



Guía docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Diseño Cualitativo	Código	615518013	
Titulación	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados			
Descriptorios				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	2º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	4.5
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador/a	Santiago Gómez, Elvira	Correo electrónico	elvira.santiago@udc.es	
Profesorado	Santiago Gómez, Elvira	Correo electrónico	elvira.santiago@udc.es	
Web				
Descripción general	El objetivo principal de esta asignatura es diseñar proyectos de carácter cualitativo orientados a la investigación social y de mercados que permitan identificar, delimitar y caracterizar los problemas y las necesidades de la población.			

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A1	Dominar en un nivel de postgrado los conocimientos, las herramientas y los procedimientos de la investigación social y de mercados aplicándolos a la solución de problemas y necesidades
A2	Aplicar los procesos y protocolos de captación de información necesarios para observar y analizar de forma correcta y propia de un nivel avanzado el comportamiento de los usuarios o consumidores
A3	Ser capaz de diseñar un proceso de investigación de carácter empírico demostrando dominio en el uso de técnicas de investigación cuantitativa y/o cualitativa
A4	Ser capaz de discriminar la técnica de investigación adecuada al problema planteado
A5	Tener capacidad para identificar, en un nivel de postgrado, la relevancia de los distintos factores relacionados con los entornos sociales, los mercados y los consumidores que deben ser tenidos en cuenta en la investigación
A6	Análisis crítico de las sociedades de consumo actuales que permita conocer la estructuración y el significado social del consumo
A7	Ser capaz de justificar una adecuada segmentación y selección del público objetivo
A9	Tener capacidad para integrar y aplicar las nuevas tendencias en investigación social y de mercados de modo rentable y efectivo en la empresa, las administraciones u otras organizaciones
A10	Ser capaz de redactar, presentar y defender documentos e informes de investigación social y de mercados
A11	Conocer, en un nivel avanzado, los mercados y los consumidores, apreciando la diversidad de sus enfoques
B1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
B2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
B3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
B4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
B5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
B6	Ser capaz de buscar, gestionar, analizar y sintetizar la información, seleccionando aquella que resulta pertinente para la toma de decisiones
B7	Tener capacidad creativa, proactiva y emprendedora
B8	Ser capaz de integrar las NTICs (Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) en la tarea profesional y/o investigadora
B9	Tener capacidad de analizar críticamente tanto el trabajo propio como el de los compañeros



B10	Ser capaz de trabajar en equipo eficaz y eficientemente
B11	Ser capaz de asumir responsabilidades tanto individuales como colectivas en la tarea investigadora o profesional
C4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común
C5	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
C6	Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse
C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
Seleccionar un objeto de estudio desde la perspectiva cualitativa, dimensionarlo y justificarlo.	AM1 AM5 AM6 AM7 AM9 AM11	BM1 BM2 BM3 BM7	CM4 CM6 CM8
Diferenciar entre las diversas estrategias de diseño de investigación cualitativa para seleccionar la más adecuada y pertinente.	AM2 AM3 AM4 AM9	BM2 BM3 BM4 BM5 BM8	CM4 CM6 CM8
Diseñar una investigación cualitativa, empleando sus técnicas más habituales (entrevista, grupos, Delphi?) con los procedimientos adecuados. Ser capaz de presentarla oralmente y debatirla en grupo.	AM2 AM3 AM4 AM5 AM9 AM10	BM1 BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM7 BM8 BM9 BM10 BM11	CM4 CM5 CM6 CM8

Contenidos	
Tema	Subtema
TEMA 1: LA METODOLOGÍA DE LOS DISEÑOS CUALITATIVOS: LOS CLÁSICOS Y LOS EMERGENTES	- El debate en torno al diseño cualitativo - La flexibilidad del diseño cualitativo - Las metodologías cualitativas: de la fenomenología a la ?grounded theory? o teoría fundamentada
2: CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS DEL DISEÑO CUALITATIVO	- Los elementos del diseño cualitativo: ámbitos temporales, espaciales y tamaño de la unidad de análisis - Las decisiones del diseño: delimitación de las unidades, selección y características de las unidades de análisis



LAS ESTRATEGIAS DEL DISEÑO CUALITATIVO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Selección de estrategias de obtención, análisis y presentación de los datos</li> <li>- Las fases del diseño</li> <li>- El diseño en las distintas técnicas cualitativas: entrevista en profundidad, método biográfico, grupo de discusión, estudio de caso, el grupo digital?</li> </ul>
CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIDADEN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El papel del investigador en la investigación cualitativa</li> <li>- Verificación de la fiabilidad y consistencia de la información</li> <li>- Criterios de medición de la calidad</li> </ul>

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Prueba objetiva	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

(\*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Prueba objetiva	

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Prueba objetiva	

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Prueba objetiva	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

Observaciones evaluación

Fuentes de información



<p>Básica</p>	<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", QÜESTIÓ, 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 reimp.)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 reimp.)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>
---------------	--



<p><b>Complementaría</b></p>	<p>- Coppedge, Michael,2012. Democratization and research methods. New York :Cambridge University Press- Creswell, John W. 1994 Research design : qualitative and quantitative approaches. Thousand Oaks :Sage- 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 &amp; 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 &amp; 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.</p>
------------------------------	--

**Recomendaciones**

**Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

**Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente**

Análisis Cualitativo /615518014

**Asignaturas que continúan el temario**

Taller de Análisis Cualitativo /615518015

**Otros comentarios**

(\*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías