



## Teaching Guide

Identifying Data					2015/16
Subject (*)	Investigación: Deseño e Proceso	Code	615518005		
Study programme	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados				
Descriptors					
Cycle	Period	Year	Type	Credits	
Official Master's Degree	1st four-month period	First	Obligatoria	3	
Language	SpanishGalician				
Teaching method	Face-to-face				
Prerequisites					
Department	Socioloxía e Ciencia Política da Administración				
Coordinador	Lopez Rey, Jose	E-mail	jose.lopez.rey@udc.es		
Lecturers	Lopez Rey, Jose	E-mail	jose.lopez.rey@udc.es		
Web					
General description	<p>La asignatura aborda en primer lugar una reflexión y un posicionamiento sobre la concepción de la práctica de la investigación. Posteriormente se concreta la lógica del proceso de investigación en sus fases y tareas concretas. Aunque se tiene especialmente en cuenta el carácter pluriparadigmático de la investigación en ciencias sociales (y la subsiguiente configuración de diferentes perspectivas metodológicas: distributiva, estructural y dialéctica en términos de Ibáñez), la presencia de otras asignaturas que profundizan en algunas de ellas, así como lo limitado del tiempo, hacen que en esta asignatura se haga especial hincapié en el diseño cuantitativo y en el mixto.</p>				

## Study programme competences

Code	Study programme competences
A1	Dominar nun nivel de postgrado os coñecementos, as ferramentas e os procedementos da investigación social e de mercados aplicándoos á solución de problemas e necesidades
A2	Aplicar os procesos e protocolos de captación de información necesarios para observar e analizar de forma correcta e propia dun nivel avanzado o comportamento dos usuarios ou consumidores
A3	Ser quen de deseñar un proceso de investigación de carácter empírico demostrando dominio no uso de técnicas de investigación cuantitativas e/ou cualitativas
A4	Ser quen de discriminar a técnica de investigación axeitada ao problema plantexado
A5	Ter capacidade para identificar, nun nivel de postgrado, a relevancia dos distintos factores relacionados cos contornos sociais, os mercados e os consumidores que deben ser tidos en conta na investigación
A7	Ser quen de xustificar unha axeitada segmentación e selección do público obxectivo
A8	Ter capacidade para traballar críticamente con fontes de datos, metodoloxías e técnicas de investigación científica e ferramentas informáticas propias da investigación social e de mercados
A10	Ser quen de redactar, presentar e defender documentos e informes de investigación social e de mercados
B1	Posuer e comprender coñecementos que aporten unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a cotío nun contexto de investigación
B2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (o multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo
B3	Que os estudantes sexan quen de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partires de unha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vencelladas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos
B4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüedades
B5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que haberá de ser en gran medida autodirixido ou autónomo
B6	Ser quen de buscar, xestionar, analizar e sintetizar a información, seleccionando aquela que resulta pertinente para a toma de decisións
B7	Ter capacidade creativa, proactiva e emprendedora
B9	Ter capacidade de analizar críticamente tanto o traballo propio como o dos compañeiros



B10	Ser quen de traballar en equipo eficaz e eficientemente
B11	Ser quen de asumir responsabilidades tanto individuais como colectivas na tarefa investigadora ou profesional
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, nas linguas oficiais da Comunidade Autónoma de Galicia

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences		
Formular e secuenciar un deseño de investigación social e/ou de mercado, cunha comprensión profunda da súa estrutura lóxica e metodolóxica	AC1 AC2 AC3 AC5	BC1 BC2 BC5 BC7	
Discriminar os diferentes tipos de deseño posibles en función dos obxectivos da investigación concretos, con especial atención ao deseño en investigación cuantitativa	AC2 AC5	BC2 BC3 BC7	
Redactar informes de resultados de investigación cunha linguaxe axeitada e profesional	AC4 AC7 AC8 AC10	BC3 BC4 BC6 BC7 BC9 BC10 BC11	CC1

Contents	
Topic	Sub-topic
1. Introducción	Presentación. obxectivos e metodoloxía da materia
2. O proceso de investigación	A lóxica do proceso de investigación. Perspectivas metodolóxicas. Modelos. Etapas do proceso
3. O deseño na investigación cuantitativa	Características do deseño nunha investigación cuantitativa. Deseños de investigación. Operativización de conceptos e medida. A preparación dos datos.
4. O deseño na investigación mixta.	Bases e razóns. Definicións. Ubicación das investigacións mixtas. Elementos. Características xerais. Usos e tipos. Preguntas e obxectivos.
5. Os informes	Estilos e redacción.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Problem solving	A1 A3 A4 A5 A7 A8 A10 B11 B10 B9 B7 B6 B5 B4 B3 B2 B1 C1 C6	5	20	25
Research (Research project)	A1 A2 A3 A4 A5 A7 A8 A10 B11 B10 B9 B7 B6 B5 B4 B3 B2 B1 C1	5	20	25
Guest lecture / keynote speech	B1 C6	10	15	25
Personalized attention		0		0

(\*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description



Problem solving	Diariamente plantexaranse diferentes problemas ou prácticas referidas aos distintos temas que servirán para que o/a estudante adquiera á experiencia mínima para ser quen de presentar despois un somero deseño de investigación
Research (Research project)	Constitúe o elemento avaliable principal. Todas as actividades denominadas "solución de problemas" no apartado anterior están orientadas a que o/a estudante sexa quen de problematizar un obxecto de estudo e plantexar o deseño xeral de investigación referido a el.
Guest lecture / keynote speech	A dinámica das clases é a seguinte: primeiro farase unha presentación dende un punto de vista teórico e xeral e logo aplicaránse no contexto de investigacións específicas que ilustren o exercicio da práctica da investigación nas súas distintas orientacións metodolóxicas. Noutras palabras, compaxinaránse as clases teóricas maxistras con outras máis prácticas nas que os conceptos tratados se presenten no contexto de investigacións concretas. A dinámica do curso require necesariamente consultar a documentación dispoñible antes da sesión teórica e así favorecer que o tempo na aula sexa mellor aproveitado

### Personalized attention

Methodologies	Description
Problem solving Research (Research project)	A atención personalizada na solución de problemas darase na aula nas sesións presenciais durante o desenvolvemento do obradoiro. A referida ao proxecto do deseño de investigación, será no horario de titorías do profesor

### Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Problem solving	A1 A3 A4 A5 A7 A8 A10 B11 B10 B9 B7 B6 B5 B4 B3 B2 B1 C1 C6	As diferentes prácticas e solucións de problemas realizadas na aula proporcionan experiencia para a práctica avaliable principal. O seu peso na avaliación é mínimo e sobre todo serven para determinar o interese, actitude e participación do alumnado	15
Research (Research project)	A1 A2 A3 A4 A5 A7 A8 A10 B11 B10 B9 B7 B6 B5 B4 B3 B2 B1 C1	Entregarase como máximo unha semana despois de teren rematado as clases presenciais da materia.	85

### Assessment comments

A principio de curso estará dispoñible na plataforma virtual unha Guía de Estudo da Materia con todas as indicacións precisas referidas ao deseño de investigación esixido para a avaliación da materia.

### Sources of information

<b>Basic</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BORRÀS, V.; LOPEZ-ROLDAN, P.; LOZARES, C. (1999). La articulación entre lo cuantitativo y lo cualitativo: de las grandes encuestas a la recogida de datos intensiva. pp. 525-541. Qüestiió 23, 3</li> <li>- BOURDIEU, P.; CHAMBORENDON, J.-C.; PASSERON, J.-C (1976). El oficio de sociólogo. Presupuestos epistemológicos. Madrid: Siglo XXI</li> <li>- CEA D?ANCONA, M. Angeles (1996). Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social. Madrid: Síntesis</li> <li>- CEA D?ANCONA, M. Ángeles (2004). Métodos de encuesta. Teoría y práctica, errores y mejora. Madrid: Síntesis</li> <li>- GARCIA FERRANDO, M.; IBAÑEZ, J.; ALVIRA, F. (1994). El análisis de la realidad social. Madrid: Alianza</li> <li>- IBAÑEZ, Jesús (1994). Perspectivas de la investigación social: el diseño en las tres perspectivas. En: El análisis de la realidad social. Madrid: Alianza</li> <li>- Miguel, Amando de (1997). Manual del perfecto sociólogo. Madrid : Espasa</li> <li>- Quivy, Raymond y Campenhoudt, Luc van (1992). Manual de investigación en ciencias sociales. Mexico: Limusa</li> <li>- VV.AA. (1996). La construcció de tipologies. Exemples d'aplicació. Papers. Revista de Sociologia, 48</li> </ul>
--------------	--



Complementary	
---------------	--

<b>Recommendations</b>
------------------------

<b>Subjects that it is recommended to have taken before</b>
---

<b>Subjects that are recommended to be taken simultaneously</b>
---

<b>Subjects that continue the syllabus</b>
--

<b>Other comments</b>
-----------------------

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.
--