



Màster Universitari en Comunicació Social

PLA DOCENT D'ASSIGNATURA

Títol de l'assignatura: Mètodes d'Investigació Quantitativa i Experimental en Comunicació

Codi de l'assignatura: 31748

Trimestre: Segon

Tipus: Obligatòria

Nombre de crèdits: 5 ECTS

Llengua o llengües de la docència:

Dr. Frederic Guerrero-Solé, impartirà la docència en anglès

1. Presentació de l'assignatura

Una de les tendències més exteses actualment en la recerca en ciències socials, en general, i en comunicació, en particular, és l'ús de tècniques quantitatives. Tot i que aquests mètodes van ser introduïts cap a finals de la primera meitat del segle XX, sobretot als EUA, no ha estat fins l'emergència de noves formes de comunicació que han permès un accés molt més senzill a les dades dels objectes (missatges) i dels subjectes (audiència), a la gran quantitat de dades que podem processar i al predomini de la recerca quantitativa sobre la qualitativa en una gran majoria de les revistes acadèmiques d'impacte que s'ha fet imperatiu que els futurs professionals i investigadors en comunicació hagin de conèixer les principals tècniques d'anàlisi quantitativa. Aquest és l'objectiu del curs: dotar els estudiants del coneixement que els permetrà plantejar i enfocar una recerca quantitativa, fer les preguntes pertinents dins dels principals marcs teòrics i metodològics de la comunicació en l'actualitat, i aplicar les tècniques estadístiques adequades per a cada pregunta o hipòtesi. Finalment, l'alumne aprendrà a extreure les conclusions dels resultats obtinguts, així com a determinar les febleses o les limitacions de les recerques quantitatives.



2. Competències que s'han d'assolir

- Abordar aspectes de la comunicació seguint la lògica de la recerca quantitativa.
- Plantejar correctament les qüestions i formular les hipòtesis pertinents en una recerca quantitativa.
- Dissenyar integralment una recerca de tipus quantitatiu, i situar-la dins dels marcs teòrics i metodològics pertinents.
- Definir les variables que formen part de la recerca, i els mètodes d'obtenció de les mostres a analitzar.
- Aplicar correctament les tècniques estadístiques apreses, en funció de les preguntes i de les característiques de les variables.
- Extreure els resultats i interpretar-los de forma correcta.
- Discutir l'aplicació dels mètodes estadístics i l'abast dels resultats obtinguts, així com observar les possibles limitacions de les recerques i les seves causes.
- Formular judicis crítics sobre les metodologies i les perspectives de la comunicació a partir dels coneixements assolits.
- Usar l'aplicatiu estadístic SPSS per tal d'obtenir els resultats requerits per la investigació.

3. Continguts

Programa

1. Introducció a la investigació quantitativa

- El coneixement científic i la recerca social. El mètode científic.
- Els mètodes quantitativus.

2. Els fonaments de la recerca quantitativa en comunicació.

Planificació d'una recerca quantitativa: fases i conceptes principals

- Interessos de recerca i marc teòric de referència. Breu introducció a les teories de la comunicació i a les principals qüestions abordades.
- Formulació d'un problema de recerca (pregunta o preguntes de recerca). Interès, necessitats, motivació, pertinença.
- **Definició de variables.**
- Marc teòric: bibliografia i estat de la qüestió.

- Formulació d'hipòtesis (en cas de ser necessari) **basades en la bibliografia i l'estat de la qüestió.**
- Disseny de la recerca (planificació de les fases de recerca).
- Selecció de les mostres.
- Distinció dels objectius de les diferents metodologies (mètodes de recolecció de dades, mètodes de processament de dades, mètodes d'anàlisi de dades).

3. Metodologia i tècniques de recerca quantitativa

- Enquesta
- Anàlisi de contingut
- Mètodes experimentals
 - Definició de l'experiment
 - Causalitat i control

4. Estratègies i consideracions en el procés de recolecció i processament de dades

5. Anàlisi estadística de les dades

- Introducció a l'estadística
 - Conceptes principals
 - Estadística descriptiva
- Mètodes estadístics
 - Anàlisi univariable
 - Anàlisi bivariàble:
 - Correlació
 - Taules de contingència
 - Anàlisi de la variança
 - Anàlisi multivariable
 - Regressions lineals
 - Regressions múltiples XXX
 - Estudis experimentals
- Software estadístic: SPSS

6. Presentació de resultats

4. Avaluació

Sistemes d'avaluació	Ponderació %
Plantejament de la qüestió i definició de les variables	20 %
Introducció i estat de la qüestió	10%
Definició del mètode (recolecció i processament de dades)	20%
Anàlisi estadística i resultats. Ús de les tècniques estadístiques	30%
Conclusions de la recerca	10%
Presentació de la recerca més participació en els debats a classe	10%
TOTAL	100%

Els estudiants poden treballar individualment o bé en grup de dues persones.

5. Bibliografia i recursos didàctics

5.1. Bibliografia bàsica

Allen, M., Titsworth, S., & Hunt S. K. (2009). *Quantitative Research in Communication*. London: Sage.

Berger, A. A. (2000). *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Sage.

Bericat Alastuey, E. (1998). La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social: significado y medida. Barcelona:Ariel.

Igartua, J. J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona: Bosch. Retrieved from http://cataleg.upf.edu/record=b1376331~S11*cat

L'Etang, J. (2008). *Public relations: Concepts, practice and critique*. London: Sage Publications.



Lewis-Beck, Michael S. (ed.) (1993). *Experimental design and methods*. London: Sage.

Pallant, J. (2005). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS for Windows (Version 12)*. **Maidenhead : Open University Press**

Pérez López, C.(2009). *Técnicas estadísticas multivariantes com SPSS*. Madrid:Garceta.

Wagner, W. E. (2011). *Using IBM SPSS Statistics for Social Statistics and Research Methods*. London: Sage.

5.2. Bibliografia recomenada

Denham, B. E. (2002), Advanced Categorical Statistics: Issues and Applications in Communication Research. *Journal of Communication*, 52: 162–176. doi: 10.1111/j.1460-2466.2002.tb02537.x

Dilenschneider, R. L. (2010). *The AMA handbook of public relations: Leveraging PR in the digital world*. New York: Amacom.

Guerrero-Solé, F., Corominas-Murtra, B., & Lopez-Gonzalez, H. (2014). Pacts with Twitter. Predicting voters' indecision and preferences for coalitions in multiparty systems. *Information, Communication & Society*, 17(10), 1280-1297. doi:10.1080/1369118X.2014.920040

Guerrero-Solé, Frederic; Besalú, Reinald; López-González, Hibai (2014). Save me, save them! Trash Talk Shows and the Third-Person Effect. *Communications, The European Journal of Communication Research*, 39 (2), 193-214.

Guerrero-Solé, F. (2013). El efecto tercera persona en el caso de los medios, la publicidad y contenidos controvertidos. *Trípodos*, 33, 121–132.

Heath, R.L. (2013). *The encyclopedia of public relations*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Igartua, J.-J., & Cheng, L. (2009). Moderating effect of group cue while processing news on immigration: Is the framing effect a



heuristic process? *Journal of Communication*, 59, 726–749. doi:10.1111/j.1460-2466.2009.01454.x

Jin, Y., Pang, A., & Cameron, G. T. (2012). Toward a Publics-Driven, Emotion-Based Conceptualization in Crisis Communication: Unearthing Dominant Emotions in Multi-Staged Testing of the Integrated Crisis Mapping (ICM) Model. *Journal Of Public Relations Research*, 24(3), 266-298. doi:10.1080/1062726X.2012.676747

Kim, Jeesun, Hyo Jung Kim, and Glen T. Cameron. 2012. "Finding Primary Publics: A Test of the Third-Person Perception in Corporate Crisis Situations." *Journal Of Public Relations Research* 24, no. 5: 391-408.

Kim, Y., & Choi, Y. (2012). College Students' Perception of Philip Morris's Tobacco-Related Smoking Prevention and Tobacco-Unrelated Social Responsibility. *Journal Of Public Relations Research*, 24(2), 184-199. doi:10.1080/1062726X.2012.626138

Knobloch-Westerwick, S. (2012), Selective Exposure and Reinforcement of Attitudes and Partisanship Before a Presidential Election. *Journal of Communication*, 62: 628–642. doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01651.x

Lopez-Gonzalez, H., Guerrero-Sole, F., & Haynes, R. (2012). Manufacturing conflict narratives in Real Madrid versus Barcelona football matches. *International Review for the Sociology of Sport*, 1012690212464965–. doi:10.1177/1012690212464965

Ruiz, C.; Masip, P.; Micó, J.; Díaz Noci, J. y Domingo, D., "Conversación 2.0. y democracia. Análisis de los comentarios de los lectores en la prensa digital catalana." en: *Communication and Society/Comunicación y Sociedad*, vol. XXIII, n. 2, 2010, pp.7-39.

Sauro, Jeff; Lewis, James R. (2012). *Quantifying the user experience: Practical statistics for user research*. Elsevier.

Sriramesh, K. & Verčič, D. (2009). *The global public relations handbook: Theory, research and practice*. New York: Routledge.

Theaker, A. (2004). *The public relations handbook (2nd edition)*. London: Routledge.



Ye, L., & Ki, E. (2012). The Status of Online Public Relations Research: An Analysis of Published Articles in 1992–2009. *Journal Of Public Relations Research*, 24(5), 409-434. doi:10.1080/1062726X.2012.723277.

5.3. Web resources

Llopis Pérez, Jaume. La estadística: una orquesta hecha instrumento. <http://estadisticaorquestainstrumento.wordpress.com/>

UOC. Proyecto E-MATH. Uso de las TIC en asignaturas cuantitativas aplicadas. <http://www.uoc.edu/in3/e-math/>

Web Center for Social Research Methods. <http://www.socialresearchmethods.net/>

6. Metodologia

Al llarg del curs, que consta de 10 sessions de 3 hores cadascuna, s'utilitzaran diferents metodologies d'aprenentatge:

- Classes magistrals
- Seminaris de discussió sobre lectures
- Presentació i discussió a classe de l'evolució dels treballs de recerca
- Tutories presencials
- Pràctiques per tal que l'estudiant aprofundeixi en els conceptes explicats a classe i utilitzi el programari SPSS



7. Programació d'activitats

SETMANA 1
Introducció de l'assignatura Introducció a les teories i els mètodes de recerca en comunicació Introducció al paquet estadístic SPSS
SETMANA 2
Els fonaments de la recerca quantitativa en comunicació. Planificació d'una recerca quantitativa: fases i conceptes principals Exposició del tema i de les preguntes de recerca Lectures. Igartua
SETMANA 3
Presentació de la planificació de la recerca quantitativa i definició de les variables. Presentació a classe i treball a lliurar al professor
SETMANA 4
Metodologies de recollida de dades Presentació de la Introducció i estat de la qüestió
SETMANA 5
Introducció a l'estadística Presentació del mètode de recollida i processament de dades. Presentació pública i per escrit
SETMANA 6
Anàlisi univariàble i bivariàble: Pràctiques amb SPSS



SETMANA 7

Anàlisi multivariable: Pràctiques amb SPSS

SETMANA 8

Estudis experimentals

SETMANA 9

Presentació de l'anàlisi estadística i resultats. En públic i per escrit

SETMANA 10

Presentació de les conclusions de la recerca. En públic i per escrit