



Guía docente				
Datos Identificativos				2015/16
Asignatura (*)	Fuentes de Datos y Bases de Datos	Código	615518008	
Titulación	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados			
Descriptorios				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	3
Idioma	CastellanoGallego			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencia Política da Administración			
Coordinador/a	Lamela Viera, María del Carmen	Correo electrónico	carmen.lamela@udc.es	
Profesorado	Lamela Viera, María del Carmen Perez Carames, Antia	Correo electrónico	carmen.lamela@udc.es antia.perez@udc.es	
Web				
Descripción general				

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A1	Dominar en un nivel de postgrado los conocimientos, las herramientas y los procedimientos de la investigación social y de mercados aplicándolos a la solución de problemas y necesidades
A2	Aplicar los procesos y protocolos de captación de información necesarios para observar y analizar de forma correcta y propia de un nivel avanzado el comportamiento de los usuarios o consumidores
A3	Ser capaz de diseñar un proceso de investigación de carácter empírico demostrando dominio en el uso de técnicas de investigación cuantitativa y/o cualitativa
A4	Ser capaz de discriminar la técnica de investigación adecuada al problema planteado
A5	Tener capacidad para identificar, en un nivel de postgrado, la relevancia de los distintos factores relacionados con los entornos sociales, los mercados y los consumidores que deben ser tenidos en cuenta en la investigación
A6	Análisis crítico de las sociedades de consumo actuales que permita conocer la estructuración y el significado social del consumo
A7	Ser capaz de justificar una adecuada segmentación y selección del público objetivo
A8	Tener capacidad para trabajar críticamente con fuentes de datos, metodologías y técnicas de investigación científica y herramientas informáticas propias de la investigación social y de mercados
A9	Tener capacidad para integrar y aplicar las nuevas tendencias en investigación social y de mercados de modo rentable y efectivo en la empresa, las administraciones u otras organizaciones
A10	Ser capaz de redactar, presentar y defender documentos e informes de investigación social y de mercados
A11	Conocer, en un nivel avanzado, los mercados y los consumidores, apreciando la diversidad de sus enfoques
B1	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
B2	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
B3	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
B4	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
B5	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
B6	Ser capaz de buscar, gestionar, analizar y sintetizar la información, seleccionando aquella que resulta pertinente para la toma de decisiones
B7	Tener capacidad creativa, proactiva y emprendedora



B11	Ser capaz de asumir responsabilidades tanto individuales como colectivas en la tarea investigadora o profesional
-----	--

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
Conocer y comprender las principales dimensiones de las fuentes de datos estadísticos y su repercusión sobre el análisis sociológico que permiten	AM1 AM8	BM1 BM5 BM6 BM7 BM11	
Dominar las principales fuentes de datos sobre la realidad social en España	AM1 AM2 AM5 AM7 AM9	BM1 BM2	
Conocer fuentes de datos estadísticos de otros países y fuentes que trabajan a escala internacional	AM1 AM2 AM3 AM4 AM6 AM8 AM10 AM11	BM3	
Explicar las claves del proceso de producción y mantenimiento de las estadísticas sociales	AM1 AM2 AM5 AM10	BM3 BM4 BM6 BM7	

Contenidos	
Tema	Subtema
Introducción	Relevancia y aplicabilidad de los datos secundarios en la investigación social
Fundamentos metodológicos	Costes y beneficios en la producción y el mantenimiento de datos estadísticos. Ideología y estadística
Principales fuentes de información estadística	Bases de datos de los institutos de estadística en España y del Centro de Investigaciones Sociológicas. Principales organismos y fuentes internacionales. Otras fuentes de datos españolas e internacionales
Trabajo con fuentes de datos secundarios	Usos y análisis estadístico de los datos secundarios. Manejo informático de los datos. Referenciación de los datos estadísticos y presentación de resultados. Integración de datos secundarios y primarios en la investigación social

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Discusión dirigida	A8 B2 B3 B4 B6	2	4	6
Prácticas a través de TIC	A3 A4 B7 B11	6	12	18
Investigación (Proyecto de investigación)	A4 A7 A8 A9 A10 B4 B5 B6	4	16.5	20.5
Sesión magistral	A1 A2 A5 A6 A11 B1	10	20	30
Atención personalizada		0.5	0	0.5



(\*) Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Discusión dirixida	Debate na aula sobre lecturas recomendadas polas profesoras
Prácticas a través de TIC	Prácticas na aula de informática de traballo cos microdatos de diversas fontes estatísticas
Investigación (Proyecto de investigación)	Realización dun micro-proxecto de investigación en torno a unha fonte estatística previamente escollida polas profesoras, que guiarán e estruturarán o traballo a desenvolver fora das horas presenciais
Sesión magistral	Exposición dos contidos da asignatura

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Prácticas a través de TIC	Las prácticas a través de TIC se realizarán en horario de clase bajo la supervisión e indicaciones de las profesoras, que también coordinarán el trabajo que debe realizar el estudiantado para el desarrollo del proyecto de investigación vinculado con la asignatura.
Investigación (Proyecto de investigación)	El estudiantado hará uso de las tutorías en los horarios correspondientes siempre y cuando sea necesario.

Evaluación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Calificación
Prácticas a través de TIC	A3 A4 B7 B11	Prácticas no laboratorio de informática de análise estatística dos microdatos de diversas fontes estatísticas.	50
Investigación (Proyecto de investigación)	A4 A7 A8 A9 A10 B4 B5 B6	Realización dun proxecto en grupo de indagación mediante observación sobre o proceso de recollida da información para a elaboración dunha fonte estatística seleccionada polas profesoras.	50

Observacións avaliación

Fontes de información	
Básica	
Complementaria	

Recomendacións	
Asignaturas que se recomenda haber cursado previamente	
Asignaturas que se recomenda cursar simultaneamente	
Asignaturas que continúan el temario	
Otros comentarios	

(\*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías