

**ESCUELA DE COMUNICACIÓN FERRÉ RANGEL  
MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS  
Y COMUNICACIÓN INTEGRADA**

## **PRONTUARIO**

**TÍTULO:** Investigación, medición y evaluación

**CODIFICACIÓN:** RPI 715

**CRÉDITOS:** 3 créditos | 1 término

### **DESCRIPCIÓN**

Estudia el proceso de investigación, medición y evaluación como función esencial en las relaciones públicas y la comunicación integrada. Examina la metodología de investigación, la inteligencia de datos, herramientas de medición y técnicas evaluativas para demostrar resultados. Desarrolla la competencia analítica para entender datos masivos de las audiencias en línea, recoger tendencias y tomar decisiones de negocios. Este curso se ofrece en modalidad totalmente en línea.

### **JUSTIFICACIÓN**

El profesional de la comunicación requiere el dominio de los procesos de investigación para tomar decisiones, hacer recomendaciones y demostrar resultados de sus gestiones. Este conocimiento investigativo facilita establecer metas y objetivos adecuados para optimizar los recursos de la organización, identificar oportunidades y establecer planes de relaciones públicas y comunicación integrada. En el mundo actual del *big data*, el estudiante necesita conocer métodos que le permitan darle sentido a la enorme cantidad de datos en el ciberespacio. Además, conocer métodos de análisis, recolección de información e interpretación de los datos. Las empresas necesitan informes sobre el impacto de los esfuerzos de comunicación en los medios impresos, digitales y sociales. Los estudiantes requieren aprender distintos enfoques de medición y técnicas de evaluación para determinar el logro de las metas y objetivos formulados en sus planes de relaciones públicas y comunicación integrada.

### **COMPETENCIAS**

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

- **Investigación y exploración**
- **Cuestionamiento crítico**
- **Sentido ético y justicia social**
- **Comunicación**

## **OBJETIVOS**

Al finalizar el curso el o la estudiante será capaz de:

1. Entender el trasfondo y evolución de movimientos para fomentar la investigación en la planificación estratégica y la estandarización de un referente de evaluación internacional.
2. Considerar asuntos de diversidad, inclusión y protección de sujetos humanos en la planificación de una investigación.
3. Aplicar la metodología del diseño de una investigación para recopilar, analizar e interpretar datos.
4. Utilizar análisis cuantitativo y/o cualitativa de acuerdo con la naturaleza de los datos.
5. Utilizar herramientas y tecnología pertinente a la medición y evaluación.
5. Desarrollar las destrezas de redacción en informes de investigación y asegurar veracidad al reportar los resultados.
6. Comprender la utilidad de la investigación y la evaluación en la toma de decisiones.
7. Reconocer los aspectos legales y éticos implicados en los procesos de investigación, medición y evaluación.

## **CONTENIDO**

- I. Propósito de la investigación, medición y evaluación en las relaciones públicas y la comunicación integrada
  - A. Definición de terminología y conceptos investigativos
  - B. Propósito de las tres áreas en la planificación estratégica
  - C. Investigar para emprender e innovar
  - D. Tránsito del movimiento para la estandarización de un esquema de evaluación internacional
  - E. Iniciativa de organismos internacionales para impulsar un método uniforme de evaluación
  - F. El rol del comunicador en el proceso de investigación
- II. Aspectos éticos y legales de la investigación
  - A. La ética en la investigación
  - B. Leyes aplicables a la investigación
  - C. El plagio y sus consecuencias
  - D. Protección de sujetos humanos
  - E. Dilemas éticos relacionados con el proceso investigativo
- III. Investigación
  - A. Propósito de la investigación

- B. Tipos de investigación
- C. Planteamiento del problema
- D. Formulación de preguntas de investigación, objetivos o hipótesis
- E. Revisión de literatura
- F. Métodos y técnicas de investigación
- G. Inteligencia de datos y el *Big Data*
- H. Análisis e interpretación de datos
- I. Redacción del informe de investigación
  - 1. Estructura del informe
  - 2. Estilo APA (American Psychological Association)
- II. Medición
  - A. Precedentes de la medición en Comunicación
  - B. Analíticas de diversos medios sociales
  - C. Herramientas disponibles en el mercado
  - D. Análisis crítico sobre investigación académica y profesional reciente del tema
- III. Evaluación
  - A. Propósito de la evaluación en la Comunicación
  - B. Métodos de evaluación
  - C. Modelo AMEC
  - D. Evidencia de logro de metas y objetivos
  - E. Efectividad
  - F. Retorno de inversión
- IV. Resultados
  - A. Hallazgos en respuesta a las preguntas de investigación, objetivos o hipótesis
  - B. Apoyo gráfico y/o narrativo para demostrar los resultados
  - C. Discusión de limitaciones
- V. Conclusiones y recomendaciones
  - A. Conclusiones de resultados
  - B. Recomendaciones para toma de decisiones
  - C. Recomendaciones relacionadas con el tema investigado y para investigaciones futuras

## **METODOLOGÍA**

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

- El curso se desarrollará en línea mediante módulos, ejercicios, análisis de artículos de investigación en publicaciones académicas y profesionales.

## EVALUACIÓN

Asignaciones e informes	30%
Análisis de casos	30%
Proyecto final	30%
Participación interactiva	<u>10%</u>
<b>Total</b>	<b>100%</b>

## AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

## BIBLIOGRAFÍA

- AMEC (2016). *Say No to AVEs*. International Association for the Measurement and Evaluation of Communication. Recuperado de <https://amecorg.com/say-no-to-aves/>
- AMEC (2015). *The PR Professional's Definitive Guide to Measurement*. International Association for the Measurement and Evaluation of Communication. Recuperado de <http://prguidetomeasurement.org/wp-content/uploads/2015/10/The-PR-Professionals-Guide-To-Measurement.pdf>
- American Psychological Association (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association* (3a. ed.). México: Editorial El Manual Moderno S. A. de C. V. [Disponible en BMMTG]
- Bagnall, R. (2017). *AMEC's Integrated Evaluation Framework*. International Association for the Measurement and Evaluation of Communication. Recuperado de <https://amecorg.com/amecframework/>
- Bartholomew, D. (2016). *Metrics Man It Doesn't Count Unless You Can Count It* [eBook]. New York, NY: Business Expert Press.
- Brown, M. (2014). *Applied research methods in public and nonprofit organizations* (1a. ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Centro de Escritura Académica y Pensamiento Crítico. (s.f.). *Pensamiento Crítico*. Universidad de Puebla, México. Recuperado de <http://www.udlap.mx/centrodeescritura/pensamientoCritico.aspx>
- Chois, P. & Jaramillo, L. (2016). La investigación sobre la escritura en posgrado: estado del arte. *Lenguaje*, 44(2), 227-259. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/pdf/leng\\_v44n2/v44n2a05.pdf](http://www.scielo.org.co/pdf/leng_v44n2/v44n2a05.pdf)
- Cooper, D. R. & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods* (12a. ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4a. ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Delahaye Paine, K. (2011). *Measure What Matters: Online Tools for Understanding Customers, Social Media, Engagement, and Key Relationships* [eBook]. Hoboken, NJ: Wiley.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2014).

- Metodología de la investigación* (6a. ed.). México: McGraw Hill.
- James, M. (febrero, 2015). Situating a new voice in public relations: The application of positioning theory to research and practice. *Media International Australia*, 154(1), 34-41. Recuperado de [http://proxycobimet.net:2048/login?user=sdtejfwe12&pass=sdfETsdeRT!@2&url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eds\\_gao&AN=edsgcl.405924643&lang=es&site=eds-live](http://proxycobimet.net:2048/login?user=sdtejfwe12&pass=sdfETsdeRT!@2&url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eds_gao&AN=edsgcl.405924643&lang=es&site=eds-live)
- Jaramillo Oyervide, J. A., Valarezo Chicaiza, G. & Astudillo González, O. B. (julio, 2014). Rigurosidad versus flexibilidad en la investigación cualitativa. *Panorama Médico*, 8(1), 6-13. Recuperado de <http://dspace.ucacue.edu.ec/bitstream/reducacue/5540/3/RIGUROSIDAD%20VERSIS%20FLEXIBILIDAD%20EN%20INVESTIGACION.pdf>
- Karaaslan Sanli, H. (2015). The historiography of public relations in Turkish public relations books. *Ileti-s-im*, 23, 135-149. Recuperado de <http://proxycobimet.net:2048/login?user=sdtejfwe12&pass=sdfETsdeRT!@2&url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=112266192&lang=es&site=eds-live>
- Kivunja, C. (2016). How to Write an Effective Research Proposal for Higher Degree Research in Higher Education: Lessons from Practice. *International Journal of Higher Education*, 5(2), 163-172. doi: <https://doi.org/10.5430/ijhe.v5n2p163>
- López-Cantos, F. (2015). Communication research using Big Data methodology. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 878-890. doi: 10.4185/RLCS-2015-1076en
- Maioli, E. (agosto, 2014). La investigación científica y su aplicación en las Relaciones Públicas. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, 23, 116-122. Universidad de Palermo, Argentina. Recuperado de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/484\\_libro.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/484_libro.pdf)
- Martínez Godínez, V. L. (2013). Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctico crítica. *Paradigmas de investigación*. Recuperado de [http://www.pics.uson.mx/wp-content/uploads/2013/10/7\\_paradigmas\\_de\\_investigacion\\_2013.pdf](http://www.pics.uson.mx/wp-content/uploads/2013/10/7_paradigmas_de_investigacion_2013.pdf)
- Maxwell, J. A. (2013). *Qualitative research design* (3a. ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Meadows, C. & Meadows, C. W. (diciembre, 2014). The history of academic research in public relations: Tracking research trends over nearly four decades. *Public Relations Review*, 871-873. doi: 10.1016/j.pubrev.2014.06.005
- Michaelson, D. & Stacks, D. W. (2014). *A Professional and Practitioner's Guide to Public Relations Research, Measurement, and Evaluation* [eBook] (2a. ed.). New York, NY: Business Expert Press.
- Ochoa, L. & Cueva Labelle, A. (2014). El plagio y su relación con los procesos de escritura académica. *Forma y Función*, 27(2), 95-113. doi: 10.15446/tyf.v27n2.47667
- Rennie, F. & Smyth, K. (2016). How to Write a Research Dissertation: Essential Guidance in Getting Started for Undergraduates and Postgraduates. *Council on Undergraduate Research Quarterly*, 36(3). doi: 10.18833/curq/36/3/11
- Richards, Z., Thomas, S. L., Randle, M. & Pettigrew, S. (2015). Corporate Social Responsibility programs of Big Food in Australia: A content analysis of industry

documents. *Australian and New Zealand Journal of Public Health*, 39(6), 550-556. doi: 10.1111/1753-6405.12429

Rowland, D. R. (s.f.). *Reviewing the Literature: A Short Guide for Research Students*. The Learning Hub, Student Services, The University of Queensland, Australia.

Recuperado de  
<https://uq.edu.au/student-services/pdf/learning/lit-reviews-for-rx-students-v7.pdf>

Schanzer, R (2014). *El marco teórico de una investigación*. Recuperado de  
[http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/lic/AET/PE/AM/09/EI\\_marco.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/PE/AM/09/EI_marco.pdf)

Stacks, D. W. (2017). *Primer of Public Relations Research* [eBook] (3a. ed.). New York, NY: The Guilford Press.

Stacks, D. W. & Bowen, S. A. (2013). *Dictionary of Public Relations Measurement and Research* (3a. ed.). Institute for Public Relations Measurement Commission.

Recuperado de  
<http://amecorg.com/wp-content/uploads/2013/09/Dictionary-of-Public-Relations-Measurement-and-Research-3rd-Edition-AMEC.pdf>

Watson, T. & Noble, P. (2014). *Evaluating Public Relations* [eBook] (3a. ed.). London, England: Kogan Page.

Wittek, A. L., Solbrekke, T. D. & Helstad, K. (2017). You Learn How to Write from Doing the Writing, But You Also Learn the Subject and the Ways of Reasoning. *Critical Practice Studies*, 18(1), 81-108. Recuperado de  
<http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/outlines/article/view/26263/23117>

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>

## **ACOMODO RAZONABLE**

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

## **HONRADEZ ACADÉMICA, FRAUDE Y PLAGIO**

Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(\*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Honestidad Académica (DAEE 205-001) con fecha de efectividad de agosto 2005.