

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2012-2013

IDENTIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA ASIGNATURA			
Código	400569	Créditos ECTS	6
Denominación	TÉCNICAS AVANZADAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL.		
Titulación/es	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Semestre	3	Carácter	OPTATIVA
Módulo/s	Optatividad: Itinerario de investigación comercial		
Materia/s	Investigación social		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo Electrónico (Página Web)	
MARIANO URRACO SOLANILLA	215B	marianous@unex.es	
Área/s de conocimiento	SOCIOLOGÍA.		
Departamento/s	DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y SOCIOLOGÍA.		
Profesor coordinador (si hay más de uno)			
OBJETIVOS Y COMPETENCIAS			
Objetivos			
1. Familiarizar al alumno con algunas de las técnicas de investigación más frecuentemente empleadas en investigación social.			
2. Dar a conocer una serie de procedimientos de análisis del material cualitativo obtenido mediante grupos de discusión.			
3. Desarrollar una competencia técnica en el diseño y ejecución de investigación de corte cualitativo.			
4. Introducir al alumno en el manejo de software de análisis de redes (ARS) y de material cualitativo diverso (CAQDAS).			
5. Adentrarse en el debate teórico sobre los dos enfoques de investigación (cualitativo y cuantitativo) aplicados a las ciencias sociales.			
6. Revisar las lógicas que subyacen a las diversas prácticas de investigación, capacitando al alumno a formular juicios sobre la pertinencia de diversas técnicas de investigación.			

Competencias
<i>Instrumentales:</i>
C1: Capacidad de organización y planificación.
C2: Habilidad para la búsqueda de información en fuentes diversas.
C3: Capacidad de síntesis y análisis de información para una correcta toma de decisiones.
C4: Capacidad de tomar decisiones.
C5: Capacidad para afrontar la resolución de problemas.
<i>Personales:</i>
C7: Capacidad y habilidad para la negociación y el trabajo tanto individual como en equipo.
<i>Sistémicas:</i>
C15: Habilidades relacionadas con la creatividad y la originalidad en el desarrollo y aplicación de ideas.
<i>Específicas (conocimientos):</i>
C20: Conocimientos sobre investigación de mercados y sus múltiples posibilidades, aplicables a pequeñas, medianas y grandes empresas, así como a organizaciones no lucrativas.
C28: Conocimientos instrumentales sobre estadística e investigación social.
C29: Conocimientos sobre los fundamentos y herramientas de la investigación científica que faciliten la posible realización de una tesis doctoral.
<i>Específicas (profesionales):</i>
C30: Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
C33: Capacidad para la búsqueda e interpretación de datos e información relevantes y derivar de los mismos información relevante imposible de reconocer por no profesionales.
C37: Capacidad para diseñar y ejecutar investigaciones sociales.
C49: Capacidad para la redacción y presentación pública de informes, proyectos o trabajos realizados y, por tanto, para la transmisión y divulgación de información (ideas, problemas, soluciones...) sobre cuestiones comerciales.
C50: Capacidad para la investigación en el campo del marketing tanto en contextos académicos como profesionales.
TEMAS Y CONTENIDOS
Breve descripción del contenido
<p>Partiendo de los conocimientos previos sobre metodología cualitativa, se presentan diversas técnicas y procedimientos de investigación basados, fundamentalmente, en el grupo de discusión y el análisis del discurso. Igualmente, se analiza la potencialidad del análisis de redes sociales (ARS) como campo de interés para conducir investigaciones sociales y de mercado. Se enfatiza el componente práctico, recorriendo las distintas fases de una investigación social, desde el diseño hasta la presentación pública del informe de resultados.</p>

Temario de la asignatura

Denominación del tema 1: La investigación cualitativa.

Contenidos teóricos del tema 1: Paradigma cualitativo y paradigma cuantitativo. Diferencias entre la investigación cualitativa y la investigación cuantitativa. Puntos fuertes y debilidades de la perspectiva cualitativa en investigación social. El diseño cualitativo.

Metodología: Exposición en clase y discusión a partir de lecturas recomendadas.
Competencias: 20, 29, 37.

Contenidos prácticos del tema 1: Diseño de una investigación social. Elección del tema. Preguntas iniciales. Diseño y planificación del trabajo de campo.

Metodología: Trabajo en casa y discusión en el aula.
Competencias: 1, 4, 7, 15, 37.

Denominación del tema 2: Prácticas de investigación social cualitativa.

Contenidos teóricos del tema 2: Prácticas cualitativas aplicadas a la investigación social y de mercados. El análisis documental. La observación-participante. Las técnicas conversacionales: método biográfico, entrevista en profundidad, grupo de discusión. Otras técnicas cualitativas de investigación social y de mercados.

Metodología: Exposición en clase y discusión a partir de lecturas recomendadas.
Competencias: 2, 5, 28, 33.

Contenidos prácticos del tema 2: Trabajo de campo. Selección de contextos y fechas. Contactación de participantes. Preparación de un guión de temas. Realización de grupos piloto. Realización de grupos de discusión.

Metodología: Trabajo en casa y discusión en el aula. Trabajo práctico autónomo y grupal.
Competencias: 1, 4, 7, 15, 28, 30, 33, 37, 50.

Denominación del tema 3: El análisis de materiales cualitativos.

Contenidos teóricos del tema 3: Análisis y explotación de datos cualitativos. La transcripción de grupos de discusión. El proceso de análisis en investigación cualitativa. Análisis del discurso: perspectiva semiótica y estructural. Vinculación con la teoría.

Metodología: Exposición en clase y discusión a partir de lecturas recomendadas.
Competencias: 3, 15, 49.

Contenidos prácticos del tema 3: Redacción de informe y presentación de resultados. Explotación del discurso recogido en los distintos grupos. Integración de dicho discurso en un marco teórico general. Presentación por escrito de los resultados. Defensa oral del informe preparado.

Metodología: Trabajo en casa y discusión en el aula.
Competencias: 3, 15, 49.

Denominación del tema 4: El análisis de redes sociales.

Contenidos teóricos del tema 4: La aplicación del ARS a la investigación social y de mercados. El análisis de redes social: recorrido histórico. Sociometría y fundamentos estadísticos para el análisis de redes. Puntos fuertes y débiles del ARS en investigación social y de mercados.

Metodología: Exposición en clase y discusión a partir de lecturas recomendadas.
Competencias: 2, 5, 28.

Contenidos prácticos del tema 4: Ejercicios prácticos de análisis de redes sociales. Preparación de una matriz de datos/casos. Cálculos básicos. Elaboración de informe de resultados.

Metodología: Trabajo en casa y discusión en clase. Elaboración de un sociograma y realización de análisis sociométricos básicos.
Competencias: 3, 15, 49.

Denominación del tema 5: Software de investigación social cualitativa.

Contenidos teóricos del tema 5: El papel del CAQDAS en la investigación social y de mercados. Presentación de algunos programas fundamentales: Nvivo, Atlas/TI. El CAQDAS en todas las fases del proceso de investigación. Ventajas e inconvenientes del uso de este tipo de software.

Metodología: Exposición en clase y discusión a partir de lecturas recomendadas.
Competencias: 2, 3, 15, 28, 29.

Contenidos prácticos del tema 5: Prácticas en el aula de informática empleando algún programa de análisis de material cualitativo. Creación de unidades hermenéuticas. Análisis del material producido en la práctica con grupos de discusión. Elaboración de un informe paralelo a partir de este software.

Metodología: Trabajo en casa y discusión en el aula. Ejercicios prácticos en aula de informática.
Competencias: 2, 3, 15, 28, 29.

ACTIVIDADES FORMATIVAS					
Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	S	TP	EP
1 Teoría	10	8			2
1. Práctica	4	2			2
2. Teoría	12	8			4
2. Práctica	20	4			16
3. Teoría	4	2			2
3. Práctica	44	8			36
4. Teoría	10	6			4
4. Práctica	10	5			5
5. Teoría	8	6			2
5. Práctica	12	4			8
Exposición de trabajos	5	5			0
Evaluación del Conjunto (Examen)	11	2			9
TOTAL	150	60			90
GG: Clase en Grupo Grande (entre 40 y 80 alumnos de media según titulación) S: Clase en Seminario (entre 20 y 40 alumnos de media según titulación: desdoble del GG) TP: Tutorías Programadas (entre 5 y 8 alumnos de media según titulación) EP: Estudio personal del alumno, trabajo individual o en grupo, lectura de bibliografía...					
CRITERIOS Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN					
<p><u>Modalidad de evaluación presencial.</u></p> <p>Varios son los apartados que se valorarán de cara a establecer la nota final obtenida por el alumno en la asignatura:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Lecturas de textos y comentarios (por escrito y defensa/discusión en clase): 35% de la nota final. -Trabajo de investigación. Completo. 40% de la nota final. -Examen: 25% de la nota final. <p>En términos generales, se valorará la disposición del estudiante al trabajo, la puntualidad en la entrega de los comentarios, así como la participación activa en las sesiones o el mantenimiento a lo largo del curso de un ritmo adecuado de trabajo continuo. Se deberán entregar todas las actividades que se planteen a lo largo del curso para poder acogerse a esta modalidad de evaluación.</p>					

Modalidad de evaluación no presencial.

Esta modalidad es evaluada del mismo modo que la anterior, con la única salvedad de que no se tendrán en cuenta las exposiciones y discusiones en clase de los textos leídos, de los cuales se deberá, en cualquier caso, entregar recensión.

Así pues, los apartados que se valorarán de cara a establecer la nota final obtenida por el alumno en la asignatura:

- Lecturas de textos y comentarios y recensión al respecto (20% de la nota final).
- Trabajo de investigación individual. 20% de la nota final.
- Examen: 60% de la nota final.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

- Callejo, J. (2001) El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación, Barcelona, Ariel.
- Cea D´Ancona, M.A. (1996) Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social, Madrid, Síntesis.
- Corbetta, P. (2007) Metodología y técnicas de investigación social, Madrid, McGraw-Hill.
- Delgado, J.M. y Gutiérrez, J. (eds.) (1994) Métodos y técnicas cualitativas de investigación social, Madrid, Síntesis.
- Denzin, N.K. y Lincoln, Y. (eds.) (1994) Handbook of qualitative research, Thousand Oaks (CA), Sage.
- García Ferrando, M., Ibáñez, J., y Alvira, F. (comps.) (1994) El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación, Madrid, Alianza.
- Glaser, B.G. y Strauss, A.L. (1974) The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research, Chicago, Aldine.
- Guasch, O. (2002) Observación participante, Madrid, CIS.
- Hammersley, M. y Atkinson, P. (1994) Etnografía: métodos de investigación, Barcelona, Paidós.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2007) Fundamentos de metodología de la investigación, Madrid, McGraw-Hill.
- Ibáñez, J. (1979) Más allá de la sociología: el grupo de discusión: técnica y crítica, Madrid, Siglo XXI.
- Krueger, R.A. (1998) Analyzing and reporting focus group results, Thousand Oaks (CA), Sage.
- Krueger, R.A. (1998) Modetaring focus groups, Thousand Oaks (CA), Sage.
- Krueger, R.A. (1991) El grupo de discusión: guía práctica para la investigación aplicada, Madrid, Pirámide.
- Molina, J.L. (2006) El análisis de redes sociales: una introducción, Barcelona, Bellaterra.
- Murillo, S. y Mena, L. (2006) Detectives y camaleones: el grupo de discusión: una propuesta para la investigación cualitativa, Madrid, Talasa.
- Pujadas, J.J. (2002) El método biográfico: el uso de las historias de vida en ciencias sociales, Madrid, CIS.
- Stewart, D.W. Y Shamdasani, P.N. (1990) Focus groups: theory and practice, Londres, Sage.

-Taylor, S.J. y Bogdan, R. (2000) Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados, Barcelona, Paidós.
-Valles, M.S. (2007) Entrevistas cualitativas, Madrid, CIS.
-Valles, M.S. (1997) Técnicas cualitativas de investigación social, Madrid, Síntesis.

HORARIOS DE TUTORIAS

Tutorías de libre acceso:

Profesor/a: Mariano Urraco Solanilla.

Despacho: 215B Edificio Central y 1.11 (Fac. Educación).

Días-Horas (semana)

Periodo lectivo: Martes, 18:00 a 20:00 (1.11 Fac. Educación); Jueves, 16:00 a 18:00 (215B Fac. CC. Económicas y Empresariales); Viernes, 11:30 a 13:30 (1.11 Fac. Educación).

Periodo no lectivo: Lunes, 18:00 a 21:00 (215B Fac. Económicas); Martes, 9:00 a 12:00 (1.11 Fac. Educación)

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los alumnos que adquieran con suficiente antelación, en reprografía o en la biblioteca de la Facultad, los materiales sobre los que se trabajará tanto en las sesiones de clase como de forma autónoma.

Debido al eminente carácter práctico de la asignatura, se recomienda seguir la modalidad presencial de la asignatura, para aprovechar al máximo la riqueza de contenidos que se tratarán.

El carácter "avanzado" de las técnicas de investigación que se presentan en esta asignatura implica un conocimiento previo de estas cuestiones (diseño de investigaciones sociales, metodología cualitativa y fundamentos de metodología cuantitativa) por parte de los estudiantes.