



| Teaching Guide | | | | |
|--------------------------|---|--------|---------------------------|---------|
| Identifying Data | | | | 2019/20 |
| Subject (*) | Geographical Information Systems (GIS) | Code | 615518018 | |
| Study programme | Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados | | | |
| Descriptors | | | | |
| Cycle | Period | Year | Type | Credits |
| Official Master's Degree | 2nd four-month period | First | Optional | 3 |
| Language | SpanishGalician | | | |
| Teaching method | Face-to-face | | | |
| Prerequisites | | | | |
| Department | Ciencias da Computación e Tecnoloxías da InformaciónComputación | | | |
| Coordinador | Cortiñas Álvarez, Alejandro | E-mail | alejandro.cortinas@udc.es | |
| Lecturers | Cortiñas Álvarez, Alejandro | E-mail | alejandro.cortinas@udc.es | |
| Web | | | | |
| General description | <p>Os sistemas de información xeográfica permiten a organización, almacenamento, manipulación, análise e modelado de grandes cantidades de datos vinculados a unha referencia espacial. A súa implementación e análise relaciona variables socioeconómicas e ambientais, de maneira que se facilita a toma de decisións.</p> <p>O obxectivo desta asignatura é ser capaz de analizar un problema de investigación social de mercados mediante tecnoloxía de sistemas de información xeográfica.</p> | | | |

| Study programme competences / results | |
|---------------------------------------|---|
| Code | Study programme competences / results |
| 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 |
| 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 |
| 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 Comunicións) na tarefa profesional e/ou investigadora |
| B9 | Ter capacidade de analizar críticamente tanto o traballo propio como o dos compañeiros |



| Learning outcomes | | | |
|--|---|---|--|
| Learning outcomes | Study programme competences / results | | |
| Saber describir os conceptos e as técnicas básicas de análise utilizando sistemas de información xeográfica | AC1 AC2 AC3 AC5 AC9 AC10 AC11 | BC1 BC2 BC3 BC4 BC5 BC6 BC7 BC8 BC9 | |
| Saber manexar de forma básica unha ferramenta de sistemas de información xeográfica | AC1 AC2 AC3 AC5 AC9 AC10 AC11 | BC1 BC2 BC3 BC4 BC5 BC6 BC7 BC8 BC9 | |
| Saber analizar un problema de investigación social de mercados mediante tecnoloxía de sistemas de información xeográfica | AC1 AC2 AC3 AC5 AC9 AC10 AC11 | BC1 BC2 BC3 BC4 BC5 BC6 BC7 BC8 BC9 | |

| Contents | |
|---|--|
| Topic | Sub-topic |
| Sistemas de información xeográfica | Conceptos básicos Modelado de información xeográfica Procesamento de información xeográfica Visualización de información xeográfica |
| Ferramentas de sistemas de información xeográfica | Manexo básico Análise de problemas de investigación social |

| Planning | | | | |
|------------------------|---|--------------------------------------|-------------------------------|-------------|
| Methodologies / tests | Competencies / Results | Teaching hours (in-person & virtual) | Student?s personal work hours | Total hours |
| Objective test | A1 A2 A3 A5 A9 A10 A11 B9 B8 B7 B6 B5 B4 B3 B2 B1 | 1 | 0 | 1 |
| Personalized attention | | 0 | 0 | 0 |

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.



| Methodologies | |
|----------------|-------------|
| Methodologies | Description |
| Objective test | |

| Personalized attention | |
|------------------------|-------------|
| Methodologies | Description |
| Objective test | |

| Assessment | | | |
|----------------|---|-------------|---------------|
| Methodologies | Competencies / Results | Description | Qualification |
| Objective test | A1 A2 A3 A5 A9 A10 A11 B9 B8 B7 B6 B5 B4 B3 B2 B1 | | 100 |

| Assessment comments |
|---------------------|
| |

| Sources of information | |
|------------------------|---|
| Basic | - Gary Sherman (2012). The Geospatial Desktop. Locate Press - Robert Laurini (1992). Fundamentals of Spatial Information Systems. Elsevier |
| Complementary | |

| Recommendations |
|--|
| Subjects that it is recommended to have taken before |
| Subjects that are recommended to be taken simultaneously |
| Subjects that continue the syllabus |
| Other comments |
| |

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.