



Guía Docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Taller de Análise Cuantitativa		Código	615518012
Titulación	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados			
Descriptor				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	9
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	EconomíaMatemáticas			
Coordinación	Castellanos Garcia, Pablo	Correo electrónico	pablo.castellanos@udc.es	
Profesorado	Castellanos Garcia, Pablo	Correo electrónico	pablo.castellanos@udc.es	
Web				
Descrición xeral	Desenrólanse algunhas das técnicas estatísticas relacionadas ca investigación social e de mercados máis avanzadas: data mining, ecuacións estruturais e análise lonxitudinal. Tódolos conceptos desenrolados, ademais, poden resultar útiles naquelas situacións que comporten unha toma de decisións a partir dunha determinada información.			

Competencias do título	
Código	Competencias 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



B8	Ser quen de integrar as NTICs (Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicacóns) 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
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común
C5	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras
C6	Valorar críticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse
C7	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida
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 do título	
- Profundizar na análise dos datos derivados da realización dunha investigación de mercados, a través da aprendizaxe dalgunhas das técnicas máis avanzadas como a minería de datos, a análise lonxitudinal e as ecuacións estruturais.		AM1	BM1 CM1
		AM2	BM4 CM4
		AM3	BM9 CM6
		AM4	BM10 CM7
		AM5	CM8
		AM6	
		AM7	
		AM8	
		AM9	
		AM10	
		AM11	
- Elexir técnicas cuantitativas de investigación social adaptadas ós obxectivos o hipóteses da investigación social.		AM1	BM1 CM6
		AM3	BM2
		AM4	BM3
		AM8	BM11
- Desenrolar coñecementos de informática relativos á análise estatística de datos.		AM1	BM8 CM3 CM8
- Seguir practicando a aprendizaxe autónoma de técnicas estatísticas multivariantes.			BM5 CM5
			BM6
			BM7
			BM11

Contidos	
Temas	Subtemas
1. Minería de datos	1.1. Introducción á minería de datos 1.2. Métodos exploratorios 1.3. Métodos de clasificación supervisada 1.4. Métodos avanzados de regresión



2. Ecuaciones estruturais	2.1. Introducción 2.2. Tipos de variables e relación entre elas 2.3. Modelo de medida e modelo estrutural 2.4. Path análise: os diagramas estruturais 2.5. Modelización con Ecuacións Estruturais: especificación, identificación, estimación, avaliación e interpretación 2.6. O axuste do modelo
3. Análise lonxitudinal	3.1. Introducción 3.2. Características básicas da metodoloxía de enquisa lonxitudinal 3.3. Principais técnicas de análise lonxitudinal 3.4. Aplicación práctica

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Proba obxectiva	A1 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 A9 A10 A11 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 C1 C3 C4 C5 C6 C7 C8	1	0	1
Atención personalizada		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	Descrición	Cualificación
Proba obxectiva	A1 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 A9 A10 A11 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 C1 C3 C4 C5 C6 C7 C8		100

Observacións avaliación

Fontes de información



Bibliografía básica	A) Minería de datos - James, G., Witten, D., Hastie, T. y Tibshirani, R. (2013): An introduction to statistical learning: with applications in R. Ed. Springer.- Williams, G. (2011): Data mining with Rattle and R. Ed. Springer.B) Ecuaciones estructurais- Batista Foguet, J.M. y Coenders Gallart, G. (2012): Modelos de ecuaciones estructurales. Madrid: La Muralla.- Byrne, B.M. (2010): Structural equation modeling with AMOS. Londres: Routledge.- Cea D'Ancona, Á. (2004): Análisis multivariable. Madrid: Síntesis (2ª edición).- Lévy-Mangin, J.P. y Mallou, J. V. (2006): Modelización con estructuras de covarianzas en ciencias sociales: temas esenciales, avanzados y aportaciones especiales. Santa Cristina (Oleiros, A Coruña): Netbiblo.C) Análise lonxitudinal- Argelagués, M. et al. (2013): La metodología de una encuesta longitudinal: El caso del Panel de Desigualdades Sociales en Cataluña. Comunicación presentada en el XI Congreso Español de Sociología. Madrid, 10-12 de julio de 2013. Descargable en:http://www.fes-web.org/la-metodologa-de-una-encuesta-longitudinal-el-caso-del-panel-de-desigualdaes-sociales-en-catalua/congress-papers/1642/- Lynn, P. (2005): Metodología de las encuestas longitudinales. Seminario Internacional de Estadística en Euskadi, 28-30 de noviembre de 2005. Vitoria-Gasteiz: Eustat. Descargable en: http://www.eustat.eus/prodserv/datos/sem45_e.pdf
Bibliografía complementaria	A) Minería de datos- Però, M., Leiva, D., Guàrdia, J. y Solanas, A. (2012): Estadística aplicada a las Ciencias Sociales mediante R y R-Commander. Ed. Springer. B) Análise lonxitudinal- Diggle, P. J. et al. (2003); Analysis of longitudinal data. Nueva York: Oxford University Press.- Taris, T. W. (2000): A primer in longitudinal data analysis. Londres: SAGE.- Verbeke, G. y Molenberghs, G. (2000): Linear mixed models for longitudinal data. Nueva York: Springer.

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