



Guía Docente				
Datos Identificativos				2016/17
Asignatura (*)	Investigación: Deseño e Proceso	Código	615518005	
Titulación	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	3
Idioma	CastelánGalego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencia Política da Administración			
Coordinación	Lopez Rey, Jose	Correo electrónico	jose.lopez.rey@udc.es	
Profesorado	Lopez Rey, Jose	Correo electrónico	jose.lopez.rey@udc.es	
Web				
Descrición xeral	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.			

Competencias do título	
Código	Competencias do título
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

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe		Competencias do título	
Formular e secuenciar un deseño de investigación social e/ou de mercado, cunha comprensión profunda da súa estrutura lóxica e metodolóxica	AM1 AM2 AM3 AM5	BM1 BM2 BM5 BM7	
Discriminar os diferentes tipos de deseño posibles en función dos obxectivos da investigación concretos, con especial atención ao deseño en investigación cuantitativa	AM2 AM5	BM2 BM3 BM7	
Redactar informes de resultados de investigación cunha linguaxe axeitada e profesional	AM4 AM7 AM8 AM10	BM3 BM4 BM6 BM7 BM9 BM10 BM11	CM1

Contidos	
Temas	Subtemas
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.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Solución de problemas	A1 A3 A4 A5 A7 A8 A10 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B9 B10 B11 C1 C6	5	20	25
Investigación (Proxecto de investigación)	A1 A2 A3 A4 A5 A7 A8 A10 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B9 B10 B11 C1	5	20	25
Sesión maxistral	B1 C6	10	15	25
Atención personalizada		0		0

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías
--------------



Metodoloxías	Descrición
Solución de problemas	Diariamente plantexaranse diferentes problemas ou prácticas referidas aos distintos temas que servirán para que o/a estudante adquira á experiencia mínima para ser quen de presentar despois un somero deseño de investigación
Investigación (Proxecto de investigación)	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.
Sesión maxistral	A dinámica das clases é a seguinte: primeiro faráse 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

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Solución de problemas	A atención personalizada na solución de problemas darase na aula nas sesións presenciais durante o desenvolvemento do obradoiro.
Investigación (Proxecto de investigación)	A referida ao proxecto do deseño de investigación, será no horario de tutorías do profesor

### Avaliación

Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Solución de problemas	A1 A3 A4 A5 A7 A8 A10 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B9 B10 B11 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
Investigación (Proxecto de investigación)	A1 A2 A3 A4 A5 A7 A8 A10 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B9 B10 B11 C1	Entregarase como máximo unha semana despois de teren rematado as clases presenciais da materia.	85

### Observacións avaliación

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.

### Fontes de información



<b>Bibliografía básica</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, Amado 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>
<b>Bibliografía complementaria</b>	

### Recomendacións

**Materias que se recomenda ter cursado previamente**

**Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

**Materias que continúan o temario**

**Observacións**

(\*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías