



Guía Docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Muestreo e Probas de Decisión Estatística	Código	615518006	
Titulación	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados			
Descriptorios				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	3
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Matemáticas Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Lombardía Cortiña, María José	Correo electrónico	maria.jose.lombardia@udc.es	
Profesorado	Lombardía Cortiña, María José	Correo electrónico	maria.jose.lombardia@udc.es	
Web				
Descrición xeral	O obxectivo xeral desta materia é que os estudantes adquiren as destrezas e competencias, a nivel de posgrao, no uso das probas de decisión estatística e das principais formas de mostraxe, ferramentas da estatística inferencial que resultan fundamentais á hora de realizar a recollida de información e a interpretación dos resultados nunha investigación social ou de mercados.			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados 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
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
A7	Ser quen de xustificar unha axeitada segmentación e selección do público obxectivo
A8	Ter capacidade para traballar críticamente con fontes de datos, metodoloxías e técnicas de investigación científica e ferramentas informáticas propias da investigación social e de mercados
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
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
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



C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, nas linguas oficiais da Comunidade Autónoma de Galicia
C3	Utilizar as ferramentas básicas das TIC necesarias para o exercicio da súa profesión e para o aprendizaxe ao longo da vida
C6	Valorar críticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben afrontarse
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 / Resultados do título		
Coñecer a teoría de probabilidades e das principais distribucións asociadas a teoría da mostraxe e das probas de decisión estatística.		AM1 AM3 AM4	BM1 BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM8 BM9 BM10 BM11	CM1 CM3 CM6 CM8
Estimar parámetros e empregar probas de decisión estatística.		AM1 AM3 AM4 AM5 AM8 AM9 AM10	BM1 BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM8 BM9 BM10 BM11	CM1 CM3 CM6 CM8
Analizar e explicar críticamente as diferenzas entre os tipos de mostraxe e seleccionar o máis adecuado para diferentes contextos.		AM5 AM7 AM8 AM9 AM10	BM1 BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM8 BM9 BM10 BM11	CM1 CM3 CM6 CM8

Contidos	
Temas	Subtemas
TEMA 1: INTRODUCCIÓN Á ESTATÍSTICA INFERENCIAL	Introdución.
TEMA 2: CONCEPTOS BÁSICOS DE ESTATÍSTICA	Conceptos xerais: poboación e mostra, variable aleatoria, parámetro e estimador.
TEMA 3: TIPOS DE MOSTRAXE	Introdución á mostraxe na investigación social e de mercados. Mostraxe aleatoria simple, mostraxe sistemática, mostraxe estratificado e mostraxe por conglomerados. Determinación do tamaño da mostra.
TEMA 4: PROBAS DE DECISIÓN ESTATÍSTICA	Introdución. Hipótese estatística. Tipos de erro. Criterios de decisión. Nivel crítico ou p-valor. Contrastes de hipóteses paramétricos e non paramétricos.



Planificación

Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Proba obxectiva	A1 A3 A4 A5 A7 A8 A9 A10 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 B11 C1 C3 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	Descrición
Proba obxectiva	

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Proba obxectiva	

Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Proba obxectiva	A1 A3 A4 A5 A7 A8 A9 A10 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 B10 B11 C1 C3 C6 C8		100

Observacións avaliación

--

Fontes de información

Bibliografía básica	Hervada Vidal, X., BarbeitoNaveira, G., Santiago Pérez, M. I., MujicaLengua, O. J., y VázquezFernández, E. (2012). Manual de ayuda de Epidat 4.0.[https://www.sergas.es/Saude-publica/Epidat--Axuda-en-pdf]. Consellería de Sanidade da Xunta de GaliciaSPSS, IBM. (2016). IBM SPSS Statistics Base 24. Chicago, IL: SPSS Inc..
Bibliografía complementaria	Boza Chirino, J, Pérez Rodríguez J.V y De León Leresma J. (2016). Introducción a las técnicas de muestreo. Ed PirámideCao, R., Francisco, M., Naya, S., Presedo, M.A., Vázquez, M., Vilar, J.A. y Vilar, J.M. Introducción a la Estadística y sus aplicaciones. Ediciones Pirámide (Grupo Anaya). 2001. Gornik , L. y Smith, W. Á estatística ¡en caricaturas! SGAPEIO. 2001Manzano, V.G. Manual para Encuestadores. Ed. Ariel. Barcelona 1996. Martin Lee Abbott (2017). Using Statistics in the Social and Health Sciences with SPSS and Excel. John Wiley & Sons.Santesmases Mestre, M. DYANE versión 4: Diseño y Análisis de Encuestas en Investigación Social y de Mercados. Ed. Pirámide Madrid 2004.

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente



Materias que se recomenda cursar simultaneamente
Materias que continúan o temario
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