



Guía docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Muestreo y Pruebas de Decisión Estadística	Código	615518006	
Titulación	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados			
Descriptores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	3
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Matemáticas Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador/a	Lombardía Cortiña, María José	Correo electrónico	maria.jose.lombardia@udc.es	
Profesorado	Lombardía Cortiña, María José	Correo electrónico	maria.jose.lombardia@udc.es	
Web				
Descripción general	El objetivo general de esta asignatura es que los estudiantes adquieran las destrezas y competencias, a nivel de posgrado, en el uso de las pruebas de decisión estadística y de las principales formas de muestreo, herramientas de la estadística inferencial que resultan fundamentales a la hora de realizar la recogida de información y la interpretación de los resultados en una investigación social o de mercados.			

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados 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
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
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
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
B8	Ser capaz de integrar las NTICs (Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) en la tarea profesional y/o investigadora
B9	Tener capacidad de analizar críticamente tanto el trabajo propio como el de los compañeros
B10	Ser capaz de trabajar en equipo eficaz y eficientemente



B11	Ser capaz de asumir responsabilidades tanto individuales como colectivas en la tarea investigadora o profesional
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de Galicia
C3	Utilizar las herramientas básicas de las TIC necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida
C6	Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse
C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título		
	Conocer la teoría de probabilidades y de las principales distribuciones asociadas la teoría del muestreo y de las pruebas de decisión estadística.	AM1 AM3 AM4	BM1 BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM8 BM9 BM10 BM11
Estimar parámetros y emplear pruebas de decisión estadística.	AM1 AM3 AM4 AM5 AM8 AM9 AM10	BM1 BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM8 BM9 BM10 BM11	CM1 CM3 CM6 CM8
Analizar y explicar críticamente las diferencias entre los tipo de muestreo y seleccionar el más adecuado para diferentes contextos.	AM5 AM7 AM8 AM9 AM10	BM1 BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM8 BM9 BM10 BM11	CM1 CM3 CM6 CM8

Contenidos	
Tema	Subtema
TEMA 1: INTRODUCCIÓN A La ESTADÍSTICA INFERENCIAL.	Introducción.
TEMA 2: CONCEPTOS BÁSICOS DE ESTADÍSTICA.	Conceptos generales: población y muestra, variable aleatoria, parámetro y estimador.
TEMA 3: TIPOS DE MUESTREO.	Introducción al muestreo en la investigación social y de mercados. Muestreo aleatorio simple, muestreo sistemático, muestreo estratificado y muestreo por conglomerados. Determinación del tamaño de muestra.



TEMA 4: PRUEBAS DE DECISIÓN ESTADÍSTICA.	Introducción. Hipótesis estadística. Tipos de error. Criterios de decisión. Nivel crítico o p-valor. Contrastes de hipótesis paramétricos y no paramétricos.
--	--

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Prueba objetiva	A1 A3 A4 A5 A7 A8 A9 A10 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 B11 C1 C3 C6 C8	1	0	1
Atención personalizada		0	0	0

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

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Prueba objetiva	

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Prueba objetiva	

Evaluación			
Metodologías	Competencias / Resultados	Descripción	Calificación
Prueba objetiva	A1 A3 A4 A5 A7 A8 A9 A10 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 B11 C1 C3 C6 C8		100

Observaciones evaluación

Fuentes de información	
Básica	Hervada Vidal, X., BarbeitoNaveira, G., Santiago Pérez, M. I., MujicaLengua, O. J., y VázquezFernández, E. (2012). Manual de ayuda de Epidat 4.0.[https://www.sergas.es/Saude-publica/Epidat--Axuda-en-pdf]. Consellería de Sanidade da Xunta de GaliciaSPSS, IBM. (2016). IBM SPSS Statistics Base 24. Chicago, IL: SPSS Inc..
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 jen caricaturas! SGAPEIO. 2001Manzano, V.G. Manual para Encuestadores. Ed. Ariel. Barcelona 1996. Martin Lee Abbott (2017). Using Statistics in the Social and Health Sciences with SPSS and Excel. John Wiley & Sons.Santesmases Mestre, M. DYANE versión 4: Diseño y Análisis de Encuestas en Investigación Social y de Mercados. Ed. Pirámide Madrid 2004.

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