



## Proyecto/Guía docente de la asignatura

## Project/Course Syllabus

|   |  |                                     |             |
|---|--|-------------------------------------|-------------|
| <b>Asignatura</b><br><i>Course</i>  | Técnicas de investigación y evaluación (control de resultados) para la comunicación con fines sociales   |                                     |             |
| <b>Materia</b><br><i>Subject area</i>   |  |                                     |             |
| <b>Módulo</b><br><i>Module</i>  | Comunicación con fines sociales: planificación estratégica y creación de campañas  |                                     |             |
| <b>Titulación</b><br><i>Degree Programme</i>  | Máster en comunicación con fines sociales: estrategias y campañas  |                                     |             |
| <b>Plan</b><br><i>Curriculum</i>  | 515  | <b>Código</b><br><i>Code</i>        | 53248       |
| <b>Periodo de impartición</b><br><i>Teaching Period</i>   | Primer cuatrimestre  | <b>Tipo/Carácter</b><br><i>Type</i> | Obligatoria |
| <b>Nivel/Ciclo</b><br><i>Level/Cycle</i>  | Postgrado / Máster   | <b>Curso</b><br><i>Course</i>       | Primero     |
| <b>Créditos ECTS</b><br><i>ECTS credits</i>   | 5  |                                     |             |
| <b>Lengua en que se imparte</b><br><i>Language of instruction</i>                               | Castellano   |                                     |             |
| <b>Profesor/es responsable/s</b><br><i>Responsible Teacher/s</i>                                | Florencia García Rapp, Manuel Montañés y Miguel Vicente  |                                     |             |
| <b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b><br><i>Contact details (e-mail, telephone...)</i> | <a href="mailto:florencia.garciarapp@uva.es">florencia.garciarapp@uva.es</a><br><a href="mailto:manuel.montanes@uva.es">manuel.montanes@uva.es</a><br><a href="mailto:miguel.vicente@uva.es">miguel.vicente@uva.es</a> |                                     |             |
| <b>Departamento</b><br><i>Department</i>  | Sociología y Trabajo Social  |                                     |             |
| <b>Fecha de revisión por el Comité de Título</b><br><i>Review date by the Degree Committee</i>  | 08/07/2025   |                                     |             |



## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

### *Course Context and Relevance*

### 1.1 Contextualización

#### *Course Context*

La asignatura Técnicas de Investigación y Evaluación (Control de Resultados) para la Comunicación con Fines Sociales se incluye entre los contenidos del primer cuatrimestre del Máster, debido a que pretende proporcionar a las/os estudiantes las herramientas teóricas y prácticas necesarias para completar con éxito sus procesos de investigación social dentro del conjunto de la comunicación con fines sociales.

Su posición en el plan de estudios se justifica sobre la necesidad de proporcionar una base metodológica sólida de cara a la realización de cualquier tipo de investigación social. En este sentido, su desarrollo durante el primer semestre, discurrendo en paralelo a las asignaturas centradas en las teorías acerca de la comunicación con fines sociales, la educación en comunicación permite completar una visión amplia de los principales aspectos de todo el Máster.

Su carácter obligatorio resulta, por lo tanto, adecuado, ya que permite establecer un diálogo entre los criterios básicos del abordaje científico y los contenidos más destacados desde el prisma teórico. La ubicación en el primer cuatrimestre de docencia se justifica también ante la necesidad de que los contenidos expuestos en la segunda parte del curso, mucho más volcados hacia la investigación aplicada, sean recibidos por las/os estudiantes con un conocimiento general básico acerca de la metodología de investigación.

### 1.2 Relación con otras materias

#### *Connection with other subjects*

La asignatura Técnicas de Investigación y Evaluación (Control de Resultados) para la Comunicación con Fines Sociales mantiene una estrecha relación con otras materias iniciales del Máster, cuya orientación práctica se realimenta al coincidir en el tiempo durante los compases iniciales del plan de estudios, como Búsqueda y Tratamiento de Fuentes. Además, su vocación transversal ha de ser aprovechada para el desarrollo y consolidación de los conocimientos teóricos y prácticos desplegados en otras asignaturas.

Finalmente, y con posterioridad al desarrollo de la asignatura, su utilidad resultará manifiesta de cara a la realización del Trabajo Fin de Máster, en el que se le demandará a las/os estudiantes el diseño y la culminación de una investigación social empírica en la que, necesariamente, deberá poner en práctica los conocimientos adquiridos durante las sesiones de la asignatura.

### 1.3 Prerrequisitos

#### *Prerequisites*

No se establecen.



## **2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje (RD 822/2021) o competencias (RD 1393/2007)**

### ***Learning outcomes (RD 822/2021) or competences (RD 1393/2007)***

#### **2.1 (RD1393/2007) Competencias Generales**

##### ***General Competences***

G.1. Capacidad de análisis y síntesis de la información y comunicación procedente del entorno y del contexto sociocultural y económico.

Explicación de la competencia: capacidad de resolución de problemas y toma de decisiones en entornos locales y globales caracterizados por elevados niveles de incertidumbre y paradojas.

G.2. Capacidad de organización y planificación de las tareas de estudio y trabajo, en función de las necesidades del entorno.

G.3. Capacidad de utilización de las TIC en el ámbito de estudio y contexto profesional y consideración de éstas como herramienta, más que como solución.

G.4. Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos y respeto de la diversidad y multiculturalidad; tener una visión holística de los problemas y soluciones.

G.5. Capacidad de compromiso ético profesional y personal.

Explicación de la competencia: que permita encajar el "saber hacer" y el "bien hacer" de forma coherente. Desarrolla la capacidad de crítica y autocrítica de la labor realizada, como instrumento de mejora y evolución constante.

G.6. Capacidad de adoptar una visión creativa de la realidad, que favorezca soluciones nuevas e innovadoras.

#### **2.2 (RD1393/2007) Competencias Específicas**

##### ***Specific Competences***

E2. Conocimiento y capacidad para ensayar procedimientos de investigación crítica acerca de las acciones sociales de diversas organizaciones. En nuestro caso del papel que juegan, pueden y deben jugar las administraciones públicas.

Explicación de la competencia: cuestiones de gestión, desarrollo e implementación de organizaciones empresariales, de administraciones públicas, de organizaciones de la sociedad civil, del tercer sector y ONG.

E3. Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales.

Explicación de la competencia: incluye búsqueda, selección, análisis, ordenación y comprensión de la información y documentación en materia de comunicación con fines sociales, en diferentes formatos, soportes y lenguajes. En definitiva, desarrollar la capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico de la información y la comunicación.

E4. Capacidad para llevar a cabo la reflexión crítica y actitud responsable en el diseño e implementación de las campañas y acciones de comunicación.

Explicación de la competencia: tanto las puramente comerciales como otras con fines sociales, solidarios, institucionales, altruistas, etc., respetando los Derechos Humanos en la planificación estratégica y la creatividad en la comunicación. Flexibilidad para el uso alternativo de los medios.

E.5. Capacidad para concebir, diseñar, implementar y evaluar proyectos de comunicación con fines sociales.



Explicación de la competencia: incluyendo todo su proceso creativo desde la ideación, la realización y producción, la planificación y evaluación de las campañas de comunicación con fines sociales. Se considera fundamental la preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir, y la importancia de la experiencia en proyectos de desarrollo integral, sostenible y justo.

E.6. Capacidad para utilizar métodos y técnicas de investigación y evaluación de la comunicación con fines sociales. Explicación de la competencia: conocer los instrumentos que se utilizan actualmente y diseñar y experimentar nuevas propuestas metodológicas y técnicas. Conocimiento de técnicas de comunicación. Aplicación de modelos de evaluación en función de fines y no meramente instrumental.

### 3. Objetivos

#### *Course Objectives*

- Potenciar actitudes críticas previas al planteamiento de trabajos de investigación en el campo de la comunicación con fines sociales y acerca de la situación actual de la investigación en comunicación.
- Estimular, guiar y propiciar la búsqueda, selección, análisis, ordenación y comprensión de la información y documentación en materia de comunicación de fines sociales.
- Promover actitudes responsables, cooperativas y de reflexión compartida, de cara a crear una cultura de compromiso social desde la comunidad universitaria.
- Potenciar y guiar la dimensión práctica, reflexión y debate científico sobre comunicación con fines sociales.
- Facilitar la adquisición y utilización de un vocabulario científico-técnico que permita al alumnado expresar con rigor las ideas propias del ámbito de la ética en relación con la comunicación mediada.
- Destacar la significación del valor social de la comunicación publicitaria empresarial, institucional, etc.
- Concebir, diseñar, implementar y evaluar planes de investigación, integrados en el marco de las campañas de comunicación con fines sociales.
- Reconocimiento de las principales técnicas de recogidas de información y de análisis en el ámbito de la investigación cualitativa.
- Elaboración de un diseño de investigación cualitativa.
- Adquisición de recursos operativos a la hora de planificar y de llevar a la práctica un proyecto cualitativo de investigación.

### 4. Contenidos y/o bloques temáticos

#### *Course Contents and/or Modules*

#### **a. Contextualización y justificación**

#### *a. Context and rationale*

Ver punto 1.1.

#### **b. Objetivos de aprendizaje**

Ver punto 3.

#### **c. Contenidos**

El principal objetivo de la asignatura es proporcionar a las/os estudiantes un conocimiento de los métodos y de las técnicas de investigación con carácter aplicado al ámbito de la comunicación con fines sociales. Para ello, se desarrollarán varias sesiones en las que se expondrá, de forma teórica, y se reproducirá, de forma práctica, un proceso de investigación aplicado a una temática de interés para las/os estudiantes y que, a ser posible,



debería resultar próxima al tema de su TFM y de sus Prácticas Profesionales. Las sesiones presenciales partirán de una presentación de la lógica y el proceso de la investigación científica en el campo de la comunicación para, a continuación, dedicar sesiones teóricas y talleres prácticos a algunas de las técnicas de investigación con mayor difusión en este campo de conocimiento, como las encuestas, el análisis de contenido cuantitativo, los métodos experimentales, las entrevistas en profundidad, los grupos de discusión y la observación etnográfica. De tal modo, los contenidos quedan dispuestos en los siguientes tres temas generales de la asignatura:

- Principios básicos de investigación en ciencias sociales y de la comunicación
- Abordajes cuantitativos en la investigación en comunicación
- Abordajes cualitativos y participativos en la investigación en comunicación

#### **d. Métodos docentes**

---

- Exposición teórica a cargo del profesor en diálogo reflexivo con los alumnos.
- Lecturas individuales de diversos documentos
- Análisis en grupo de los casos prácticos presentados
- Trabajo en grupo para el apoyo al diseño de los TFM individuales

Ver puntos 4.e. y 5 para más detalle.

#### **e. Plan de trabajo**

---

La estructura del curso está compuesta por sesiones presenciales (50 horas), en las que se combinarán explicaciones teórico-prácticas con trabajo práctico en equipo supervisado siempre por el equipo docente, y por trabajo autónomo de las/os estudiantes fuera de las aulas (75 horas), en las que las reuniones grupales se completarán con el estudio individual y la supervisión virtual a través del espacio con el que el curso cuenta en el Campus Virtual de la UVA.

En paralelo a las sesiones principales, se abrirá un **espacio virtual** para la asignatura (Campus Virtual UVA), en el que las/os estudiantes podrán encontrar los siguientes recursos:

- Un repositorio de información, en el que se volcarán todos los materiales trabajados y expuestos en el aula, completados significativamente por otras fuentes documentales (textos, vídeos, enlaces, bibliografía...) para proporcionar todos los recursos necesarios para completar el programa de evaluación continua.
- Un sistema de tutorización virtual, en el que el asesoramiento es colaborativo entre la persona docente encargada del curso y las/os propias/os participantes. Mediante la apertura de foros generales y específicos, se establecerá un canal de comunicación para resolver las dudas puntuales que surjan durante el trabajo de las/os estudiantes fuera del aula.

#### **f. Evaluación**

---

Se establece de manera preferente un proceso de evaluación continua, de acuerdo con los instrumentos y criterios detallados en el punto 7 de esta guía.

#### **g Material docente**

---



## **g.1 Bibliografía básica**

---

- Alguacil Gómez, J. (2011): *Cómo se hace un trabajo de investigación en Sociología*. Madrid: Ed. Catarata.
- Berganza Conde, R. y Ruiz San Román, J.A. (2006). *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Bericat, E. (1998). *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social*. Barcelona: Ariel.
- Cea D'Ancona, M. A. (1999). *Metodología cuantitativa: Estrategias y Técnicas de Investigación Social*. Madrid: Síntesis.
- Gaitán Moya, J.A. y Piñuel Raigada, José L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- García Ferrando, M.; Ibáñez, J.; y Alvira, F. (comps.) (2000). *El análisis de la realidad social*. Madrid: Alianza.
- Hansen, A.; y Machin, David (2019). *Media and Communication Research Methods*. London: Red Globe Press.
- Igartua Perosanz, J.J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch
- Montañés, M. (2009). *Metodología y técnica participativa, teoría y práctica de una estrategia de investigación participativa*. Barcelona: Editorial UOC.
- Montañés, M. (2010). El grupo de discusión. *Cuadernos CIMAS, Observatorio Internacional de ciudadanía y medio ambiente sostenible*, 1-29.
- Montañés, M (2014). Diseño científico de muestras estructurales (II). Actas del V Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación Española de la Comunicación AE-IC, 1806-1944.
- Montañés M. y Siu Lin L. L (2019). Teoría, metodología y práctica de la producción de posiciones discursivas. (Un ejemplo: El caso de los discursos de la infancia sobre el mundo adulto). *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*. Nº, mayo-agosto, 2019, pp. 89-115.
- Montañés, M. y Moreno, A. (2025). Afecto y control paterno/materno filial según el discurso de los hijos e hijas. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 20 (1): 97-118. <https://doi.org/10.14198/obets.27676>.
- Ruiz Olabuénaga, J. I. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Deusto.
- Vallés, M. S. (2003). *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.

## **g.2 Bibliografía complementaria**

---

- Alonso, L. E. (1998). *La mirada cualitativa en Sociología*. Madrid: Fundamentos.
- Alvira, F. (2004). *La encuesta, una perspectiva general metodológica*. Madrid: CIS, Cuadernos Metodológicos.
- Bardin, L. (1986) *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- Bernard, H. R.; Ryan, G.W. (2010). *Analyzing qualitative data: systematic approaches*. Thousand Oaks, California: Corwin
- Callejo, J. (2001). *El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*. Barcelona: Ariel Practicum.



- Coller, X. (2000). *Estudio de casos*. Madrid: CIS, Cuadernos Metodológicos.
- Conde, F. (1994). "Notas sobre la génesis de la sociedad de consumo en España", num. 16.
- Curran, J. y otros (comps.) *Estudios culturales y comunicación*: Barcelona: Paidós.
- Díaz de Rada, V. (2005). *Manual de trabajo de campo en la encuesta*. Madrid: CIS, Cuadernos Metodológicos.
- Flick, U. (2006). *An introduction to qualitative research*. London: Sage.
- García Borrego, I. (2006). "El método cualitativo aplicado a la investigación medioambiental: grupos de discusión y entrevistas", en Camarero, Luis, A. (coord.), *Medio ambiente y sociedad: elementos de explicación sociológica*, Madrid: Thomson-Paraninfo.
- Igartua Perosanz, J.J. y Humanes Humanes, M.L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Pujadas, J.J. (1992). *El método biográfico, el uso de las historias de vida en ciencias sociales*, Madrid: CIS, Cuadernos Metodológicos.
- Rojas, A.J., Fernández, J.S.; y Pérez, C. (1998). *Investigar mediante encuestas: fundamentos teóricos y aspectos prácticos*. Madrid: Síntesis.
- Ruiz Olabuénaga, J. I.; Arístegui, I.; y Melgosa, L. (2002). *Cómo elaborar un proyecto de investigación social*. Bilbao: Deusto - Instituto de Ciencias de la educación.
- Santamarina, C. (2002). "La publicidad como voluntad de representación", en *Política y Sociedad*, vol. 39, nº 1, pp. 83-96.
- Sierra, F. (2021). *Economía política de la comunicación. Teoría y metodología*. Salamanca: Comunicación Social.
- Vallés, M.S. (2002). *Entrevistas cualitativas*. Madrid: CIS, Cuadernos Metodológicos.
- Wolf, Mauro (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

**g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)**  
***Additional Online Resources (microlearning units, blogs, videos, digital journals, massive online courses (MOOC), etc.)***

**h. Recursos necesarios**

***Required Resources***

La asignatura cuenta con un espacio propio en el Campus Virtual Uva, donde se depositará toda la información y los materiales necesarios para seguir el desarrollo de la asignatura, si bien no debe concebirse como un sustituto de la asistencia al aula, salvo situación de excepcionalidad.

Ocasionalmente, podrá ser preciso contar con equipos de registro de voz y/o de imagen para realizar prácticas individuales y colectivas, como la grabación de entrevistas o de grupos de discusión. Todos estos recursos serán facilitados, en la medida de sus posibilidades, por el Servicio Técnico de la UVa mediante un sistema de préstamo.

**i. Temporalización (por bloques temáticos)**

| CONTENIDOS  | CARGA ECTS | PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO |
|---|------------|--------------------------------|
| 1.- Principios básicos de la investigación en comunicación                      | 1          | 2 sesiones                     |
| 2.- Abordajes cuantitativos en la investigación en comunicación                 | 1'5        | 3 sesiones                     |
| 3.- Abordajes cualitativos y participativos en la investigación en comunicación | 2'5        | 5 sesiones                     |

**5. Métodos docentes y principios metodológicos*****Instructional Methods and guiding methodological principles***

- M1. Trabajo en pequeños grupos.
- M2. Método expositivo o lección magistral.
- M3. Debates o discusión en grupos.
- M4. Trabajo individual y autónomo.
- M5. Seminarios monográficos.
- M7. Entrevistas en tutoría individual y de grupo.
- M9. Técnicas cooperativas como equipos rápidos o estudios de documentos técnicos.

Las sesiones combinarán una introducción de corte teórico, en la que se expondrán las bases bibliográficas y los principales conceptos aplicados al estudio de la investigación en comunicación, con un desarrollo práctico en el que las/os estudiantes deberán implicarse activamente en la discusión y la profundización analítica de casos prácticos concretos. Así, todas las sesiones presenciales, con independencia de su consideración como teóricas o prácticas, contarán con elementos y actividades combinadas. La lectura y el análisis de resúmenes, artículos e informes de investigación servirán como puntos de partida para el debate abierto en el aula, que deberá ser prolongado con posterioridad en el Campus Virtual de la asignatura.

**6. Tabla de dedicación del estudiantado a la asignatura*****Student Workload Table***

| ACTIVIDADES PRESENCIALES o PRESENCIALES o A DISTANCIA <sup>(1)</sup><br><i>FACE-TO-FACE/ ON-SITE or ONLINE ACTIVITIES<sup>(1)</sup></i> | HORAS<br>HOURS | ACTIVIDADES NO PRESENCIALES<br><i>INDEPENDENT / OFF-CAMPUS WORK</i> | HORAS<br>HOURS |
|---|----------------|---|----------------|
| Clases teóricas   | 24,5           | Trabajo autónomo, individual y en grupo                             | 75             |
| Clases prácticas  | 8,5            |   |                |
| Seminario   | 8,5            |   |                |
| Exposición y debate   | 8,5            |   |                |
| Total presencial <i>Total face-to-face</i>  | <b>50</b>      | Total no presencial. <i>Total non-face-to-face</i>                  | <b>75</b>      |
| TOTAL presencial + no presencial <i>Total</i>   |                |   | <b>125</b>     |

(1) Actividad presencial a distancia es cuando un grupo sentado en un aula del campus sigue una clase por videoconferencia de forma síncrona, impartida por el profesor. *Distance face-to-face activity refers to a situation in which a group of students, seated in a classroom on campus, attends a class via live videoconference delivered by the instructor in real time.*

**7. Sistema y características de la evaluación****Assessment system and criteria**

| <b>INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO</b><br><i>ASSESSMENT<br/>METHOD/PROCEDURE</i> | <b>PESO EN LA<br/>NOTA FINAL</b><br><i>WEIGHT IN FINAL<br/>GRADE</i> | <b>OBSERVACIONES</b><br><i>REMARKS</i>   |
|--|--|--|
| Evaluación continuada a través de la participación en el aula              | 5%   | Discusión y debate en el aula del proyecto de investigación que se entregará como elemento central de la evaluación de la asignatura |
| Evaluación continuada a través de la realización de actividades en el aula | 15%  |  |
| Trabajo individual o en grupo  | 80%  | Diseño de un proyecto de investigación   |

**CRITERIOS DE CALIFICACIÓN ASSESSMENT CRITERIA**

- **Convocatoria ordinaria:**

El sistema de calificaciones será el establecido en el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre.

  - 0-4,9: Suspenso (SS).
  - 5,0-6,9: Aprobado (AP).
  - 7,0-8,9: Notable (NT).
  - 9,0-10: Sobresaliente (SB).
  - La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0

En aplicación del Reglamento de Ordenación Académica (ROA) de la Universidad de Valladolid (art. 44.1): "La presentación de un trabajo u obra hecho por otra persona como propio será catalogado como plagio y, por tanto, sancionado, en su caso, de acuerdo con el procedimiento disciplinario que corresponda, y sin perjuicio de la calificación de Suspenso 0,0"

  - Asimilación de contenidos teóricos
  - Aplicación práctica de contenidos teóricos
  - Corrección de las ideas y capacidad analítica y argumental
  - Seguimiento activo y participación en las sesiones presenciales y actividades formativas
  - Organización del trabajo y cumplimiento de estándares éticos.
- **Convocatoria extraordinaria:**
  - Se establece el mismo procedimiento y criterios de evaluación para ambas convocatorias. En caso de no superar la asignatura en la primera convocatoria oficial, el sistema de evaluación que se empleará en la segunda convocatoria será el mismo, pero centrado exclusivamente en la mejora del trabajo general de la asignatura. No será preciso, por lo tanto, repetir las actividades realizadas en el marco de las sesiones presenciales.

**8. Consideraciones finales****Final remarks****METODOLOGÍA DOCENTE Y SISTEMA DE EVALUACIÓN**

Dado que la metodología docente está pensada para un desarrollo continuo de los temas mediante procesos participados, se establece de manera preferente un proceso de evaluación continua.

**USO DEL CAMPUS VIRTUAL Y COMUNICACIÓN CON EL PROFESOR**

El campus virtual de la asignatura será un importante recurso docente a lo largo del curso, no sólo como repositorio de contenidos sino también como medio de comunicación entre alumnado y profesores. Por tanto, es muy recomendable su visita regular.

El campus virtual se empleará como repositorio de materiales docentes y medio para la recogida de tareas y trabajos. Se podrán usar foros y wikis como espacios de cooperación y colaboración fuera del aula.



La comunicación profesor-alumno fuera del aula se establecerá preferentemente a través del foro de avisos del campus virtual, del servicio de mensajería del campus virtual, y del correo electrónico institucional del profesor. Bajo cualquiera de las modalidades, los mensajes deberán redactarse con un mínimo de corrección formal (no se admitirá su uso como chat o conversación con el profesor, aspecto para el cual se facilita el espacio de tutorías). Los mensajes con el profesor deberán indicar convenientemente en el asunto o encabezado del mensaje el nombre, curso y grupo de la asignatura, y en la firma del mensaje se deberá indicar el nombre apellidos del estudiante. El profesor podrá contactar con los estudiantes a través del foro de avisos y del servicio de mensajería del campus virtual. Ambos canales se considerarán válidos para comunicaciones oficiales, por lo que se recomienda a los estudiantes la consulta regular del campus virtual y el uso de su cuenta institucional de correo electrónico (@alumnos.uva.es) para estar al corriente de notificaciones y mensajes.

### **TUTORÍAS**

El horario de tutorías podrá consultarse en la página web del centro. Para confirmar disponibilidad horaria es preciso concertar previamente con el profesorado por escrito, mediante correo electrónico o mensaje a través del campus virtual. En dicho mensaje se indicarán los aspectos a tratar en la reunión, para que el profesorado pueda reservar el tiempo suficiente y preparar convenientemente la cita.

### **IDIOMAS**

Una tercera parte (33%) de los materiales de trabajo empleados en este curso podrán estar redactados en lenguas extranjeras, principalmente en inglés. El objetivo es estimular la capacidad de lectura y de comprensión de materiales producidos en lenguas de importancia crucial para el posterior desarrollo profesional y académico de quien obtenga el título de Máster en Comunicación con Fines Sociales: Estrategias y Campañas.

### **INTELIGENCIA ARTIFICIAL**

Hasta el desarrollo de normativa específica por parte de la Universidad de Valladolid, se establecen las siguientes recomendaciones sobre la declaración de uso de Inteligencia Artificial en trabajos académicos.

**Autenticidad y autoría humana:** Los trabajos académicos deben ser fruto del esfuerzo intelectual del estudiantado. El uso de IA no puede suplantar la autoría humana. La utilización de herramientas de IA para la elaboración total o sustancial de trabajos se considerará una infracción equiparable al plagio, con las correspondientes sanciones.

**Transparencia y declaración de uso:** El alumnado deberá declarar explícitamente el uso de IA en sus trabajos, especificando:

- Si se ha utilizado IA.
- Con qué propósito (por ejemplo: revisión de estilo, traducción, consulta técnica puntual, elaboración de imágenes, edición de vídeos...).
- Qué herramientas de IA se han empleado.

Esta información deberá aparecer en una sección específica del trabajo en cuestión o un anexo.

**Citación adecuada:** En caso de que se incorporen contenidos generados o asistidos por IA que formen parte sustancial del trabajo, estos deberán citarse siguiendo las recomendaciones actuales de normas APA7. Las herramientas de IA no pueden ser citadas como autoras, pero sí como recursos utilizados.