.50
Semana 11:	-Metodología de la investigación consumidores/ receptores.	Clases y trabajo con experto	7.50	10.00	17.50
Semana 12:	-Encuestas.	Clases y trabajo con experto	5.00	7.00	12.00
Semana 16 a 18:	Evaluación	Preparación y evaluación	5.00	11.00	16.00
Total			30.00	45.00	75.00