



1. Identificación

1.1. De la asignatura

Curso Académico	2025/2026
Titulación	MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN MÓVIL Y CONTENIDO DIGITAL
Nombre de la asignatura	MÉTODOS Y TÉCNICAS PARA LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN MÓVIL Y CONTENIDO DIGITAL
Código	6205
Curso	PRIMERO
Carácter	OBLIGATORIA
Número de grupos	1
Créditos ECTS	3.0
Estimación del volumen de trabajo	75.0
Organización temporal	1º Cuatrimestre
Idiomas en que se imparte	Español

1.2. Del profesorado: Equipo docente

ALARCON DEL AMO, MARIA DEL CARMEN

Docente: **GRUPO 1**

Coordinación de los grupos: **GRUPO 1**

Coordinador de la asignatura

Categoría

CATEDRATICOS DE UNIVERSIDAD

Área

COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Departamento

COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Correo electrónico / Página web / Tutoría electrónica

mcarmenalarcon@um.es www.um.es/marketing Tutoría electrónica: **Sí**

Teléfono, horario y lugar de atención al alumnado

Duración:	Día:	Horario:	Lugar:
C1	Lunes	10:30-12:00	868887837, Facultad de Economía y Empresa B1.5.059 (D5/04 PROF. MARÍA DEL CARMEN ALARCÓN DEL AMO)

Observaciones:

Despacho D5/04. Enviar email antes para concertar tutoría

Duración:	Día:	Horario:	Lugar:
C1	Viernes	10:30-12:00	868887837, Facultad de Economía y Empresa B1.5.059 (D5/04 PROF. MARÍA DEL CARMEN ALARCÓN DEL AMO)

Observaciones:

Despacho D05/04. Enviar email antes para concertar tutoría

Duración:	Día:	Horario:	Lugar:
C2	Martes	11:00-12:00	868887837, Facultad de Economía y Empresa B1.5.059 (D5/04 PROF. MARÍA DEL CARMEN ALARCÓN DEL AMO)

Observaciones:

Despacho D5/04. Enviar email antes para concertar tutoría

Duración:	Día:	Horario:	Lugar:
C2	Lunes	12:00-14:00	868887837, Facultad de Economía y Empresa B1.5.059 (D5/04 PROF. MARÍA DEL CARMEN ALARCÓN DEL AMO)

Observaciones:

Despacho D5/04. Enviar email antes para concertar tutoría

2. Presentación

Esta asignatura está orientada a que el alumno conozca el proceso de investigación en el ámbito de la comunicación móvil y en el entorno digital, y las principales técnicas de investigación que se pueden usar para recoger y analizar la información. Una vez que el alumno haya cursado esta materia tendrá el conocimiento necesario para llevar a cabo investigaciones en este ámbito, en la medida en que será conocedor de las fuentes de información a utilizar, las herramientas para obtener dicha información, la elaboración de cuestionarios, el proceso de muestreo y el análisis estadístico básico a realizar para obtener resultados y conclusiones. Asimismo, se estudiarán las diferentes metodologías utilizadas para la obtención y análisis de datos, tanto de la presencia digital de la empresa como la de la competencia, además de los propios individuos usuarios de la tecnología móvil.

En un entorno tan dinámico como el actual, otro de los objetivos de la asignatura es dotar a los alumnos de capacidad crítica para evaluar los nuevos métodos de investigación y de obtención de datos.

3. Condiciones de acceso a la asignatura

3.1. Incompatibilidades

No constan

3.2. Requisitos

No constan

3.3. Recomendaciones

Las propias del acceso a la titulación

4. Competencias

4.1. Competencias básicas

- CB6: Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7: Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8: Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9: Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10: Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

4.2. Competencias de la titulación

- CG1: Comprender y distinguir los procesos y relaciones diferenciadores del mercado del contenido digital en sus distintas variantes.
- CG2: Analizar y comprender la incidencia del ecosistema de la comunicación móvil en el entorno del contenido digital y en el contexto actual de las industrias del contenido.
- CG6: Ser capaz de identificar y analizar objetos de estudio relevante en el ámbito del nuevo contenido digital y la comunicación móvil.
- CG7: Conocer, comprender y aplicar los procesos, teorías y métodos de investigación de la comunicación móvil y el contenido digital.
- CE9: Delimitar, analizar y exponer con rigor científico procesos, fenómenos y casos del ámbito de los nuevos contenidos digitales y la comunicación móvil.
- CE10: Comprender, evaluar y discutir experiencias relevantes en el desarrollo de proyectos y servicios de contenido digital en movilidad.

4.3. Competencias transversales y de materia

- CM1 Conocer, comprender y aplicar las principales metodologías utilizadas para estudiar los procesos y productos del contenido digital y la comunicación móvil en sus distintas vertientes: sociológica, cultural, tecnológica, comunicativa, empresarial y estética

- CM2 Identificar, analizar y evaluar casos y problemáticas significativos para la evolución del contenido digital en sus distintas vertientes (sociológica, cultural, tecnológica, comunicativa, empresarial y estética) integrando los saberes, fuentes y herramientas académicos y profesionales
- CM3 Comprender la importancia de la investigación en el entorno de comunicación móvil y de contenido digital
- CM4 Comprender las características básicas de las herramientas de investigación y su coherencia en la aplicación
- CM5 Conocer las técnicas estadísticas básicas aplicables a diferentes situaciones de investigación
- CM6 Ser capaz de elaborar un informe de investigación
- CM7 Ser capaz de evaluar los distintos instrumentos de investigación y de obtención de datos en un entorno móvil y de contenido digital

5. Contenidos

5.1. Teoría

Tema 1: Métodos y técnicas para la investigación en comunicación. El método científico aplicado a la investigación en Comunicación. Los objetivos y la planificación de la investigación. Las fuentes de Información. La ética y práctica de la investigación.

Tema 2: La perspectiva cualitativa. Técnicas cualitativas de recogida de información, y sus aplicaciones en la investigación de la comunicación.

Tema 3: La perspectiva cuantitativa. Técnicas cuantitativas de recogida de información, para obtener y medir datos sobre la realidad social.

Tema 4: Diseño de cuestionarios y escalas de medida. Finalidad y estructura del cuestionario, Procedimientos y normas para el diseño del cuestionario. Tipos de preguntas, finalidad de las escalas, tipos de escalas de medida, medidas de calidad de las escalas y pretest del cuestionario.

Tema 5: Aplicaciones del muestreo y trabajo de campo. Metodología y uso estratégico de fuentes estadísticas y bases de datos de contenidos de medios.

Tema 6: La codificación y la aplicación de métodos estadísticos a la investigación de los medios de difusión.

5.2. Prácticas

■ Práctica 1: Prácticas

A lo largo del curso se indicarán con suficiente antelación las prácticas a desarrollar en cada tema

Relacionado con:

- Tema 1: Métodos y técnicas para la investigación en comunicación. El método científico aplicado a la investigación en Comunicación. Los objetivos y la planificación de la investigación. Las fuentes de Información. La ética y práctica de la investigación.

- Tema 2: La perspectiva cualitativa. Técnicas cualitativas de recogida de información, y sus aplicaciones en la investigación de la comunicación.
- Tema 3: La perspectiva cuantitativa. Técnicas cuantitativas de recogida de información, para obtener y medir datos sobre la realidad social.
- Tema 4: Diseño de cuestionarios y escalas de medida. Finalidad y estructura del cuestionario, Procedimientos y normas para el diseño del cuestionario. Tipos de preguntas, finalidad de las escalas, tipos de escalas de medida, medidas de calidad de las escalas y pretest del cuestionario.
- Tema 5: Aplicaciones del muestreo y trabajo de campo. Metodología y uso estratégico de fuentes estadísticas y bases de datos de contenidos de medios.
- Tema 6: La codificación y la aplicación de métodos estadísticos a la investigación de los medios de difusión.

6. Actividades Formativas

Actividad Formativa	Metodología	Horas	Presencialidad
AF1: Exposición teórica en línea	Exposición teórica, clase magistral, proyección etc., dirigida al grupo, con independencia de que su contenido sea teórico o práctico. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información.	10.0	12.3
AF2: Realización de trabajos individuales o grupales, en espacios virtuales de colaboración	Actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. Suponen trabajo del alumnado de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate.	28.0	6.2
AF3: Resolución de problemas en línea / Seminarios en línea / Estudio de Casos en línea		2.0	9.2
AF5: Exposición y	Actividades prácticas síncronas: Exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc., en procesos simultáneos con interacción en tiempo real y en	6.0	3.1

discusión de trabajos en línea	un entorno controlado. Suponen la realización de tareas por parte del alumnado, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que se realicen individualmente o en grupos reducidos.		
AF6: Tutorías	Sesiones programadas de orientación, revisión o apoyo al alumnado por parte del profesor, realizadas en pequeños grupos, con independencia de que los contenidos sean teóricos o prácticos así como sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia.	4.0	1.2
AF7: Trabajo del estudiante con los contenidos de la materia- asignatura	Trabajo del alumnado con los contenidos, materiales y documentos de la asignatura.	25.0	0.0
Totales		75,00	

7. Horario de la asignatura

<https://www.um.es/web/estudios/masteres/contenidos-digitales/2025-26#horarios>

8. Sistemas de Evaluación

Identificador	Denominación del instrumento de evaluación	Criterios de Valoración	Ponderación
SE1	Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios con independencia de que se realicen individual o grupalmente.	Proyecto final de modelo de negocio y análisis de viabilidad	50.0
SE2	Presentación pública de trabajos: exposición de los resultados obtenidos y procedimientos necesarios para la realización de un trabajo, así como respuestas razonadas a las posibles cuestiones que se plantee sobre el mismo.	Presentación y defensa del proyecto realizado	20.0
SE4	Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros, etc.	Cumplimiento de plazos y tareas asignadas	30.0

9. Fechas de exámenes

10. Resultados del Aprendizaje

La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias vinculadas a esta materia se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos

11. Bibliografía

Grupo: GRUPO 1

Bibliografía básica

- [Grande Esteban, I. y Abascal Fernández, E. \(2015\). Fundamentos y técnicas de investigación comercial, Editorial ESIC. \(Básica\) 12ª Edición.](#)
- [Zikmund, W.G. \(2003\). Fundamentos de Investigación de Mercados. Thompson Editorial. \(Básica\).](#)

Bibliografía complementaria

- [Alvira Martín, F. \(2011\). La encuesta: una perspectiva general metodológica. CIS.](#)
- [Malhotra, Naresh K. \(2008\), Investigación de Mercados, Pearson, Prentice Hall.](#)
- [Martínez, Pepe \(2008\). Cualitativa-mente: los secretos de la investigación cualitativa. Editorial ESIC](#)
- [Merino Sanz, M.J. -coord- \(2010\), Introducción a la investigación de mercados, ed. Esic, Madrid.](#)
- [Merino, M.J. y E. Yagüez -coord- \(2012\), Nuevas tendencias de investigación y marketing, Ed. Esic, Madrid.](#)
- [Rodríguez Arduna, I. \(2012\), Marketing.com y Comercio Electrónico en la sociedad de la Información, 3ª ed, Ed. Piramide, Madrid.](#)
- [Villaverde, S., Monfort, A. y Merino, M.J. \(2020\). Investigación de Mercados en Entornos Digitales y Convencionales: Una visión integradora. Editorial ESIC.](#)
- [American Marketing Association](#)
- [Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión](#)
- [Asociación Española de Marketing Académico y Profesional](#)
- [Asociación para la Investigación en Medios de Comunicación](#)
- [Interactive Advertising Bureau](#)

12. Observaciones

"La Universidad de Murcia tiene establecidas las siguientes competencias básicas para los estudios de máster (MECES nivel 3 - «BOE» núm 185, de 03/08/2011):

- CB6 Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7 Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8 Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9 Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo"

Asignatura relacionada con el ODS 9 y 12 : "Esta asignatura se encuentra vinculada de forma directa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 9 Industria, Innovación e Infraestructuras, y 12 Producción y Consumo Sostenible.

NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

Aquellos estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales podrán dirigirse al Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado (ADYV - <https://www.um.es/adyv>) para recibir orientación sobre un mejor aprovechamiento de su proceso formativo y, en su caso, la adopción de medidas de equiparación y de mejora para la inclusión, en virtud de la Resolución Rectoral R-358/2016. El tratamiento de la información sobre este alumnado, en cumplimiento con la LOPD, es de estricta confidencialidad.

REGLAMENTO DE EVALUACIÓN DE ESTUDIANTES

El artículo 8.6 del Reglamento de Evaluación de Estudiantes (REVA) prevé que "salvo en el caso de actividades definidas como obligatorias en la guía docente, si el o la estudiante no puede seguir el proceso de evaluación continua por circunstancias sobrevenidas debidamente justificadas, tendrá derecho a realizar una prueba global".

Se recuerda asimismo que el artículo 22.1 del Reglamento de Evaluación de Estudiantes (REVA) estipula que "el o la estudiante que se valga de conductas fraudulentas, incluida la indebida atribución de identidad o autoría, o esté en posesión de medios o instrumentos que faciliten dichas conductas, obtendrá la calificación de cero en el procedimiento de evaluación y, en su caso, podrá ser objeto de sanción, previa apertura de expediente disciplinario".