

PRIMERA PARTE - COMPONENTES

- a) **Título** (provisional)
- b) **Presentación**: objetivos, problema de investigación y objeto de estudio
- c) **Marco teórico**: indicación de la disciplina o disciplinas que intervienen i/o constituyen el marco teórico de la investigación
- d) **Marco metodológico**: indicación de la metodología o metodologías que se prevé aplicar a la investigación
- e) **Palabras clave**: conjunto de términos simples o compuestos que expresen los puntos anteriores en la lengua del trabajo (catalán o castellano) y en inglés
- f) **Guión provisional**: estructura y componentes previstos del informe o de la publicación final (tesis, p.e.)
- g) **Bibliografía**: referencias bibliográficas relacionadas

SEGUNDA PARTE – METODOLOGÍA DE DESARROLLO

- a) Seleccionar un ámbito de interés del alumno. Dentro de este ámbito, seleccionar a su vez un aspecto o sector concreto. Por ejemplo, supongamos como ámbito de interés del alumno es la televisión. Dentro de este tema, pensar en qué aspecto del mismo podríamos sentirnos cómodos o tener interés en estudiar. Por ejemplo, los sitios web de marcas de ciudades.
- b) Intentar plantear unas primeras preguntas de investigación sobre este tema, aunque sean al principio muy genéricas o de tipo exploratorio. Por ejemplo: ¿Qué características generales, si es que las hay, tienen los sitios web de marcas de ciudades? ¿Pueden determinarse características de calidad en tales sitios? ¿Existe alguna forma evaluar estas características?
- c) Plantear entonces los objetivos en función de las preguntas. Por ejemplo, “El objetivo de este estudio será determinar las tendencias y los principales modelos presentes en los sitios web de marcas de ciudades turísticas. Además, se intentará aportar una metodología de análisis de la calidad de tales sitios que pueda ser útil a otros investigadores y a futuros trabajos de I+D del sector”.
- d) Intentar plantear un marco metodológico plausible: análisis de sitios web, entrevistas en profundidad, estudio de caso.
- e) Lo mismo respecto al marco teórico, por ejemplo: usabilidad, arquitectura de la información, cibermedios, teoría de la comunicación social, publicidad, marcas, branding, turismo, ciudades, etc.
- f) Transformar lo anterior en un conjunto de palabras clave en castellano (en este caso) e inglés. Por ejemplo:

<i>Palabras clave castellano</i>	<i>Palabras clave inglés</i>
Ciudades	Cities
Web	Web
Calidad en sitios web	Web sites quality
Cibermedios	New Media
Estudios de cas	Case studies
Teoría de la comunicación social	Mass media
Marcas	Branding
Posicionamiento web	SEO

g) Imaginar un posible guión de contenidos y la estructura del resultado final. Ejemplo:

-
1. Introducción
 2. Posicionamiento web y ciudades como marcas
 3. Sistema de análisis
 4. Análisis comparativo de sitios web de marcas turísticas
 5. Resultados y recomendaciones
 6. Conclusiones
 7. Bibliografía

h) Se aconseja consultar trabajos de investigación recientes sobre temas relacionados con el proyecto y observar sobre todo la introducción y las conclusiones. Pueden consultarse proyectos de investigación en la Biblioteca o a través de un buscador como Google Scholar.

i) También puede ser útil consultar algún manual de métodos de investigación en comunicación social. En la Biblioteca hay varios, pero también se puede encontrar información en la Web utilizando buscadores académicos como el mencionado Scirus.

j) Buscar bibliografía, preferentemente monografías en este primer estadio a través del catálogo de la biblioteca o de un buscador como WorldCat.

k) No hay que evitar, en absoluto, proporcionar algo de un circularidad a la memoria: es decir, es posible que al buscar bibliografía o consultar trabajos de investigación relacionados queramos cambiar algo de los puntos anteriores, etc. Naturalmente, esta circularidad ha de tener un límite (p.e. la fecha de entrega de la memoria).