

UNIDAD: <b>Cuajimalpa</b>		DIVISIÓN <b>Ciencias de la Comunicación y Diseño</b>	
NIVEL: <b>Licenciatura</b>		EN <b>Ciencias de la Comunicación</b>	
CLAVE: <b>421215</b>	UNIDAD DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE: <b>Metodologías cuantitativas</b>		TRIM: <b>II al VI</b>
HORAS TEORÍA: <b>4</b>	SERIACIÓN 450106		CRÉDITOS: <b>10</b>
HORAS PRÁCTICA: <b>2</b>			OPT/OBL: <b>OBL.</b>

## OBJETIVOS

### GENERAL:

Que al final del curso, el alumno sea capaz de:

Aplicar los métodos cuantitativos dentro de las diversas formas de investigación científica de la realidad social.

### PARCIALES:

Que al final del curso, el alumno sea capaz de:

1. Comprender los principales conceptos y técnicas de la metodología cuantitativa, sus alcances y sus límites.
2. Interpretar los datos generados por diversas Instituciones (gubernamentales, intergubernamentales, económicas, educativas y encuestadoras).
3. Utilizar los datos como elemento central para la elaboración de reportes de investigación con diversos fines (divulgación, toma de decisiones, interpretación, etc.).

## CONTENIDO SINTÉTICO

1. ¿Qué es la metodología cuantitativa?
  - 1.1 Características de los métodos cuantitativos en la investigación científica
  - 1.2 La causalidad y condiciones para establecer una relación causal
  - 1.3 Causalidad y variables (dependientes e independientes)
  - 1.4 Las generalizaciones
2. El análisis estadístico
  - 2.1 Tipos de gráficos (barras, de líneas, de dispersión, de pastel y de radar o telaraña)
  - 2.2 Medida aritmética
  - 2.3 Mediana
  - 2.4 Moda

NOMBRE DEL PLAN <b>Licenciatura en Ciencias de la Comunicación</b>		<b>2/4</b>
CLAVE <b>421215</b>	UNIDAD DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE <b>Metodologías cuantitativas</b>	

2.5 Medidas de dispersión de datos

2.6 Desviación media

2.7 Desviación estándar

2.8 Varianza

3. Indicadores y gráficos

3.1 ¿Qué es un indicador?

3.2 Parámetros de construcción de un indicador

3.3 Rangos de medición

3.4 Interpretación de rangos de indicadores

3.5 Comprensión de tipos de gráficos

3.6 Series de tiempo: Identificación de tendencias, ciclos y estacionalidad (repetición constante de fenómenos) e irregulares

3.7 Estimación de tendencias

4. El análisis de contenido

4.1 Para qué sirve el análisis de contenido

4.2 Introducción a las técnicas del análisis de contenido

4.3 Cómo se realiza el análisis de contenido

4.4 Categorías y tipos de categorías

4.5 Requisitos de las categorías

5. Elaboración del reporte

5.1 Introducción

5.2 Marco teórico

5.3 Método

5.4 Resultados

5.5 Conclusiones

**MODALIDADES DE CONDUCCIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

- Exposición por parte del profesor de conceptos teóricos y ejemplificación a través de ejemplos concretos
- Ejercicios en clase para facilitar la comprensión de los temas
- Realización de una investigación por equipos sobre temáticas relevantes con el objetivo de aplicar los contenidos del curso
- Uso de tecnologías para el aprendizaje

NOMBRE DEL PLAN <b>Licenciatura en Ciencias de la Comunicación</b>		<b>3/4</b>
CLAVE <b>421215</b>	UNIDAD DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE <b>Metodologías cuantitativas</b>	

## MODALIDADES DE EVALUACIÓN

### Evaluación Global

- Reportes de lecturas
- Exámenes
- Reporte de investigación
- Participación en clase

### Evaluación de Recuperación:

- El alumno deberá presentar una evaluación que contemple todos los contenidos de la unidad de enseñanza- aprendizaje.
- No requiere inscripción previa a la UEA.

## BIBLIOGRAFÍA NECESARIA O RECOMENDABLE

Bardin L. (1991). *El análisis de Contenido*. Madrid: Akal.

Briones G. (2002). *Metodología y técnicas cuantitativas de investigación. Cuadernos Docentes de Investigación* [en red]. Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior. Recuperado de: <https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/metodologia-de-la-investigacion-guillermo-briones.pdf>

Camargo-Vega, J., Camargo, J. y Joyanes, L. (enero-junio, 2015). Conociendo Big Data. En *Revista de la Facultad de Ingeniería*. (Vol. 24, 38, 66, 77). Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=413940775006>

De las Heras M. (1999). *Uso y abuso de las encuestas. México: los escenarios*. México: Océano.

Documentos Tv (2017). *Big data. Conviviendo con el algoritmo*. Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=3YNj\\_PkH0tQ](https://www.youtube.com/watch?v=3YNj_PkH0tQ)

El Colegio de México (2015). *Informe país sobre la calidad de la ciudadanía*. Recuperado de [http://portalanterior.ine.mx/archivos2/s/DECEYEC/EducacionCivica/Documento\\_Principal\\_23Nov.pdf](http://portalanterior.ine.mx/archivos2/s/DECEYEC/EducacionCivica/Documento_Principal_23Nov.pdf)

García F. (1999). *Socioestadística. Introducción a la estadística en sociología*. Madrid: Editorial Alianza.

Hernández, S. R., Fernaández, C.C. y Bapista, L.P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.) (Caps. 9 y 10). México: McGraw Hill.

Martínez C. (2013). *Inteligencia y encuestas electorales: una visión dentro y fuera de los equipos de*

NOMBRE DEL PLAN <b>Licenciatura en Ciencias de la Comunicación</b>		<b>4/4</b>
CLAVE <b>421215</b>	UNIDAD DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE <b>Metodologías cuantitativas</b>	

campaña. En *Hacia una profesionalización de la comunicación política en México* (291-321) o México: ACOP.

Mazzoleni, G. (2014). *La comunicación política* (Cap. 3), 91-115. Madrid: Alianza Editorial.

RTVE (2017). *Diluvio de datos*. Documental. Recuperado de:

[https://www.youtube.com/watch?v=eISm1q6Ameo&list=RD3YNj\\_PkH0tQ&index=2](https://www.youtube.com/watch?v=eISm1q6Ameo&list=RD3YNj_PkH0tQ&index=2)