



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|---|--------------------|--------------------------|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2019/20 |
| Asignatura (*) | Taller de Análise Cuantitativa | Código | 615518012 | |
| Titulación | Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados | | | |
| Descritores | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos |
| Mestrado Oficial | 2º cuadrimestre | Primeiro | Obrigatoria | 9 |
| Idioma | Castelán | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | EconomíaMatemáticas | | | |
| Coordinación | Castellanos Garcia, Pablo | Correo electrónico | pablo.castellanos@udc.es | |
| Profesorado | Castellanos Garcia, Pablo | Correo electrónico | pablo.castellanos@udc.es | |
| Web | | | | |
| Descrición xeral | Desenrólanse algunhas das técnicas estatísticas relacionadas ca investigación social e de mercados máis avanzadas: data mining, ecuacións estruturais e análise lonxitudinal. Tódolos conceptos desenrolados, ademáis, poden resultar útiles naquelas situacións que comporten unha toma de decisións a partir dunha determinada información. | | | |

| 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 |
| 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 |
| 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 |
| A6 | Análisis crítico das sociedades de consumo actuais que permita coñecer a estruturación e o significado social do consumo |
| 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 |
| 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 Comunicaci3ns) na tarefa profesional e/ou investigadora |
| B9 | Ter capacidade de analizar cr3ticamente tanto o traballo propio como o dos compa3eiros |
| 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 Aut3noma de Galicia |
| C3 | Utilizar as ferramentas b3sicas das TIC necesarias para o exercicio da s3a profes3n e para o aprendizaxe ao longo da vida |
| C4 | Desenvolverse para o exercicio dunha cidadan3a aberta, culta, cr3tica, comprometida, democr3tica e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar soluci3ns baseadas no co3ecemento e orientadas ao ben com3n |
| C5 | Entender a importancia da cultura emprendedora e co3ecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras |
| C6 | Valorar cr3ticamente o co3ecemento, a tecnolox3a e a informaci3n dispo3nible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse |
| C7 | Asumir como profesional e cidad3n a importancia da aprendizaxe ao longo da vida |
| C8 | Valorar a importancia que ten a investigaci3n, a innovaci3n e o desenvolvemento tecnol3xico no avance socioecon3mico e cultural da sociedade |

| Resultados da aprendizaxe | | | |
|--|---|---------------------------|---------------------------------|
| Resultados de aprendizaxe | Competencias / Resultados do t3tulo | | |
| - Profundizar na an3lise dos datos derivados da realizaci3n dunha investigaci3n de mercados, a trav3s da aprendizaxe dalgunhas das t3cnicas m3is avanzadas como a miner3a de datos, a an3lise lonxitudinal e as ecuaci3ns estruturais. | AM1 AM2 AM3 AM4 AM5 AM6 AM7 AM8 AM9 AM10 AM11 | BM1 BM4 BM9 BM10 | CM1 CM4 CM6 CM7 CM8 |
| - Elexir t3cnicas cuantitativas de investigaci3n social adaptadas 3s obxectivos o hip3teses da investigaci3n social. | AM1 AM3 AM4 AM8 | BM1 BM2 BM3 BM11 | CM6 |
| - Desenrolar co3ecimentos de inform3tica relativos 3 an3lise estat3stica de datos. | AM1 | BM8 | CM3 CM8 |
| - Seguir practicando a aprendizaxe aut3noma de t3cnicas estat3sticas multivariantes. | | BM5 BM6 BM7 BM11 | CM5 |

| Contidos | |
|---------------------|---|
| Temas | Subtemas |
| 1. Miner3a de datos | 1.1. Introducci3n 3 miner3a de datos 1.2. M3todos exploratorios 1.3. M3todos de clasificaci3n supervisada 1.4. M3todos avanzados de regres3n |



| | |
|---------------------------|---|
| 2. Ecuaciones estruturais | 2.1. Introducción 2.2. Tipos de variables e relación entre elas 2.3. Modelo de medida e modelo estrutural 2.4. Path análise: os diagramas estruturais 2.5. Modelización con Ecuacións Estruturais: especificación, identificación, estimación, avaliación e interpretación 2.6. O axuste do modelo |
| 3. Análise lonxitudinal | 3.1. Introducción 3.2. Características básicas da metodoloxía de enquisa lonxitudinal 3.3. Principais técnicas de análise lonxitudinal 3.4. Aplicación práctica |

| Planificación | | | | |
|------------------------|--|---|-------------------------|--------------|
| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
| Proba obxectiva | A1 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 A9 A10 A11 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 C1 C3 C4 C5 C6 C7 C8 | 1 | 0 | 1 |
| Atención personalizada | | 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 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 A9 A10 A11 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 C1 C3 C4 C5 C6 C7 C8 | | 100 |

| Observacións avaliación |
|-------------------------|
| |

| Fontes de información |
|-----------------------|
| |



| | |
|------------------------------------|--|
| Bibliografía básica | <p>A) Minería de datos - James, G., Witten, D., Hastie, T. y Tibshirani, R. (2013): An introduction to statistical learning: with applications in R. Ed. Springer.- Williams, G. (2011): Data mining with Rattle and R. Ed. Springer.B) Ecuacións estruturais- Batista Foguet, J.M. y Coenders Gallart, G. (2012): Modelos de ecuaciones estructurales. Madrid: La Muralla.- Byrne, B.M. (2010): Structural equation modeling with AMOS. Londres: Routledge.- Cea D'Ancona, Á. (2004): Análisis multivariable. Madrid: Síntesis (2ª edición).- Lévy-Mangin, J.P. y Mallou, J. V. (2006): Modelización con estructuras de covarianzas en ciencias sociales: temas esenciales, avanzados y aportaciones especiales. Santa Cristina (Oleiros, A Coruña): Netbiblo.C) Análise lonxitudinal- Argelagués, M. et al. (2013): La metodología de una encuesta longitudinal: El caso del Panel de Desigualdades Sociales en Cataluña. Comunicación presentada en el XI Congreso Español de Sociología. Madrid, 10-12 de julio de 2013. Descargable en:http://www.fes-web.org/la-metodologa-de-una-encuesta-longitudinal-el-caso-del-panel-de-desigualdaes-sociales-en-catalua/congress-papers/1642/- Lynn, P. (2005): Metodología de las encuestas longitudinales. Seminario Internacional de Estadística en Euskadi, 28-30 de noviembre de 2005. Vitoria-Gasteiz: Eustat. Descargable en: http://www.eustat.eus/prodserv/datos/sem45_e.pdf</p> |
| Bibliografía complementaria | <p>A) Minería de datos- Però, M., Leiva, D., Guàrdia, J. y Solanas, A. (2012): Estadística aplicada a las Ciencias Sociales mediante R y R-Commander. Ed. Springer. B) Análise lonxitudinal- Diggle, P. J. et al. (2003); Analysis of longitudinal data. Nueva York: Oxford University Press.- Taris, T. W. (2000): A primer in longitudinal data analysis. Londres: SAGE.- Verbeke, G. y Molenberghs, G. (2000): Linear mixed models for longitudinal data. Nueva York: Springer.</p> |

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