



Guía Docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Taller de Análise Cuantitativa	Código	615518012	
Titulación	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados			
Descriptorios				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	9
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Economía Matemáticas			
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 / 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



B8	Ser quen de integrar as NTICs (Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicaci3ns) na tarefa profesional e/ou investigadora
B9	Ter capacidade de analizar cr3ticamente tanto o traballo propio como o dos compa3eiros
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 Aut3noma de Galicia
C3	Utilizar as ferramentas b3sicas das TIC necesarias para o exercicio da s3a profes3n e para o aprendizaxe ao longo da vida
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadan3a aberta, culta, cr3tica, comprometida, democr3tica e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar soluci3ns baseadas no co3ecemento e orientadas ao ben com3n
C5	Entender a importancia da cultura emprendedora e co3ecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras
C6	Valorar cr3ticamente o co3ecemento, a tecnolox3a e a informaci3n dispo3nible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse
C7	Asumir como profesional e cidad3n a importancia da aprendizaxe ao longo da vida
C8	Valorar a importancia que ten a investigaci3n, a innovaci3n e o desenvolvemento tecnol3xico no avance socioecon3mico e cultural da sociedade

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do t3tulo		
- Profundizar na an3lise dos datos derivados da realizaci3n dunha investigaci3n de mercados, a trav3s da aprendizaxe dalgunhas das t3cnicas m3is avanzadas como a miner3a de datos, a an3lise lonxitudinal e as ecuaci3ns estruturais.	AM1 AM2 AM3 AM4 AM5 AM6 AM7 AM8 AM9 AM10 AM11	BM1 BM4 BM9 BM10	CM1 CM4 CM6 CM7 CM8
- Elexir t3cnicas cuantitativas de investigaci3n social adaptadas 3s obxectivos o hip3teses da investigaci3n social.	AM1 AM3 AM4 AM8	BM1 BM2 BM3 BM11	CM6
- Desenrolar co3ecimentos de inform3tica relativos 3 an3lise estat3stica de datos.	AM1	BM8	CM3 CM8
- Seguir practicando a aprendizaxe aut3noma de t3cnicas estat3sticas multivariantes.		BM5 BM6 BM7 BM11	CM5

Contidos	
Temas	Subtemas
1. Miner3a de datos	1.1. Introducci3n 3 miner3a de datos 1.2. M3todos exploratorios 1.3. M3todos de clasificaci3n supervisada 1.4. M3todos avanzados de regres3n



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 / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas 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 / Resultados	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	<p>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) Ecuacións estruturais- 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</p>
Bibliografía complementaria	<p>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.</p>

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