



Guía Docente				
Datos Identificativos				2017/18
Asignatura (*)	Muestreo e Probas de Decisión Estatística	Código	615518006	
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	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Matemáticas Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Lombardía Cortiña, María José	Correo electrónico	maria.jose.lombardia@udc.es	
Profesorado	Fernández Casal, Rubén Lombardía Cortiña, María José	Correo electrónico	ruben.fcasal@udc.es maria.jose.lombardia@udc.es	
Web				
Descrición xeral	O obxectivo xeral desta materia é que os estudantes adquiran as destrezas e competencias, a nivel de posgrao, no uso das probas de decisión estatística e das principais formas de mostraxe, ferramentas da estatística inferencial que resultan fundamentais á hora de realizar a recollida de información e a interpretación dos resultados nunha investigación social ou de mercados.			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados 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
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
A9	Ter capacidade para integrar e aplicar as novas tendencias en investigación social e de mercados de xeito rentable e efectivo na empresa, as administracións ou outras organizacións
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
B8	Ser quen de integrar as NTICs (Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicacions) na tarefa profesional e/ou investigadora
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
C3	Utilizar as ferramentas básicas das TIC necesarias para o exercicio da súa profesión e para o aprendizaxe ao longo da vida
C6	Valorar críticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben afrontarse
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
	Cofecer a teoría de probabilidades e das principais distribucións asociadas a teoría da mostraxe e das probas de decisión estatística.	AM1 AM3 AM4	BM1 BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM8 BM9 BM10 BM11
Estimar parámetros e empregar probas de decisión estatística.	AM1 AM3 AM4 AM5 AM8 AM9 AM10	BM1 BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM8 BM9 BM10 BM11	CM1 CM3 CM6 CM8
Analizar e explicar críticamente as diferenzas entre os tipo de mostraxe e seleccionar o máis adecuado para diferentes contextos.	AM5 AM7 AM8 AM9 AM10	BM1 BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM8 BM9 BM10 BM11	CM1 CM3 CM6 CM8

Contidos	
Temas	Subtemas
TEMA 1: INTRODUCCIÓN Á ESTATÍSTICA INFERENCIAL	Introdución.
TEMA 2: CONCEPTOS BÁSICOS DE ESTATÍSTICA	Conceptos xerais: poboación e mostra, variable aleatoria, parámetro e estimador. Distribucións relacionadas coa Normal.
TEMA 3: TIPOS DE MOSTRAXE	Introdución á mostraxe na investigación social e de mercados. Mostraxe aleatoria simple, mostraxe sistemática, mostraxe estratificado e mostraxe por conglomerados. Determinación do tamaño da mostra.



TEMA 4: PROBAS DE DECISIÓN ESTATÍSTICA	Introdución. Hipótese estatística. Formulación. Tipos de erro. Criterios de decisión. Nivel crítico ou p-valor. Contrastes de hipóteses paramétricos e non paramétricos.
--	--

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Obradoiro	A1 A3 A4 A5 A7 A8 A9 A10 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 B11 C1 C3 C6 C8	24	24	48
Solución de problemas	A1 A3 A4 A5 A7 A8 A9 A10 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 B11 C1 C3 C6 C8	3	9	12
Proba mixta	A1 A3 A4 A5 A7 A8 A9 A10 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 C3 C1	3	6	9
Atención personalizada		6	0	6

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

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Obradoiro	Coa axuda dos medios informáticos pertinentes, vanse expor, analizar e debater os principais métodos de mostraxe e probas de decisión estatística, e vanse facer estudos de casos de interese na investigación social e na análise de mercados.
Solución de problemas	Os grupos de traballo chegarán a resolver problemas concretos, a partir dos coñecementos revisados previamente. Exporanse distintos tipos de problemas relacionados coa aplicación da mostraxe e coa utilización das probas de decisión estatística.
Proba mixta	O alumno deberá demostrar o seu dominio dos aspectos teóricos da materia e a súa capacidade para a resolución de problema relacionados co deseño mostral e a utilización de probas de decisión estatística.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Proba mixta Solución de problemas Obradoiro	A atención personalizada é unha actividade académica que ten como finalidade atender as necesidades e consultas do alumnado, de forma individual ou en pequeno grupo, relacionadas co estudo e temas vinculados coa materia. Esta atención servirá tamén, por unha parte, ao profesor para detectar posibles problemas na metodoloxía utilizada para impartir a materia e, por outra, aos alumnos para consolidar coñecementos teóricos e para expresar as súas inquietudes acerca da materia. Esta actividade desenvolverase de forma presencial.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Proba mixta	A1 A3 A4 A5 A7 A8 A9 A10 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 C3 C1	A proba mixta ten por obxecto valorar a correcta comprensión e aplicación dos contidos da materia. Realizarase de forma individual empregando os coñecementos adquiridos nas sesións de Obradoiro e de Solución de problemas.	50



Solución de problemas	A1 A3 A4 A5 A7 A8 A9 A10 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 B11 C1 C3 C6 C8	Os alumnos, agrupados en equipos de traballo, presentarán no prazo establecido unha memoria en formato electrónico coa resolución dos casos prácticos que se lles plantexarán en forma de problemas. Para a resolución destes problemas empréganse o software e os coñecementos adquiridos nas sesións de Obradoiro.	40
Obradoiro	A1 A3 A4 A5 A7 A8 A9 A10 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 B11 C1 C3 C6 C8	Valorarase a asistencia e participación na clase.	10

Observacións avaliación

Os alumnos a tempo parcial poden solicitar que o 10% da cualificación correspondente ao Obradoiro se incorpore á Proba mixta, que neste caso pasaría a ter unha valoración do 60% da nota final, sendo o outro 40% o correspondente á Solución de problemas.

Fontes de información

Bibliografía básica	
Bibliografía complementaria	Boza Chirino, J, Pérez Rodríguez J.V y De León Leresma J. (2016). Introducción a las técnicas de muestreo. Ed PirámideCao, R., Francisco, M., Naya, S., Presedo, M.A., Vázquez, M., Vilar, J.A. y Vilar, J.M. Introducción a la Estadística y sus aplicaciones. Ediciones Pirámide (Grupo Anaya). 2001. Gornik , L. y Smith, W. Á estatística ¡en caricaturas! SGAPEIO. 2001Manzano, V.G. Manual para Encuestadores. Ed. Ariel. Barcelona 1996. Santesmases Mestre, M. DYANE versión 4: Diseño y Análisis de Encuestas en Investigación Social y de Mercados. Ed. Pirámide Madrid 2004.

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