



Guía Docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Fontes de Datos e Bases de Datos	Código	615518008	
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 Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Lamela Viera, María del Carmen	Correo electrónico	carmen.lamela@udc.es	
Profesorado	Lamela Viera, María del Carmen	Correo electrónico	carmen.lamela@udc.es	
Web				
Descrición xeral	Na materia "Fontes de Datos e Bases de Datos" o estudantado aprenderá a manexar as principais fontes de información en torno á realidade social española e internacional, a partir dunha reflexión sobre a achega das fontes de datos estatísticos á análise sociolóxica.			

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
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
A6	Análisis crítico das sociedades de consumo actuais que permita coñecer a estruturación e o significado social do consumo
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
A11	Coñecer, nun nivel avanzado, os mercados e os consumidores, apreciando a diversidade dos seus enfoques
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



B11	Ser quen de asumir responsabilidades tanto individuais como colectivas na tarefa investigadora ou profesional
-----	---

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
Coñecer e comprender as principais dimensións das fontes de datos estatísticos e a súa repercusión sobre a análise sociolóxica que permiten.	AM1 AM8	BM1 BM5 BM6 BM7 BM11	
Dominar as principais fontes de datos sobre a realidade social en España	AM1 AM2 AM5 AM7 AM9	BM1 BM2	
Coñecer fontes de datos estatísticos doutros países e fontes que traballan a escala internacional.	AM1 AM2 AM3 AM4 AM6 AM8 AM10 AM11	BM3	
Explicar as claves do proceso de produción e mantemento das estatísticas sociais	AM1 AM2 AM5 AM10	BM3 BM4 BM6 BM7	

Contidos	
Temas	Subtemas
Introdución	Relevancia e aplicabilidade dos datos secundarios na investigación social
Fundamentos metodolóxicos	Custes e beneficios na produción e mantemento de datos estatísticos. Ideoloxía e estatística
Principais fontes de información estatística	Bases de datos dos institutos de estatística en España e do Centro de Investigaciones Sociolóxicas. Principais organismos e fontes internacionais. Outras fontes de datos españolas e internacionais
Traballo con fontes de datos secundarios	Usos e análise estatística dos datos secundarios. Manexo informático dos datos. Referenciación dos datos estatísticos e presentación de resultados. Integración de datos secundarios e primarios na investigación social

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Proba obxectiva	A5 A4 A3 A2 A1 A11 A10 A9 A8 A7 A6 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B11	1	0	1
Atención personalizada		0	0	0

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



## Metodoloxías

Metodoloxías	Descrición
Proba obxectiva	

## Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Proba obxectiva	

## Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Proba obxectiva	A5 A4 A3 A2 A1 A11 A10 A9 A8 A7 A6 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B11		100

## Observacións avaliación

--

## Fontes de información

<b>Bibliografía básica</b>	CEA D'ANCONA, M.A. (2005). La senda tortuosa de la ?calidad? de la encuesta. Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS), 111: 75-103.CEA D'ANCONA, M.A. (2012). La investigación ?no reactiva? a partir de datos disponibles. En M.A. Cea D'Ancona (ed.), Fundamentos y aplicaciones en metodología cuantitativa (pp. 155-183). Madrid: Síntesis.DE MIGUEL, A. (2009). Historia personal de una desmesura: los ?foessas?. Política y Sociedad, 46(3): 91-102.FERNÁNDEZ ESQUINAS, M. (2003). Criterios de calidad en la investigación social: la producción de datos sociales. EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales, 6: 47-77.FRIGERIO, A. (1995). La Construcción de los Problemas Sociales: Cultura, Política y Movilización. Boletín de Lecturas Sociales y Económicas, 2(6). KITSUSE, J.I. & CICOUREL, A.V. (1963). A Note on the Uses of Official Statistics. Social Problems, 11(2): 131-139.PORTER, T.M. (2009). La estadística y el curso de la razón pública: compromiso e imparcialidad en un mundo cuantificado. EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales, 18: 19-35.
<b>Bibliografía complementaria</b>	

## Recomendacións

<b>Materias que se recomenda ter cursado previamente</b>
<b>Materias que se recomenda cursar simultaneamente</b>
<b>Materias que continúan o temario</b>
<b>Observacións</b>

(\*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