

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 (2022 - 2023)

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 SocialSociología y Antropología- Área/s de conocimiento:<ul style="list-style-type: none">Comunicación Audiovisual y PublicidadPeriodismoSociología- 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:
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: **jpgutierb@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	Módulo B
Todo el cuatrimestre		Miércoles	11:00	13:00	Facultad de Educación - Módulo B - CE.1D	Módulo B

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	Módulo B
Todo el cuatrimestre		Miércoles	11:00	13:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	Sala 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. Se podrán impartir tutorías en el Edificio de Derecho y Ciencias Sociales, pero habrá que solicitarlas previamente.

Profesor/a: CARMEN MARIA RODRIGUEZ WANGUEMERT

- Grupo:

General

- Nombre: **CARMEN MARIA**
- Apellido: **RODRIGUEZ WANGUEMERT**
- Departamento: **Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social**
- Área de conocimiento: **Periodismo**

Contacto

- Teléfono 1: **922317250**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **crodrigu@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		Miércoles	11:00	14:30	Edificio de Periodismo - GU.4A	3º dcha.
Todo el cuatrimestre		Lunes	12:30	15:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	3º dcha.

Observaciones:

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	09:00	15:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	3º dcha.
		Lunes			- - -	

Observaciones:

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

1. Comunicación interna de las organizaciones: diagnósticos de la comunicación interna de las organizaciones.
2. Procesos y evaluación de la comunicación interna de las organizaciones.
3. Definición de Investigación de mercados. Técnicas de investigación social aplicadas a investigación de mercados. Big data y aplicación a la investigación de mercados.
4. La encuesta como técnica de investigación de mercados.

Actividades a desarrollar en otro idioma

Se propondrán textos en inglés para complementar la asignatura

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Modelo de Enseñanza Centrada en el Alumnado

Aplica el Modelo de Enseñanza Centrada en el Alumnado (MECA - ULL)

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	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	12,00	0,00	12,0	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	25,00	25,0	[CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	5,00	5,0	[CE5], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	5,00	5,0	[CE5], [CB10], [CB9], [CB7], [CB6]
Preparación de exámenes	0,00	10,00	10,0	[CE17], [CE14], [CG3], [CG2]

Realización de exámenes	1,00	0,00	1,0	[CE17], [CE14], [CG3], [CG2]
Asistencia a tutorías	1,00	0,00	1,0	[CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]
Exposiciones, debates y defensas de trabajos y proyectos	2,00	0,00	2,0	[CE5], [CB10], [CB9]
Salidas de campo/visitas	2,00	0,00	2,0	[CB7], [CB6], [CG3]
Total horas	30,00	45,00	75,00	
		Total ECTS	3,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

- **Abal Medina, Juan Manuel (h) y Nejankis, 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, Nº 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: García 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 v 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

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

MODALIDAD DE EVALUACIÓN CONTINUA.

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

- 1. informe de investigación sobre algún contenido del temario (40% de la nota final).** Se darán las pautas del trabajo en el aula.
- 2. Trabajo sobre evaluación de organizaciones (40% de la nota final).** Se darán las pautas del trabajo en el aula.
- 3. Pruebas de respuesta corta (20% de la nota final):** un examen final tipo test en convocatoria oficial. Una vez presentado o presentada a una de las dos primeras pruebas, se considerará agotada la evaluación continua, según lo especificado en el artículo 4 del Reglamento de Evaluación y Calificación de la ULL.

Para acceder a la evaluación continua, es requisito indispensable la asistencia al 80% de las clases.

EVALUACIÓN ALTERNATIVA:

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	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CG3], [CG2], [CE5], [CE6], [CE7], [CE14], [CE17]	Adecuación a los contenidos impartidos.	20,00 %

Trabajos y proyectos	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CG3], [CG2], [CE5], [CE6], [CE7], [CE14], [CE17]	Adecuación a los contenidos impartidos. Incluye el trabajo sobre evaluación de organizaciones y el informe sobre investigación	80,00 %
----------------------	--	--	---------

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:	Tema 1	Presentación de la asignatura y clases	5.00	7.00	12.00
Semana 10:	Tema 2	Clases	7.50	10.00	17.50
Semana 11:	Tema 3	Clases	7.50	10.00	17.50
Semana 12:	Tema 4	Clases	5.00	7.00	12.00
Semana 15:	Semana 15 y 16	Examen en convocatoria. Entrega de ambos trabajos de la asignatura.	5.00	11.00	16.00
Total			30.00	45.00	75.00