



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2019/20
Subject (*)	Qualitative Analysis Workshop		Code	615518015
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	Obligatory	6
Language	Galician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Parga Dans, Eva	E-mail	eva.parga.dans@udc.es	
Lecturers	Parga Dans, Eva	E-mail	eva.parga.dans@udc.es	
Web				
General description	Este obradoiro trata da investigación nas ciencias sociais e ten un obxectivo práctico: deseñar investigacións que xeren inferencias válidas sobre a realidade social. De tal maneira, ensínase como expor preguntas e modelos de estudo para extraer descrições técnicas e científicas válidas mediante a análise cualitativa. Máis concretamente, este taller centrarase en casos de estudo e prantexamentos aplicados que se resolverán mediante técnicas cualitativas.			

Study programme competences

Code	Study programme competences
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
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
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
B7	Ter capacidade creativa, proactiva e emprendedora
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
C2	Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma extranxeiro



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 enfrontarse
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade

Learning outcomes			
Learning outcomes		Study programme competences	
Identificar e explicar a relevancia dos distintos factores relacionados cos contornos sociais, os mercados e os consumidores que deben ser tidos en conta na investigación	AC1	BC1	CC2
	AC2	BC2	
	AC5	BC4	
	AC8		
	AC10		
Identificar e recoñecer as ferramentas e os procedementos asociados ás técnicas cualitativas de investigación e valorar críticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver problemas de índole social	AC1	BC11	CC1
	AC2		CC3
	AC4		CC6
Desenvolver as técnicas de traballo de campo impartidas na asignatura e ter capacidade para traballar críticamente con metodoloxías e técnicas de investigación científica de índole cualitativa	AC1	BC2	CC8
	AC2	BC5	
	AC3	BC7	
	AC4	BC9	
	AC7	BC10	
	AC8		
	AC9		

Contents	
Topic	Sub-topic
Tema 1	Presentación de técnicas de investigación cualitativa
Tema 2	Aplicación de técnicas cualitativas: A investigación documental
Tema 3	Aplicación de técnicas cualitativas: A entrevista en profundidade
Tema 4	Aplicación de técnicas cualitativas: O grupo de discusión
Tema 5	Aplicación de técnicas cualitativas: A observación participante
Tema 6	Aplicación de técnicas cualitativas: A elaboración do informe de investigación

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Objective test	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
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	Description	Qualification
Objective test	A1 A2 A3 A4 A5 A7 A8 A9 A10 B1 B2 B4 B5 B7 B9 B10 B11 C1 C2 C3 C6 C8		100

Assessment comments

Sources of information



Basic	- Hanneman R (2015). Introduccion a los métodos de análisis de redes sociales. http://revista-redes.rediris.es/webredes/text.htm - Requena Santos, F. (2003). Análisis de redes sociales orígenes, teorías y aplicaciones. Madrid: CIS - 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: https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.04.014 - 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 - 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; https://doi.org/10.1016/j.culher.2017.09.007 - 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. - 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; https://doi.org/10.1177/1474474017719070 - 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 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</i>. Yapa art and knowledge of the Australian desert (CD-ROM), París, Unesco Publishing, 2001. KOOLHAAS, Rem y VAN DER HAAK, Bretje: <i>Lagos Wide& Close. An interactive journey into an exploding city</i>, Amsterdam, Submarine DVD, 2006. ENLACES Hypercities, http://www.hypercities.com Mapping Decline, http://mappingdecline.lib.uiowa.edu Spatial History Project, http://web.stanford.edu/group/spatialhistory/cgi-bin/site/index.php Urban History Multimedia Complements http://journals.cambridge.org/fulltext_content/supplementary/UHY/urban/default.htm http://citiesinmotion.iese.edu http://www.merco.info/es/ranking-merco-ciudad http://www.iese.edu/es/claustro-investigacion/centros-investigacion/cgs/cities-motion-strategies/
-------	--



Complementary	- (). . Borgatti, Stephen (2003). Ucinet 6.<www.analytictech.com> [Consulta: 23-04-03]. Borgatti, Stephen & 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]
---------------	---

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Qualitative Analysis/615518014

Data Statistical Analysis 1/615518010

Qualitative Design/615518013

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.