



DATOS IDENTIFICATIVOS

Técnicas de investigación social

Asignatura	Técnicas de investigación social			
Código	V06G270V01708			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Sociología, ciencia política y de la administración y filosofía			
Coordinador/a	Varela Caruncho, María Luz			
Profesorado	Varela Caruncho, María Luz			
Correo-e	lvarela@uvigo.es			
Web	http://euee.uvigo.es			
Descripción general	El objetivo fundamental de esta materia es el conocimiento de las técnicas de investigación social y de su aplicación a la actividad comercial.			

Competencias de titulación

Código	Descripción
A3	CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.
A8	CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.
A25	CE25. Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales.
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
B15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida	A3
Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales	A8 A25
Ser capaz de reconocer la complejidad de la realidad social y de plantear una investigación aplicada en los diferentes dimensiones de la sociedad.	A25
Ser capaz de elaborar, utilizar e interpretar indicadores sociales e instrumentos de medición de lo social.	A25
Saber realizar diagnósticos de situación así como evaluaciones de políticas, planes y programas desde la perspectiva de género.	A25
Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.	B3
Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.	B4
Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.	B6
Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.	B13
Compromiso ético en el trabajo.	B15

Contenidos

Tema

1. Metodología de las ciencias sociales y técnicas de investigación social. 1.1

- Las técnicas de investigación social: aspectos fundamentales
- Las técnicas cualitativas en el análisis de la realidad. Principales técnicas cualitativas.
- El proceso de investigación social: La organización de la investigación.
- Diseño de un proyecto de investigación social: caso práctico

2. Metodología, estrategias y técnicas para el diseño e implementación de proyectos: La perspectiva de género. 2.1

- Estrategias y técnicas en el diseño e implementación de proyectos: aspectos fundamentales
- La importancia de la evaluación: consideraciones para la toma de decisiones.
- Los criterios, tipos y fases de la evaluación. Modelos de evaluación
- Elaboración de un diseño de evaluación: caso práctico.

3. Evaluación de políticas, planes, y programas: su aplicación a la actividad comercial. 3.1

- La evaluación de políticas públicas.
- La evaluación de planes, programas y proyectos.
- La evaluación de las políticas comerciales: el informe de evaluación.
- Evaluación de una política comercial: caso práctico

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	11	11	22
Trabajos tutelados	20	20	40
Presentaciones/exposiciones	7	7	14
Sesión magistral	28	42	70
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	4	0	4

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se analizarán casos concretos, problemas específicos o situaciones imprevistas con el objetivo de que el alumnado sea capaz de conocer, comprender, interpretar y proponer posibles soluciones o propuestas de mejora.
Trabajos tutelados	Se realizarán tres trabajos tutelados: <ul style="list-style-type: none">- un diseño de un proyecto de investigación- un diseño de evaluación- una evaluación aplicada a una política comercial. Se facilitarán las pautas para la elaboración de los trabajos en cuanto a objetivos, estructura, contenidos y conclusiones.
Presentaciones/exposiciones	Se expondrán los trabajos realizados. Se facilitarán pautas para su presentación en cuanto a la metodología, los contenidos y las conclusiones.
Sesión magistral	Exposición de los contenidos de la materia objeto de estudio. Exposición de las bases teóricas y metodológicas fundamentales para la elaboración del trabajo/proyecto.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se realizará atención personalizada, especialmente en las clases prácticas.
Trabajos tutelados	Se realizará atención personalizada, especialmente en las clases prácticas.

Evaluación

Descripción	Calificación
-------------	--------------

Estudio de casos/análisis de situaciones	Se valorará el análisis de los casos planteados teniendo en cuenta las reflexiones, las consideraciones específicas, las propuestas realizadas para la intervención así como su pertinencia y coherencia.	20
Trabajos tutelados	Se valorarán los trabajos realizados teniendo en cuenta los objetivos, la estructura, la metodología, los contenidos, resultados y conclusiones.	40
Presentaciones/exposiciones	Se valorarán las exposiciones de los trabajos realizados. En su presentación se tendrá en cuenta la justificación, la adecuación a los objetivos, los recursos metodológicos, la transferencia del conocimiento así como las explicaciones y justificaciones a las cuestiones que se puedan plantear.	10
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	El alumnado deberá dar respuesta a la actividad planteada aplicando los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. Se valorarán los resultados de aprendizaje.	30

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Ander-Egg, E. (1987) *Técnicas de investigación social*. México. El Ateneo.

Cea D'Ancona, A. (2004) *Métodos de encuesta. Teoría y práctica, errores y mejora*. Madrid. Síntesis.

Delgado, J.M.; Gutiérrez, J. Coord. (1994) *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*. Madrid. Síntesis.

Ruiz Olabuénaga, J.I. (1996) *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao. Deusto.

Taylor, S.; Bogdan, R. (1986) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona. Paidós.

Recomendaciones
