



Guía docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Sistemas de Información Geográfica (GIS)		Código	615518018
Titulación	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados			
Descriptor				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	2º cuatrimestre	Primero	Optativa	3
Idioma	CastellanoGallego			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Ciencias da Computación e Tecnoloxías da InformaciónComputación			
Coordinador/a	Cortiñas Álvarez, Alejandro	Correo electrónico	alejandro.cortinas@udc.es	
Profesorado	Cortiñas Álvarez, Alejandro	Correo electrónico	alejandro.cortinas@udc.es	
Web				
Descripción general	Los sistemas de información geográfica permiten la organización, almacenamiento, manipulación, análisis y modelado de grandes cantidades de datos vinculados la una referencia espacial. Su implementación y análisis relaciona variables socioeconómicas y ambientales, de manera que se facilita la toma de decisiones.			
	El objetivo de esta asignatura es ser capaz de analizar un problema de investigación social de mercados mediante tecnología de sistemas de información geográfica.			

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
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
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
----	--

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
Saber describir las conceptos y las técnicas básicas de análisis utilizando sistemas de información geográfica	AM1 AM2 AM3 AM5 AM9 AM10 AM11	BM1 BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM7 BM8 BM9	
Saber manejar de forma básica una herramienta de sistemas de información geográfica	AM1 AM2 AM3 AM5 AM9 AM10 AM11	BM1 BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM7 BM8 BM9	
Saber analizar un problema de investigación social de mercados mediante tecnología de sistemas de información geográfica	AM1 AM2 AM3 AM5 AM9 AM10 AM11	BM1 BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM7 BM8 BM9	

Contenidos	
Tema	Subtema
Sistemas de información geográfica	Conceptos básicos Modelado de información geográfica Procesamiento de información geográfica Visualización de información geográfica
Herramientas de sistemas de información geográfica	Manejo básico Análisis de problemas de investigación social

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Prueba objetiva	A1 A2 A3 A5 A9 A10 A11 B9 B8 B7 B6 B5 B4 B3 B2 B1	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	A1 A2 A3 A5 A9 A10 A11 B9 B8 B7 B6 B5 B4 B3 B2 B1		100

Observaciones evaluación

Fuentes de información	
Básica	- Gary Sherman (2012). The Geospatial Desktop. Locate Press - Robert Laurini (1992). Fundamentals of Spatial Information Systems. Elsevier
Complementaria	

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
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