

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



PROGRAMA DE ESTUDIOS

INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Elaboró:	<u>Dra. Martha E. Gómez Collado</u>	<u>Facultad de Ciencias Políticas y Sociales</u>
	<u>Dr. José Javier Niño Martínez</u>	<u>Facultad de Ciencias Políticas y Sociales</u>
	<u>Lic. Ma. Del Socorro Casasola Casasola</u>	<u>Centro Universitario UAEM Zumpango</u>
	<u>Mtra. Mónica Selene Meléndez Rivera</u>	<u>Centro Universitario UAEM Amecameca</u>
	<u>Mtra. Patricia Gabriela Montiel Caraza</u>	<u>Centro Universitario UAEM Texcoco</u>

Fecha de aprobación:

H. Consejo Académico

Acta 729

28 de enero 2021

H. Consejo de Gobierno

Acta 811

29 de enero 2021



Facultad de Ciencias Políticas y Sociales





Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	5
IV. Objetivos de la formación profesional.	7
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	9
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	10
VII. Acervo bibliográfico.	12





I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Centro Universitario UAEM Zumpango**

Estudios profesionales **Licenciatura en Comunicación, 2018**

Unidad de aprendizaje **Investigación cuantitativa**

Carga académica	1	3	4	5
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Carácter **Obligatorio** Tipo **Taller** Periodo escolar **Cuarto**

Área curricular **Ciencias Sociales** Núcleo de formación **Sustantivo**

Seriación **Ninguna** **Investigación cualitativa**

UA Antecedente

UA Consecuente

Formación común

Licenciatura

Ciencias Políticas y
Administración Pública, 2018 **X**





II. Presentación del Programa de Estudios

La Unidad de Aprendizaje Investigación Cuantitativa se define como una disciplina de conocimiento en el área de investigación de las ciencias sociales; implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas para obtener resultados. Permite cuantificar una problemática y su posible generalización mediante la medición de la magnitud y obtención de resultados que se interpretan objetivamente.

Es importante para la formación académica del alumno porque le permite generar competencias relacionadas en los aspectos técnicos del trabajo de investigación científica; además de contribuir al perfil de egreso porque provee al alumno de habilidades técnicas y herramientas científicas para su desempeño profesional, así como, formar en él un amplio sentido de responsabilidad social, integridad personal, ética profesional y espíritu de servicio que posibilita la capacidad de afrontar los retos y desafíos propios de un entorno social y cambiante, complejo y con problemáticas multidimensionales.

Se justifica porque la formación profesional del estudiante requiere de un proceso continuo de aprendizajes teóricos y prácticos que metodológicamente consoliden los aprendizajes adquiridos; mismos que en su aspecto técnico le provee la investigación cuantitativa y que, posteriormente también serán valorados e interpretados por la investigación cualitativa que es la Unidad de Aprendizaje consecuente en el plan de estudios.

El docente que imparte esta Unidad de Aprendizaje desarrolla una experiencia de trabajo colaborativo y de acompañamiento académico con los alumnos en el proceso de investigación el cual también enriquece su formación docente.

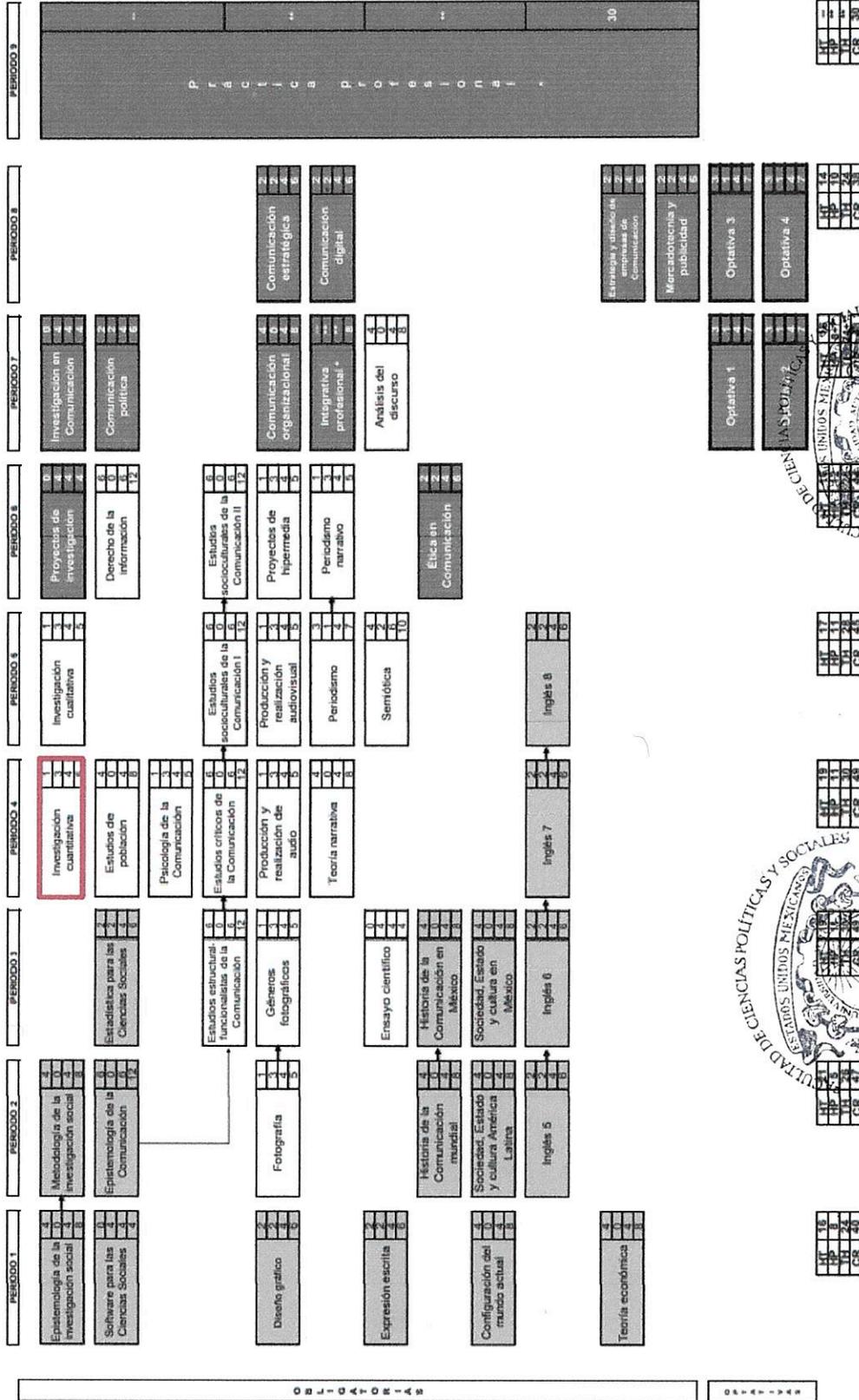
La Unidad de aprendizaje investigación cuantitativa se imparte en el cuarto periodo escolar, es de carácter obligatorio, tipo taller y pertenece al área de ciencias sociales en núcleo de formación sustantivo; se integra por cuatro unidades temáticas: la primera aborda los tipos de investigación cuantitativa: correlacional, estudios de caso, experimental y cuasi-experimental. La segunda estudia las técnicas de recolección de datos en sus distintas etapas: desde su conceptualización y planeación de encuestas hasta su análisis e interpretación. La tercera estudia el diseño y aplicación de cuestionarios, concepto, diferentes etapas, paquetes estadísticos para su captura, análisis y presentación de resultados. La cuarta aborda el diseño y aplicación de escalas de medición, concepto, tipos, aplicación, análisis de escalas y presentación e informe de resultados.



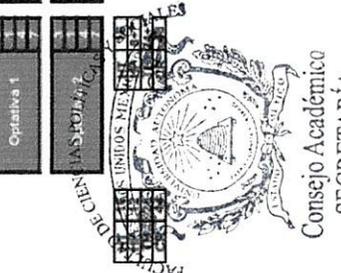


III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN, 2018



Consejo Académico
PRESIDENCIA



Consejo Académico
SECRETARÍA



Proyecto curricular de la Licenciatura en Comunicación
Reestructuración, 2018
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8
-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Guionismo	3.3	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Producción editorial	3.3	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Comunicación y cambio social	3.3	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Relaciones públicas	3.3	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Periodismo digital	3.3	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Comunicación y educación	3.3	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Estrategias de Comunicación política	3.3	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Derechos de autor	3.3	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Interculturalidad y comunicación	3.3	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Artes y Comunicación	3.3	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Economías políticas de la Comunicación	3.3	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1

SIMBOLOGIA		PARAMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS	
Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas	Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 17 UA	Total del núcleo básico: acreditar 17 UA para cubrir 122 créditos
	HP: Horas Prácticas	Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 20 UA	Total del núcleo sustantivo: acreditar 20 UA para cubrir 150 créditos
	HT: Total de horas	Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 4 UA	Total del núcleo integral: acreditar 13 UA + 2* para cubrir 118 créditos
	CR: Créditos	Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4 UA	

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA obligatorias	45 + 2 Actividades académicas
UA optativas	4
UA a acreditancias (14, 60, 2)	Acreditaciones académicas
Presupuesto	717,390





IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos generales de los estudios profesionales de la Licenciatura en Comunicación, formar profesionales críticos y creativos en materia de procesos comunicativos mediáticos y no mediáticos con la finalidad de favorecer la opinión pública, el acceso y uso de los medios de comunicación, y de esta manera considerar a la información como base de la formación de modelos elementales de orden y de la comunicación como única posibilidad de generación de vida cultural y de esta manera contribuyan al progreso social, económico, y cultural del país.

Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas en una segunda lengua.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y la justicia.

Particulares

- Analizar procesos comunicativos desde diferentes perspectivas teóricas de la comunicación, a través de metodologías cuantitativas y cualitativas para realizar investigaciones que expliquen fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden a nivel local, regional, nacional e internacional y que contribuyan al desarrollo social y cultural.





- Evaluar proyectos de comunicación en grupos sociales focalizados como: etnias, grupos rurales, urbanos y de segmentos sociales específicos desde la teoría de sistemas, estructural funcionalista, e interaccionismo simbólico, a través de la identificación de sistemas de comunicación estructurados por componentes mediáticos, no mediáticos, híbridos, propios de los contextos culturales para preservar el tejido social, la solidaridad, la corresponsabilidad y potenciar los vínculos sociales así como coadyuvar en el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica desde la teoría de sistemas, a través de la revisión del proceso de comunicación interpersonal e institucional para la elaboración de modelos de análisis y contenidos comunicativos, mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios y contribuir al desarrollo económico-social-político.
- Evaluar productos comunicativos de orden material y/o discursivos claros y críticos para organizaciones y medios de comunicación y cultura mediante la aplicación de la teoría del discurso, la teoría de la narración, teorías de la comunicación, sociotecnología y técnicas fotográficas y creativas para la producción de audio y audiovisual, para promover la diversidad en los medios de comunicación y garantizar el derecho a la información en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular contenidos periodísticos en distintos géneros y soportes mediáticos a través del análisis de las características narrativas y argumentativas de los géneros informativos como: nota informativa, entrevista, la crónica y el reportaje; e interpretativos: artículo, columna, editorial y cartón, y su intencionalidad comunicativa para favorecer la formulación de la opinión pública respecto a problemáticas, actores sociales o cuestiones públicas y promover el reconocimiento y garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación
- Evaluar campañas publicitarias y propagandísticas de productos, servicios, marcas, ideas o causas sociales específicas a través de técnicas de la mercadotecnia y de la administración, sistemas científicos de argumentación, para contribuir al desarrollo político, social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.





Objetivos del núcleo de formación:

Desarrollará en el alumno el dominio teórico, metodológico y axiológico del campo de conocimiento donde se inserta la profesión.

Comprenderá unidades de aprendizaje sobre los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para dominar los procesos, métodos y técnicas de trabajo; los principios disciplinares y metodológicos subyacentes; y la elaboración o preparación del trabajo que permita la presentación de la evaluación profesional.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Diseñar proyectos de investigación empleando teorías epistemológicas, metodologías de investigación social, métodos y técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa, técnicas estadísticas y de razonamiento matemático, software especializado y normas jurídicas, para garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación, generar productos comunicativos, desarrollar estrategias de comunicación e impulsar el acceso y mejoramiento del uso de las telecomunicaciones.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Comparar los tipos de investigación cuantitativa, así como las técnicas e instrumentos de recolección de datos, trabajo de campo, tipos de análisis e interpretación de evidencia; mediante el estudio de textos especializados y la realización de ejercicios de aplicación para construir las fases: conceptual, planeación, diseño y analítica, de una investigación social cuantitativa.





VI. Contenidos de la Unidad de Aprendizaje, y su Organización.

Unidad temática 1. Tipos de investigación cuantitativa
Objetivo: Analizar los conceptos fundamentales de la investigación cuantitativa en el estudio de las relaciones sociales, mediante las técnicas de análisis y tipos de investigación congruentes y pertinentes con el objetivo de la investigación, con el fin de obtener los conocimientos para la realización de una investigación cuantitativa.
Temas: 1.1 Investigación cuantitativa 1.2 Metodología cuantitativa 1.3 Diferencia entre la investigación cuantitativa y cualitativa 1.4 Técnicas de análisis 1.4.1 Análisis descriptivo 1.4.2 Análisis exploratorio 1.4.3 Análisis inferencial 1.5 Tipos de Investigación 1.5.1 Experimental 1.5.2 Cuasiexperimental 1.5.3 No experimental

Unidad temática 2. Métodos, técnicas de recolección de datos e instrumentos de medición.
Objetivo: Analizar los diferentes métodos e instrumentos para la recolección de datos de la investigación cuantitativa.
Temas: 2.1 Método 2.1.1 Observación 2.1.1.1 La Observación Participante 2.1.1.2 La Observación NO Participante 2.1.2 Entrevista 2.1.2.1 Estructurada 2.1.2.2 No estructurada 2.1.3 Encuesta 2.1.3.1 Etapas conceptual y planeación de encuestas 2.2 Diseñar y calcular la muestra 2.2.1 Muestreo probabilístico y sus diferentes tipos



- 2.2.2 Muestreo no probabilístico y sus diferentes tipos
- 2.2.3 Seleccionar los diferentes tipos de muestra para efectuar su aplicación
- 2.3 Análisis e interpretación de datos
- 2.4 Presentación y/o informe de resultados

Unidad temática 3. Diseño y aplicación de cuestionarios

Objetivo: Contrastar las características específicas y distintivas del Cuestionario como herramienta de investigación cuantitativa de uso frecuente en las investigaciones sociales, por medio de la planeación, diseño, aplicación y validación del mismo, con el fin de disponer de un acervo de información útil para la contrastación empírica de las afirmaciones.

Temas:

- 3.1 Etapa conceptual del Cuestionario
- 3.2 Diseño del cuestionario
 - 3.2.1 Estructurados
 - 3.2.2 Semiestructurados
 - 3.2.3 No Estructurado
- 3.3 Codificación del cuestionario
- 3.4 Análisis e interpretación de Cuestionarios
- 3.5 Presentación e Informe de resultados

Unidad temática 4. Diseño y aplicación de Escalas de Medición

Objetivo: Diferenciar las características específicas y distintivas de las escalas de medición, determinando su importancia como técnica cuantitativa de uso frecuente en las investigaciones sociales, para utilizarlas en el proceso de análisis de información.

Temas:

- 4.1. Etapa conceptual y diferentes tipos de las Escalas de Medición
 - 4.1.1 Escala de Thurstone:
 - 4.1.2 Escala de Guttman:
 - 4.1.3 Escala de diferencial semántico de Osgood:
 - 4.1.4 Escala de Likert:
- 4.2. Planeación y diseño de los diferentes tipos de Escalas de Medición
- 4.3. Aplicación de las Escalas de Medición.
- 4.4. Análisis e interpretación de Escalas de Medición.
- 4.5. Presentación y/o Informe de resultados de la Escala de Medición.



VII. Acervo bibliográfico

Básico:

Ander-Egg, Ezequiel (1995). Técnicas de Investigación Social, Lumen, Argentina.
Clasificación FCPyS: HV11 A52 1995

Briones, Guillermo. (2003). Métodos y Técnicas para las Ciencias Sociales, Trillas, México. **Clasificación FCPyS: H62 A5 B75 2003**

Cea D'Ancona, Ma de los Ángeles (2001) Metodología Cuantitativa. Estrategias y Técnicas de Investigación social. Editorial Síntesis, Madrid. **Clasificación FCPyS: H61 C43 1998**

Cortés, Fernando y Rosa Ma. Rubalcava (S/R) *Escalas básicas de medida*, El Colegio de México, México

Hernández Sampieri, Roberto et. Al. (2014) Metodología de la Investigación. Ed. Mc Graw Hill, México. **Clasificación FCPyS: H62 .H47 2014**

Méndez Ramírez, Ignacio y Pablo González Casanova (1993) Matemáticas y Ciencias

Pardinas, Felipe (1989) Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales, Porrúa, México. **Clasificación FCPyS: H61 .P35 1999**

Sociales, Porrúa, México. **Clasificación FCPyS: H61.3 M3 1993**

Complementario:

Babbie, Earl (1998). Métodos de Investigación por encuesta. FCE México.
Clasificación FCPyS: H62 B32 1988

Barragán, Rossana (2001) Guía para la formulación y ejecución de proyectos e investigación. Disponible en:
<http://www.pieb.com.bo/BPIEB/Guia%20para%20la%20formulacion%203ra%20ed.pdf>
pdf La Paz

Padua, Jorge. (2004) Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales, FCE, México. **Clasificación FCPyS: H62 T421 1979**

Traugolt, Michael y Paul J. Lavrakas (1997). Encuestas. Guía para electores. Siglo XXI, México. **Clasificación FCPyS: HN90 P8 T73 1997**

