



Guía docente				
Datos Identificativos				2018/19
Asignatura (*)	Investigación Mediante Encuesta	Código	615518009	
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	Gallego			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador/a	García Docampo, Manuel	Correo electrónico	manuel.garcia.docampo@udc.es	
Profesorado	García Docampo, Manuel	Correo electrónico	manuel.garcia.docampo@udc.es	
Web				
Descripción general	Se trata de adquirir un conocimiento general de los diferentes tipos y procedimientos para hacer investigaciones empleando la encuesta como herramienta.			

Competencias del título	
Código	Competencias del título
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
A11	Conocer, en un nivel avanzado, los mercados y los consumidores, apreciando la diversidad de sus enfoques
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
B10	Ser capaz de trabajar en equipo eficaz y eficientemente
C4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común
C5	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
C7	Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
	AM	BM	CM
Solución de problemas e deseño da investigación	AM5	BM2	CM4
	AM6	BM3	CM5
	AM7	BM4	CM7
	AM8	BM5	
	AM11	BM10	



Contenidos	
Tema	Subtema
Aspectos teóricos y metodológicos de la investigación por encuesta	Tipologías y elementos configuradores Partes y fases de la investigación Indicadores Procesos
Estudio y análisis de casos	Investigación de datos manifiestos Investigación con datos calculados Investigación con estimaciones
Diseño y elaboración práctica de una investigación por encuesta	Ejercicios y prácticas de resolución de problemas Ejercicio individual

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Presentación oral	A8 B2 B4	8	0	8
Estudio de casos	A5 A6 A8 B2 B3	15	15	30
Investigación (Proyecto de investigación)	A5 A6 A7 A8 A11 B2 B3 B4 B5 C4 C5 C7	8	16	24
Solución de problemas	A5 A8 B2 B3 B10 C4	6	6	12
Atención personalizada		1	0	1

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

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Presentación oral	Exposición de los aspectos teóricos por parte del profesor
Estudio de casos	Estudio de casos de cada tipo de investigación por encuesta
Investigación (Proyecto de investigación)	Diseño y elaboración por parte de los alumnos de una encuesta
Solución de problemas	Resolución de problemas, planteados por el profesor

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Investigación (Proyecto de investigación)	Si fuese precisa, en horario de tutorías. La evaluación para las/los alumnas/os con dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia se resolverá computando al 100% el proyecto de investigación.

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Solución de problemas	A5 A8 B2 B3 B10 C4	Resolución de los ejercicios y casos propuestos por el profesor	50
Investigación (Proyecto de investigación)	A5 A6 A7 A8 A11 B2 B3 B4 B5 C4 C5 C7	Diseño individualizado de una investigación por encuesta	50

Observaciones evaluación



La evaluación para las/los alumnas/os con dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia se resolverá computando al 100% el proyecto de investigación.

Fuentes de información

Básica	<ul style="list-style-type: none"> - VILLUENDAS, Adoración (). Incidencias de la entrevista personal en la investigación mediante encuesta. Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS), 2005, vol. 109, no 1, p. 219-236. - DÍAZ DE RADA, Vidal (). Ventajas e inconvenientes de la encuesta por Internet. Papers: revista de sociología, 2012, vol. 97, no 1, p. 193-223. - GONZÁLEZ GÓMEZ, Andrés; PADILLA GARCÍA, José Luis (). Un esquema conceptual para analizar la validez en las investigaciones mediante encuesta. . Metodología de encuestas, 1999, vol. 1, no 1, p. 85-98 - CEA D'ANCONA, Ángeles. (). La senda tortuosa de la «calidad» de la encuesta.. Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS), 2005, vol. 111, no 1, p. 75-103. - DÍAZ DE RADA IGÚZQUIZA, Vidal. (2009). Análisis de datos de encuestas: Desarrollo de una investigación completa utilizando SPSS.. Editorial UOC, - ALVIRA MARTÍN, Francisco. (2011). La encuesta: una perspectiva general metodológica. CIS - VALLEJOS IZQUIERDO, Antonio Félix, et al. (2011). Investigación social mediante encuestas. . Editorial Universitaria Ramon Areces <p>DÍAZ DE RADA, Vidal. Ventajas e inconvenientes de la encuesta por Internet. Papers: revista de sociología, 2012, vol. 97, no 1, p. 193-223.GONZÁLEZ GÓMEZ, Andrés; PADILLA GARCÍA, José Luis. Un esquema conceptual para analizar la validez en las investigaciones mediante encuesta. Metodología de encuestas, 1999, vol. 1, no 1, p. 85-98.CEA D'ANCONA, Ángeles. La senda tortuosa de la «calidad» de la encuesta. Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS), 2005, vol. 111, no 1, p. 75-103.DÍAZ DE RADA IGÚZQUIZA, Vidal. Análisis de datos de encuestas: Desarrollo de una investigación completa utilizando SPSS. Editorial UOC, 2009.MARTÍNEZ DE LUNA, Iñaki. Encuestas de la opinión: de la teoría a la práctica. Metodología de encuestas, 2008, vol. 10, no 1, p. 7-25.ALVIRA MARTÍN, Francisco. La encuesta: una perspectiva general metodológica. CIS, 2011.VALLEJOS IZQUIERDO, Antonio Félix, et al. Investigación social mediante encuestas. Editorial Universitaria Ramon Areces, 2011.</p>
Complementaria	

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

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