



Guía Docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Deseño Cualitativo	Código	615518013	
Titulación	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados			
Descriptores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	4.5
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Santiago Gómez, Elvira	Correo electrónico	elvira.santiago@udc.es	
Profesorado	Santiago Gómez, Elvira	Correo electrónico	elvira.santiago@udc.es	
Web				
Descripción xeral	O obxectivo principal de esta asignatura é deseñar proxectos de carácter cualitativo orientados a investigación social e de mercados que permitan identificar, delimitar e caracterizar os problemas e as necesidades da poboación.			

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 estructuración e o significado social do consumo
A7	Ser quen de xustificar unha axeitada segmentación e selección do público obxectivo
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 estudiantes saibam aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos más amplos (o multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudio
B3	Que os estudiantes sexan quen de integrar coñecementos e enfrentarse á complexidade de formular xuízos a partires de unha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vincelladas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos
B4	Que os estudiantes saibam 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 estudiantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudiando 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 Comunicacións) 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
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 enfrentarse
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		
Seleccionar un obxecto de estudio dende a perspectiva cualitativa, dimensionalo e xustificalo	AM1	BM1	CM4
	AM5	BM2	CM6
	AM6	BM3	CM8
	AM7	BM7	
	AM9		
	AM11		
Diferenciar entre as diversas estratexias de deseño de investigación cualitativa para seleccionar a mais adecuada e pertinente.	AM2	BM2	CM4
	AM3	BM3	CM6
	AM4	BM4	CM8
	AM9	BM5	
	BM8		
Deseñar unha investigación cualitativa, empregando sus técnicas mais habituais (entrevista, grupos, Delphi?) con os procedementos adecuados. Ser capaz de presentala oralmente e debatila en grupo.	AM2	BM1	CM4
	AM3	BM2	CM5
	AM4	BM3	CM6
	AM5	BM4	CM8
	AM9	BM5	
	AM10	BM6	
		BM7	
		BM8	
		BM9	
		BM10	
		BM11	

## Contidos

Temas	Subtemas
A METODOLOXÍA DOS DESEÑOS CUALITATIVOS: Os CLÁSICOS E Os EMERXENTES:	- O debate en torno ao deseño cualitativo - A flexibilidad do deseño cualitativo - As metodoloxías cualitativas: da fenomenología á "grounded theory" ou teoría fundamentada
CARACTERÍSTICAS E ELEMENTOS DO DESEÑO CUALITATIVO	- Os elementos do deseño cualitativo: ámbitos temporais, espaciais e tamaño da unidade de análise - As decisións do deseño: delimitación das unidades, selección e características das unidades de análises
AS ESTRATEXIAS DO DESEÑO CUALITATIVO	- Selección de estratexias de obtención, análises e presentación dos datos - As fases do deseño - O deseño nas distintas técnicas cualitativas: entrevista en profundidade, método biográfico, grupo de discusión, estudo de caso o grupo digital

CRITERIOS DE AVALIACIÓN E CALIDADE NA  
INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

- O papel do investigador na investigación cualitativa
- Verificación da fiabilidade e consistencia da información
- Criterios de medición da calidad

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / trabalho autónomo	Horas totais
Proba obxectiva	A5 A4 A3 A2 A11 A10 A9 A7 A6 A1 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 C4 C5 C6 C8	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	Descripción
Proba obxectiva	

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descripción
Proba obxectiva	

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descripción	Cualificación
Proba obxectiva	A5 A4 A3 A2 A11 A10 A9 A7 A6 A1 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 C4 C5 C6 C8		100

Observacións avaliación

Fontes de información
-----------------------



Bibliografía básica	<p>- Alonso, L.R. 1988 "Entre el pragmatismo y el pansemiologismo. Notas sobre los usos (y abusos) del enfoque cualitativo en Sociología", REIS, 43, pp.157-173- Alonso, L.R. 1994 "Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de sociología cualitativa", en JM. Delgado y J. Gutiérrez (coord): Métodos y técnicas cualitativas de investigación en CC.SS. Madrid: Síntesis, pp. 225-240.- Borrás, V. López, P. y Lozares, C. 1999 "La articulación entre lo cuantitativo y lo cualitativo: de las grandes encuestas a la recogida de datos intensiva", QUÈSTIIÓ, Quaderns d'Estadística i Investigació Operativa, volum 23, núm 3. Segona època. P. 525-541 - Corbetta, P., &amp; Fraile Maldonado, M. . (2003). Metodología y técnicas de investigación social. Madrid: McGraw-Hill- Denzin, N. K., &amp; Lincoln, Y. S. &amp;lt;. (2011). The sage handbook of qualitative research (4th ed.). Thousand Oaks: Sage- Delgado, J.M y Gutiérrez, J (coord)1994 (1999 reimpr.)Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales. Madrid :Síntesis- García Ferrando, M., Ibáñez, J., &amp; Alvira Martín, F. (1986). El análisis de la realidad social :Métodos y tecnicas de investigación. Madrid: Alianza.- Gutiérrez, J. 2008. Dinámica del grupo de discusión Madrid :Centro de Investigaciones Sociológicas- Ibáñez, J. (1985). Del algoritmo al sujeto :Perspectivas de la investigación social. Madrid: Siglo Veintiuno. - Ibáñez, J. (1992). Más allá de la sociología :El grupo de discusión: Teoría y crítica (3ª ed.). Madrid: Siglo XXI. - Jorge Sierra, E. 2003 "Nuevos elementos para la reflexión metodológica en sociología. Del debate cuantitativo/cualitativo al dato complejo" Papers 70, 57-81- King, G., Verba, S., &amp; Keohane, R. O. (2000). El diseño de la investigación social :La inferencia científica en los estudios cualitativos. Madrid: Alianza- Krueger, R. 1991 El grupo de discusión Guía práctica para la investigación aplicada. Madrid : Pirámide.- Lozares, C, Martín, A. López, P. 1998 "El tratamiento multiestratégico en la investigación sociológica", en Papers. 55, 27-43- Murillo, S 2006. Detectives y camaleones : el grupo de discusión : una propuesta para la investigación cualitativa Madrid : Talasa- Sarabia, B. 1997 Metodología cualitativa en España Madrid :Centro de Investigaciones Sociológicas- Trinidad., A. Carrero,V y Soriano, R 2006. Teoría fundamentada "grounded theory" : la construcción de la teoría a través del análisis interpretacional Madrid :Centro de Investigaciones Sociológicas- Valles Martínez, M. [1997] (2003 reimpr.)Técnicas cualitativas de investigación social : reflexión metodológica y práctica profesional Madrid :Síntesis- William, E. 2007. The case study handbook : how to read, discuss, and write persuasively about cases Boston, Mass. :Harvard Business School Press,</p>
---------------------	--



Bibliografía complementaria	- Coppedge, Michael,2012. Democratization and research methods. New York :Cambridge University Press- Creswell, John W. 1994 Research design : qualitative and quantitative approaches. Thousand Oaks :Sag  - Goulding, Christina. 2002. Grounded theory a practical guide for management, business and market researchers London:SAGE.- Krueger, Richard A.1997 Developing questions for focus groups. London :Sage- Krueger, Richard A.1997 Analyzing & reporting focus group results. London:Sage- Locke, Karen D. 2001. Grounded theory in management research. London, Sage Publications- Morgan, David L. 1997 Planning focus groups / David L. Morgan with Alice U. Scannell. London :Sage- Morgan, David L. 1998. The focus group guidebook. London : Sage- Morse, Janice (ed) 1994. Critical issues in qualitative research methods.London: Sage- Nagy Hesse-Biber, Patricia Leavy (eds). 2006. Emergent methods in social research. Thousand Oaks, California: Sage   - Silverman, David. 1993 Interpreting qualitative data : methods for analysing talk, text and interaction. London :Sage- Strauss, A. y Corbin, J. 1990. Basics of Qualitative Research. London: Sage- Wertz, F. J. (2011). <i>Five ways of doing qualitative analysis : Phenomenological psychology, grounded theory, discourse analysis, narrative research, and intuitive inquiry</i>. New York: Guilford Press. - Coppedge, Michael,2012. Democratization and research methods. New York :Cambridge University Press- Creswell, John W. 1994 Research design : qualitative and quantitative approaches. Thousand Oaks :Sag- Goulding, Christina. 2002. Grounded theory a practical guide for management, business and market researchers London:SAGE.- Krueger, Richard A.1997 Developing questions for focus groups. London :Sage- Krueger, Richard A.1997 Analyzing & reporting focus group results. London:Sage- Locke, Karen D. 2001. Grounded theory in management research. London, Sage Publications- Morgan, David L. 1997 Planning focus groups / David L. Morgan with Alice U. Scannell. London :Sage- Morgan, David L. 1998. The focus group guidebook. London : Sage- Morse, Janice (ed) 1994. Critical issues in qualitative research methods.London: Sage- Nagy Hesse-Biber, Patricia Leavy (eds). 2006. Emergent methods in social research. Thousand Oaks, California: Sage - Silverman, David. 1993 Interpreting qualitative data : methods for analysing talk, text and interaction. London :Sage- Strauss, A. y Corbin, J. 1990. Basics of Qualitative Research. London: Sage- Wertz, F. J. (2011). Five ways of doing qualitative analysis : Phenomenological psychology, grounded theory, discourse analysis, narrative research, and intuitive inquiry. New York: Guilford Press.
-----------------------------	--

## Recomendacións

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Materias que se recomienda cursar simultaneamente

Análise Cualitativa/615518014

Materias que continúan o temario

Taller de Análise Cualitativo/615518015

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