



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2019/20
Subject (*)	Data Sources and Databases		Code	615518008
Study programme	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Official Master's Degree	1st four-month period	First	Obligatory	3
Language	SpanishGalician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Lamela Viera, Maria del Carmen	E-mail	carmen.lamela@udc.es	
Lecturers	Lamela Viera, Maria del Carmen	E-mail	carmen.lamela@udc.es	
Web				
General description	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.			

Study programme competences

Code	Study programme competences
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
-----	---

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences		
Coñecer e comprender as principais dimensións das fontes de datos estatísticos e a súa repercusión sobre a análise sociolóxica que permiten.	AC1 AC8	BC1 BC5 BC6 BC7 BC11	
Dominar as principais fontes de datos sobre a realidade social en España	AC1 AC2 AC5 AC7 AC9	BC1 BC2	
Coñecer fontes de datos estatísticos doutros países e fontes que traballan a escala internacional.	AC1 AC2 AC3 AC4 AC6 AC8 AC10 AC11	BC3	
Explicar as claves do proceso de produción e mantemento das estatísticas sociais	AC1 AC2 AC5 AC10	BC3 BC4 BC6 BC7	

Contents	
Topic	Sub-topic
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

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Objective test	A5 A4 A3 A2 A1 A11 A10 A9 A8 A7 A6 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B11	1	0	1
Personalized attention		0	0	0

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.



Methodologies	
Methodologies	Description
Objective test	

Personalized attention	
Methodologies	Description
Objective test	

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Objective test	A5 A4 A3 A2 A1 A11 A10 A9 A8 A7 A6 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B11		100

Assessment comments

Sources of information	
Basic	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.
Complementary	

Recommendations
Subjects that it is recommended to have taken before
Subjects that are recommended to be taken simultaneously
Subjects that continue the syllabus
Other comments

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.