

**Programa de Asignatura  
INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA**

**A. Antecedentes Generales**

<b>1. Unidad Académica</b>	FACULTAD DE COMUNICACIONES					
<b>2. Carrera</b>	PUBLICIDAD					
<b>3. Código del ramo</b>	PBI313					
<b>4. Ubicación en la malla</b>	III año, V semestre					
<b>5. Créditos</b>	8					
<b>6. Tipo de asignatura</b>	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
<b>7. Duración</b>	Bimestral		Semestral	X	Anual	
<b>8. Módulos semanales</b>	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas		Ayudantía	
<b>9. Horas académicas</b>	Clases	68	Ayudantía			
<b>10. Pre-requisito</b>	Investigación Cualitativa					

**B. Aporte al Perfil de Egreso**

El curso pretende que el estudiante logre aplicar un diseño de metodología de investigación cuantitativa en la recolección de información y procesamientos de los datos, con la finalidad de establecer conclusiones que permitan resolver los parámetros estratégicos en la elaboración de acciones comunicacionales.

La asignatura se encuentra en el ciclo de licenciatura, del plan de estudio de la carrera de Publicidad, siendo parte de la línea sociedad y aportando al perfil de egreso al promover el desarrollo de la Competencia Genéricas UDD Futuro de “Eficiencia y “Visión Analítica”, y de las competencias específicas de “Búsqueda, Selección e Integración de la Información” y “Trabajo en equipo”.

### C. Competencias y Resultados de Aprendizaje generales que desarrolla la asignatura

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
Eficiencia	Organiza los procesos para lograr la recolección de datos, por medio de ejercicios prácticos.
Visión analítica	
Competencias Específicas	<p>Aplica metodología de investigación cuantitativa, acorde con enfoques de las ciencias sociales, para resolver de manera crítica los parámetros en la elaboración de acciones comunicacionales.</p> <p>Identifica las herramientas para la búsqueda de información necesaria para el posterior desarrollo estratégico.</p> <p>Reconoce el trabajo en equipo como una herramienta presente en el desarrollo de proyectos, por medio de trabajos prácticos grupales.</p>
Búsqueda, Selección e Integración de la Información	
Trabajo en equipo	

### D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
<p><b>UNIDAD I: DISEÑO DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Diseño experimental.</li> <li>Diseño no experimental. Alcance de la investigación, coherencia con la hipótesis.</li> </ol>	<p>Búsqueda, Selección e Integración de la Información.</p> <p>Visión analítica</p>	<p><b>UNIDAD I</b></p> <p>Elabora, de manera inicial, un diseño de investigación utilizando el método cuantitativo para la recolección de información en una investigación social.</p> <p>Integra el pensamiento crítico en el proceso creativo de una propuesta comunicacional.</p>
<p><b>UNIDAD II: ELABORACIÓN Y APLICACIÓN INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Cuestionario</li> <li>Construcción de cuestionario (dimensiones, variables conceptuales y operacionales)</li> <li>Escalas de medición</li> </ol>	<p>Búsqueda, Selección e Integración de la Información.</p> <p>Eficiencia</p>	<p><b>UNIDAD II</b></p> <p>Aplica instrumentos para la recolección de datos de naturaleza cuantitativa, en el contexto de una investigación en ciencias sociales.</p> <p>Define procedimientos para recolectar información cuantitativa de un fenómeno social, según los objetivos</p>

<p><b>UNIDAD III: PROCESAMIENTO DE DATOS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Parámetros estadísticos: cálculo de frecuencias absolutas y relativas; media aritmética; mediana; moda.</li> <li>2. Uso de Excel, SPSS, Google Adwords, Google Analytics.</li> </ol>	<p>Trabajo en equipo</p> <p>Búsqueda, Selección e Integración de la Información.</p> <p>Visión analítica</p> <p>Trabajo en equipo</p>	<p>propuestos, haciendo uso de las diversas técnicas y herramientas del método de investigación.</p> <p>Construye y aplica instrumentos de medición (cuestionarios en terreno) de manera conjunta con el equipo de trabajo, asumiendo un rol playing.</p> <p><b>UNIDAD III</b></p> <p>Diferencia las herramientas para la investigación de mercado por medio de estudios reales disponibles.</p> <p>Ejecuta programas estadísticos, para comprobar hipótesis planteadas, por medio de ejercicios prácticos.</p> <p>Analiza y cruza datos a través del uso de herramientas específicas que se desarrollan en trabajos grupales.</p>
<p><b>UNIDAD IV: CONCLUSIONES Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprobación de hipótesis.</li> <li>2. Integración de las conclusiones en propuestas estratégicas en el marco de la comunicación.</li> <li>3. Presentación de los resultados en un informe escrito con cuadros estadísticos, tablas, gráficos, etc.</li> </ol>	<p>Búsqueda, Selección e Integración de la Información.</p> <p>Visión analítica</p> <p>Eficiencia</p>	<p><b>UNIDAD IV</b></p> <p>Interpreta hallazgos de investigación cuantitativa para generar propuestas estratégicas en el ámbito de las comunicaciones.</p> <p>Precisa conclusiones que se traducen en propuestas estratégicas en el marco de la comunicación.</p> <p>Integra el pensamiento crítico en el proceso creativo de una propuesta comunicacional.</p>

## **E. Estrategias de Enseñanza**

La metodología de enseñanza incluirá el desarrollo de trabajos prácticos en donde el estudiante podrá aplicar los conocimientos y herramientas para el proyecto de investigación cuantitativa. Fomentando la participación y el análisis de problemáticas.

Además, el curso se estructura en base a:

- Trabajos grupales orientados en la utilidad de las distintas técnicas de investigación cuantitativa, según los diversos contextos y objetivos investigativos.
- Análisis individuales y grupales enfocados en la evaluación de las diversas técnicas de investigación cuantitativa.
- Trabajos grupales de elaboración y aplicación de investigaciones cuantitativas.
- Talleres grupales y/o individuales de análisis de resultados de las investigaciones cuantitativas desarrolladas.
- Análisis individual y/o grupal en función del uso de la información obtenida a partir de investigaciones cuantitativas para el diseño de estrategias comunicacionales.

## **F. Estrategias de Evaluación**

La asignatura comprende diferentes momentos de evaluación, por tanto, incluye controles de lectura a fin de chequear la comprensión de los temas abordados durante el desarrollo de los contenidos, así como certámenes para determinar el logro de ciertos aprendizajes al término de una unidad o un cuerpo determinado de contenidos.

El trabajo grupal debe estar presente a lo largo de todo el semestre, buscando constatar el nivel de integración de la información por parte de los alumnos. Asimismo, evaluará la capacidad de presentar los trabajos de forma profesional y creativa usando el lenguaje técnico acorde a la asignatura.

En síntesis, las evaluaciones consideran dos certámenes, trabajos grupales, controles de lectura y un examen final.

**Requisito de asistencia:** este curso tiene como requisito que el estudiante tenga un 80% de asistencia a las clases.

## **G. Recursos de Aprendizaje**

### **BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA:**

Tamayo .et. al. (2011): El Proceso de Investigación Científica. 5° Edición Limusa. México  
Hernández, R. et. Al. (2014): Metodología de la Investigación. 6° Edición Mc Graw Hil. Madrid.

### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:**

Cegarra, J. (2004) Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica. Ediciones Díaz de Santos. Madrid.