

 UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA Escuela de Publicidad Programa de Publicidad Internacional		PROGRAMA MAESTRÍA EN PUBLICIDAD DIGITAL
FORMATO CONTENIDO PROGRAMÁTICO POSTGRADOS		NOMBRE ASIGNATURA: Trabajo de Investigación I
		CÓDIGO:
		CICLO No: 2
DOCENTE HORAS PRESENCIALES: 36	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE: 108 HORAS TOTALES: 144	NÚMERO DE CRÉDITOS: 3

JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA
Metodología de investigación Esta asignatura tiene una orientación dirigida a brindar las herramientas para abordar una metodología de investigación en el área de la comunicación publicitaria dentro del ámbito digital. Por una parte, el objetivo es establecer vínculos entre la teoría y la práctica para aplicar los conceptos en la investigación empírica; y por otra, mediante el razonamiento deductivo a partir de la observación para la identificación de conceptos y oportunidades en un proceso. Se abordan además, los distintos enfoques del método científico, el cual implica un camino alternativo para dar posibles respuestas a preguntas de investigación. El trabajo de investigación I permite abordar y examinar los diferentes pasos del proceso de formulación de problemas y de hipótesis orientando al estudiante en su propia construcción de pensamiento teórico para convertirlo luego en empírico. Esta asignatura contiene las bases para la formulación de un proyecto de Investigación.

OBJETIVO DE LA ASIGNATURA
Abordar y comprender los distintos enfoques del método científico, para formular preguntas de investigación frente a un contexto específico.

COMPETENCIAS QUE SE BUSCA DESARROLLAR EN LA UNIDAD DE ESTUDIO
<u>Competencia Genéricas</u> • Pensamiento crítico: Evalúa diferentes perspectivas; Analiza un argumento y justifica una posición de acuerdo o desacuerdo frente a este; construye

argumentos sólidos, con premisas explícitas y conclusiones que se desprenden lógicamente de las premisas.

- **Entendimiento interpersonal:** Identifica fortalezas y limitaciones para el desenvolvimiento de las personas que resultan de sus actitudes y motivaciones; Comprende al otro y su demanda; Encuentra estrategias y aproximaciones para resolver situaciones conflictivas. Está abierto a nuevas ideas y enfoques.
- **Pensamiento creativo:** Propone y desarrolla ideas originales. Propone situaciones o problemas nuevos o diferentes a los planteados. Plantea y propone planes de acción encaminados a obtener un resultado determinado. Encuentra perspectivas frente a una situación, o aproximaciones a un problema, nuevas, diferentes de las comúnmente aceptadas. Ser flexible para cambiar de opinión.
- **Inteligencia Emocional:** Desarrolla la capacidad de reconocer sus propias emociones y las de los demás. Lograr diferenciar entre varias emociones y poderlas clasificar correctamente. Usa información emocional para guiar el pensamiento y el comportamiento.
- **Juicio y Toma de decisiones:** Entiende que tomar decisiones es complejo pero necesario. Aplica la necesidad de priorizar las decisiones en función de su importancia. Identifica varias opciones de decisión para optar por una de ellas. Implementa en la toma de decisiones tanto procesos intuitivos como procesados o sustentados. Proporcionar metas y objetivos con directrices claras.
- **Comunicación:** Capaz de comunicar claramente sus expectativas en el marco de decisiones corporativas. Lee comprensivamente distintos tipos de textos, mediante la aplicación de estrategias comunicativas y lingüísticas específicas. Analiza y establece relaciones entre los distintos componentes de un texto y reconoce su intención comunicativa. Se expresa oralmente y elabora material escrito de diversos tipos (informe, ensayo, acta) con coherencia, claridad y precisión, reconociendo la intención comunicativa y el público al que va dirigido. Usa apropiadamente los formatos y códigos propios de la comunicación en diferentes contextos.
- **Comunicación en inglés:** Comprende los puntos principales de textos, en inglés estándar, en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio. Sabe desenvolverse en la mayor parte de las situaciones cotidianas que pueden surgir al interactuar con personas que manejan el inglés. Produce textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal. Describe experiencias, acontecimientos, deseos y aspiraciones, así como justifica brevemente sus opiniones o explica sus planes.
- **Manejo de la información:** Analiza y evalúa críticamente la información y sus fuentes. Selecciona la información requerida y la usa de manera eficiente para cumplir una tarea específica. Identifica información faltante o información no confiable al analizar una situación o problema. Identifica el impacto económico,

legal y social que implica el uso de la información y la maneja de manera ética y responsable.

- **Trabajo en equipo:** Identifica los diferentes roles en un equipo de trabajo a partir de la dinámica presente en una situación. Analiza y propone estrategias de trabajo en equipo para enfrentar una situación o resolver conflictos en el grupo. Organiza el trabajo en equipo para producir resultados. Asume roles tanto de liderazgo como de soporte y apoyo en equipos de trabajo.

Competencias específicas

Al finalizar el curso el estudiante tendrá las competencias para plantear preguntas de investigación que se dirijan a explorar contextos digitales en el ámbito empresarial.

- Comprender las variables para la formulación de preguntas de investigación.
 - Entiende las dinámicas de la investigación y su importancia en los proyectos de innovación.
 - Conoce los diferentes métodos de investigación.

PLAN TEMÁTICO PREVISTO

- ¿Qué es la investigación?
- Metodología de investigación
- La importancia de la investigación para la innovación en el mundo empresarial.

SOPORTE BIBLIOGRÁFICO BÁSICO

Díaz Larenas, Claudio, Solar, María Inés, Soto Hernández, Valentina, Conejeros Solar, Marianela, LAS PERCEPCIONES DE LOS PROFESORES RESPECTO A LA INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EN SUS CONTEXTOS PROFESIONALES. Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación" [en línea] 2015, 15 (Mayo-Agosto) : [Fecha de consulta: 25 de junio de 2019] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44738605009>> ISSN

ESTRATEGIA METODOLÓGICA

Cátedra presencial, fundamentada en casos prácticos de estudio y análisis.
Lecturas de referencia previas.

Actividades experienciales, Empleo de simulaciones, casos de estudio e instrumentos de autoevaluación

Talleres en clase y/o fuera de ella, que permitan la aplicación práctica de los temas vistos.

Quiz en clase para evaluar la comprensión de los temas

SISTEMA DE EVALUACION DEL RENDIMIENTO ACADEMICO

Tipos de trabajos	Trabajos específicos	Porcentaje individual	Porcentaje general
Talleres y actividades de campo	Solución de casos	40%	
	Simulación y propuestas de ideación	20%	
Examen final	Proyecto final	40%	

NOTA: Las fechas de entrega de las actividades son las determinadas y acordadas en clase.

PERFIL DOCENTE

Docente y profesional cuyas competencias sean las idoneas para la enseñanza de metodología en la investigación.

CONTROL DE CAMBIO

Fecha última actualización: junio 2019

Actualizado por: Director de la Maestría