



Guía docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Taller de Análisis Cualitativo	Código	615518015	
Titulación	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados			
Descriptorios				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	2º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	6
Idioma	Gallego			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador/a	Parga Dans, Eva	Correo electrónico	eva.parga.dans@udc.es	
Profesorado	Parga Dans, Eva	Correo electrónico	eva.parga.dans@udc.es	
Web				
Descripción general	Este taller trata de la investigación en las ciencias sociales y tiene un objetivo práctico: diseñar investigaciones que generen inferencias válidas sobre la realidad social. De tal manera, se enseña cómo plantear preguntas de investigación y modelos de estudio para extraer descripciones con validez técnica y científica mediante el análisis cualitativo. Más concretamente, este taller se centrará en casos de estudio y planteamientos aplicados que se resolverán mediante técnicas cualitativas.			

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
A7	Ser capaz de justificar una adecuada segmentación y selección del público objetivo
A8	Tener capacidad para trabajar críticamente con fuentes de datos, metodologías y técnicas de investigación científica y herramientas informáticas propias de la investigación social y de mercados
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
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
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
B7	Tener capacidad creativa, proactiva y emprendedora
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
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de Galicia



C2	Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero
C3	Utilizar las herramientas básicas de las TIC necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida
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		
Identificar y explicar 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	AM1 AM2 AM5 AM8 AM10	BM1 BM2 BM4	CM2
Identificar y reconocer las herramientas y los procedimientos asociados a las técnicas cualitativas de investigación y valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver problemas de índole social	AM1 AM2 AM4	BM11	CM1 CM3 CM6
Desenvolver las técnicas de trabajo de campo impartidas en la asignatura y tener capacidad para trabajar críticamente con metodologías y técnicas de investigación científica de índole cualitativa	AM1 AM2 AM3 AM4 AM7 AM8 AM9	BM2 BM5 BM7 BM9 BM10	CM8

Contenidos	
Tema	Subtema
Tema 1	Presentación de técnicas cualitativas de investigación
Tema 2	Aplicación de técnicas cualitativas: La investigación documental
Tema 3	Aplicación de técnicas cualitativas: La entrevista en profundidad
Tema 4	Aplicación de técnicas cualitativas: El grupo de discusión
Tema 5	Aplicación de técnicas cualitativas: La observación participante
Tema 6	Aplicación de técnicas cualitativas: La elaboración del informe de investigación

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Prueba objetiva	A1 A2 A3 A4 A5 A7 A8 A9 A10 B1 B2 B4 B5 B7 B9 B10 B11 C1 C2 C3 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	Descrición
Prueba objetiva	

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descrición	Calificación
Prueba objetiva	A1 A2 A3 A4 A5 A7 A8 A9 A10 B1 B2 B4 B5 B7 B9 B10 B11 C1 C2 C3 C6 C8		100

Observaciones evaluación

Fuentes de información



<p>Básica</p>	<p>- Hanneman R (2015). Introduccion a los métodos de análisis de redes sociales. <a href="http://revista-redes.rediris.es/webredes/text.htm">http://revista-redes.rediris.es/webredes/text.htm</a></p> <p>- Requena Santos, F. (2003). Análisis de redes sociales orígenes, teorías y aplicaciones. Madrid: CIS</p> <p>- Alonso González, P., Parga Dans, E. (2018). The 'terrorist' social movement: The reawakening of wine culture in Spain. <i>Journal of Rural Studies</i>, 61: 184-196; DOI: <a href="https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.04.014">https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.04.014</a></p> <p>- Parga Dans, E.; Alonso González, P. (2018). From paper to soil: the impact of new EU alcoholic drinks labeling regulations for wine regions. <i>Journal of Consumer Protection and Food Safety</i>, 13(1): 89-94; DOI: 10.1007/s00003-017-1135-8</p> <p>- Parga Dans, E., Alonso González, P. (2018). The Controversy about Altamira: Assesing the Economic Impact of a World Heritage Site for Planning and Tourism Management. <i>Journal of Cultural Heritage</i>, 30: 180-189; <a href="https://doi.org/10.1016/j.culher.2017.09.007">https://doi.org/10.1016/j.culher.2017.09.007</a></p> <p>- Parga Dans, E.; Alonso González, P. (2018). El debate sobre las nuevas regulaciones de etiquetado de bebidas alcohólicas en la Unión Europea y sus consecuencias para las regiones vitivinícolas.. <i>Revista Iberoamericana de Agricultura y Ruralidad ? RIVAR</i>, 15.</p> <p>- Alonso González, P., Parga Dans, E. (2017). Furanchos and Adegas: Exploring Symmetry Through Wine Topologies in Galicia and Alentejo. . <i>Cultural Geographies</i>, 24(4): 639-646; <a href="https://doi.org/10.1177/1474474017719070">https://doi.org/10.1177/1474474017719070</a></p> <p>- Parga Dans, E., Alonso González, P. (2017). 'Marketing quality' in the food sector: Towards a critical engagement with the 'quality turn' in wine. <i>Geoforum</i>, 85: 5-8. 2016</p> <p>Bibliografía Parte 1 Miklos T. y Tello, M. E. (1998): Planeación prospectiva, México, Limusa Noriega Editores. Tezanos, J. F. (2000): Escenarios del nuevo siglo. Cuarto Foro sobre Tendencias Sociales, Madrid, Editorial Sistema. Pachón, M. L. y Camargo Remolona R. (2004): Una aproximación a los estudios de futuro, Facultad de Administración de Empresas, Universidad Externado de Colombia. Vergara Schmalbach, J. C.; Fontalvo Herrera, T. J.; Maza Ávila, F. (2010): La planeación por escenarios: Revisión de conceptos y propuestas metodológicas, <i>Prospect</i>, Vol. 8, No. 2, 21-29. Yori Conill, L.; Hernández de Velazco, J.; Chumaceiro Hernández, A. (2011): Planificación de escenarios: una herramienta estratégica para el análisis del entorno, <i>Revista Venezolana de Gerencia</i>, Abril-Junio, 274-290. Bibliografía en inglés Becker, H. (1985): ?Making Futures Research Useful: The Practitioner?s Opportunity?, <i>Futures Research Quarterly</i> 1:2, 17. Fowles, J. ed. (1978): <i>Handbook of Futures Research</i>, Westport, Connecticut, Greenwood Press. Helmer, o. (1983): <i>Looking Forward: A Guide to Futures Research</i>, London, Sage Publications. Shuman, B. A. (1989): <i>The Library of the Future: Alternative Scenarios for the Information Profession</i>, Englewood, CO, Libraries Unlimited, Inc., 7-8. Wilson, I. H. (1978): ?Scenarios?, Fowles, J. ed. <i>Handbook of Futures Research</i>, Westport, Connecticut, 225-248. Otros recursos Parte 2 CD/DVD GLOWCZEWSKI, Barbara: <i>DreamTrackers. Yapa art and knowledge of the Australian desert (CD-ROM)</i>, Paris, Unesco Publishing, 2001. KOOLHAAS, Rem y VAN DER HAAK, Bretje: <i>Lagos Wide&amp; Close. An interactive journey into an exploding city</i>, Amsterdam, Submarine DVD, 2006. ENLACES Hypercities, <a href="http://www.hypercities.com">http://www.hypercities.com</a> Mapping Decline, <a href="http://mappingdecline.lib.uiowa.edu">http://mappingdecline.lib.uiowa.edu</a> Spatial History Project, <a href="http://web.stanford.edu/group/spatialhistory/cgi-bin/site/index.php">http://web.stanford.edu/group/spatialhistory/cgi-bin/site/index.php</a> Urban History Multimedia Complements <a href="http://journals.cambridge.org/fulltext_content/supplementary/UHY/urban/default.htm">http://journals.cambridge.org/fulltext_content/supplementary/UHY/urban/default.htm</a> <a href="http://citiesinmotion.iese.edu">http://citiesinmotion.iese.edu</a> <a href="http://www.merco.info/es/ranking-merco-ciudad">http://www.merco.info/es/ranking-merco-ciudad</a> <a href="http://www.iese.edu/es/claustro-investigacion/centros-investigacion/cgs/cities-motion-strategies/">http://www.iese.edu/es/claustro-investigacion/centros-investigacion/cgs/cities-motion-strategies/</a></p>
---------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



<b>Complementaría</b>	<p>- ( ) .</p> <p>Borgatti, Stephen (2003). Ucinet 6.&amp;lt;www.analytictech.com&amp;gt; [Consulta: 23-04-03]. Borgatti, Stephen &amp; Molina, JoséLuis (2003). "Ethical and Strategic Issues in Organizational SocialNetwork Analysis". The Journal of Applied Behavioral Science,39(03), 16-45. Borgatti,Stephen P.; Molina, José-Luis (2005). "Toward ethical guidelines fornetwork research in organizations", Social Networks Volume 27,Issue 2 , May 2005, Pages 107-117. Lozares, C. (2005). "Basessocio-metodológicas para el Análisis de Redes Sociales", Empiria10, Julio-Diciembre [doc]Lozares, Carlos (2005)."Valores,Campos y Capitales", Número especial de Redes, Revista Hispana para elAnálisis de Redes Sociales. Servei de publicacions, UABLozares C., (1996). "La teoría deredes sociales", Papers, nº48. [doc]Lozares C.; Verd J. M.; Martí J.; LópezP. (2003). "Relaciones, redes y discurso: revisión y propuestas en tornoal análisis reticular de datos textuales?. REIS nº 101Enero-Marzo 2003. Pgs.175-200. [doc]Molina, José Luis (2004). "Laciencia de las redes", Apuntes de Ciencia y Tecnología 11,Junio (36-42) [pdf]Wolfe, Alvin W. (1978). TheRise of Network Thinking in Anthropology [pdf]</p>
-----------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Recomendaciones

### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Análisis Cualitativo /615518014

Análisis Estadístico de Datos 1 /615518010

Diseño Cualitativo /615518013

### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

### Asignaturas que continúan el temario

### 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