

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 (2023 - 2024)

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Procesos de diagnóstico y evaluación de las organizaciones e investigación de mercados	Código: 835901106
- 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: Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social Sociología y Antropología - Área/s de conocimiento: 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 de matrícula y calificación

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: JOSUÉ GUTIERREZ BARROSO
- Grupo:
General - 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	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	09:00	13:00	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.

Profesor/a: ALBERTO ARDÉVOL ABREU

- Grupo:

General

- Nombre: **ALBERTO**
- Apellido: **ARDÉVOL ABREU**
- Departamento: **Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social**
- Área de conocimiento: **Periodismo**

Contacto

- Teléfono 1: **922317247**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **aardevol@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		Jueves	11:00	15:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Cuarto derecha
Todo el cuatrimestre		Viernes	13:00	15:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Cuarto derecha

Observaciones: Para evitar aglomeraciones, se recomienda contactar con el profesor con antelación y reservar día y hora. En caso de que el alumno lo necesite, podrán acordarse tutorías virtuales fuera del horario de tutorías. Para las tutorías virtuales se emplearán las herramientas institucionales de videoconferencia (Google Meet y correo electrónico).

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Jueves	10:00	13:30	Edificio de Periodismo - GU.4A	Cuarto derecha
Todo el cuatrimestre		Viernes	14:00	16:30	Edificio de Periodismo - GU.4A	Cuarto derecha

Observaciones: Para evitar aglomeraciones, se recomienda contactar con el profesor con antelación y reservar día y hora. En caso de que el alumno lo necesite, podrán acordarse tutorías virtuales fuera del horario de tutorías. Para las tutorías virtuales se emplearán las herramientas institucionales de videoconferencia (Google Meet y correo electrónico).

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, J. M. y Nejamkis, F.** (2004). Modelos de política. En A. M García Raggio, J. M. Abal Medina, E. Castorina, S. Emiliozzo, V. Candel, F. Nejamkis y M. Unzué (Eds.), *La política en conflicto. Reflexiones en torno a la vida pública y la ciudadanía* (pp. 143-166). Prometeo.
- Adrogué, G.** (1996). El debate sobre las propiedades de la opinión pública en EE.UU. *Revista Sociedad*, 10, 145-159.
- Adrogué, G.** (1998). Estudiar la opinión pública. Teoría y datos sobre la opinión pública argentina. *Desarrollo Económico*, 38 (149), 387-407. <https://doi.org/10.2307/3467385>
- Alonso, B., Cabrera D. y Tesio M. E.** (2009). Sondeos, votos y voces, aportes para un debate político y técnico. En M. Braun y C. Straw (Eds.), *Opinión Pública: una mirada desde América Latina*. Emecé.
- Bourdieu, P.** (1973). *La opinión pública no existe*. Conferencia dictada en Noroit, Aras, enero de 1972 y reproducida por la revista Les temps modernes, N° 318.
- Corbetta, P.** (2010). *Metodología y técnicas de investigación social*. McGraw-Hill.
- Crespo I., Garrido A., Carletta I y Riorda M.** (2011). *Manual de Comunicación política y estrategias de campaña*. Capítulos 1, 5, 6, 7 y 8
- Cuenca, J. y Verazzi, L.** (2018). *Guía fundamental de la comunicación interna*. UOC
- Cuenca, J. y Verazzi, L.** (2020). *Comunicación interna total. Estrategias, prácticas y casos*. UOC.
- Díaz de Rada, V.** (2019). Calidad de respuesta y modo de administración del cuestionario, *Revista Internacional de Sociología*, 77, (1).

Font Fábregas, J. y Pasadas del Amo, S. (2016). *Las encuestas de opinión*, Madrid, CSIC Colección

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

Aced, C., Arocas, M. y Miquel, S. (2021). *Manual de comunicación interna*. Asociación de Directivos de Comunicación.

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

García Ferrando, M.(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, B. *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, C. (1987). *La opinión pública. Teorías, concepto y métodos*, Capítulo 3

Mora y Araujo, M. (2005). *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, A.(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, V.(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.

Nota para el alumnado de **Quinta o posterior convocatoria:**

El alumnado que se encuentre en la quinta o posteriores convocatorias y desee ser evaluado por un Tribunal, deberá presentar una solicitud a través del procedimiento habilitado en la sede electrónica, dirigida a la Dirección del Máster. Dicha solicitud deberá realizarse con una antelación mínima de diez días hábiles al comienzo del periodo de exámenes".

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.	20,00 %
Trabajos y proyectos	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]	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 10:	Tema 1	Presentación de la asignatura y clases	7.50	10.00	17.50
Semana 11:	Tema 3	Clases	7.50	10.00	17.50
Semana 12:	Tema 4	Clases	7.50	10.00	17.50
Semana 15:	Semana 15 y 16	Examen en convocatoria. Entrega de ambos trabajos de la asignatura.	7.50	15.00	22.50
Total			30.00	45.00	75.00