

17-18

MASTER INTERUNIVERSITARIO EN
METODOLOGÍA DE LAS CIENCIAS DEL
COMPORTAMIENTO Y DE LA SALUD.
UNED, UCM Y UAM

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



INVESTIGACIÓN POR ENCUESTAS

CÓDIGO 2220126-



Ámbito: GUJ - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección <https://sede.uned.es/valida/>



7E33D9233150C8921821CC1764156A99

17-18

INVESTIGACIÓN POR ENCUESTAS
CÓDIGO 2220126-

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA



Nombre de la asignatura	INVESTIGACIÓN POR ENCUESTAS
Código	2220126-
Curso académico	2017/2018
Títulos en que se imparte	MASTER INTERUNIVERSITARIO EN METODOLOGÍA DE LAS CIENCIAS DEL COMPORTAMIENTO Y DE LA SALUD. UNED, UCM Y UAM
Tipo	CONTENIDOS (CF)
Nº ETCS	2
Horas	50.0
Periodo	ANUAL
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

Seminario optativo que contempla un tipo específico de metodología de trabajo aplicable a estudios que requieren el manejo de muestras grandes. Su interés radica en la escasa atención que a este tipo de diseños se presta.

Las competencias que promueve esta materia son:

- Elaborar procedimientos de obtención de información que cumplan los requisitos de fiabilidad y validez necesaria para garantizar la concordancia entre los objetivos de investigación y las fuentes de datos.
- Representar e integrar datos provenientes del proceso de investigación empírica mediante resúmenes, tablas y gráficos.
- Elaborar informes técnicos sobre la base de la herramienta estadística elegida y de sus resultados.
- Obtener de forma autónoma y eficiente información relevante a partir de las fuentes bibliográficas relacionadas con los intereses de la problemática en estudio.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Para el seguimiento provechoso de este seminario es conveniente que los estudiantes hayan cursado previamente alguna materia sobre estadística descriptiva, exploratoria y probabilidad.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	MARIA DEL PILAR POZO CABANILLAS
Correo Electrónico	ppozo@psi.uned.es
Teléfono	91398-8724
Facultad	FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Departamento	METODOLOGÍA DE LAS CIENCIAS DEL COMPORT.



HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Dra. Pilar Pozo Cabanillas: Martes, Miércoles y Jueves de 10:30h a 14:30h.

Tfno: 913988724

e-mail: ppozo@psi.uned.es

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los resultados que se pretenden que el alumno adquiera tras realizar este seminario son:

- Dominar y utilizar de forma adecuada la terminología, operaciones y actividades más usuales en la metodología de investigación por encuestas.
- Describir todas y cada una de las fases en que se desarrolla una encuesta, pormenorizando los distintos aspectos a tener en cuenta en su operacionalización.
- Fundamentar la metodología de investigación por encuestas desde la perspectiva estadística, con especial interés en el estudio del muestreo.
- Conocer los fundamentos y tipos de muestreos básicos de este tipo de investigación.
- Conocer los diferentes tipos de formatos de administración de las encuestas.
- Conocer los sistemas de administración actuales (encuestas a través de la red), así como sus ventajas y desventajas.
- Interpretar los resultados de este tipo de investigación, prestando especial atención a los errores más comunes que se producen con esta metodología.

CONTENIDOS

METODOLOGÍA

Este seminario ha sido diseñado en modalidad a distancia, por ello, el estudiante contará con el material necesario para afrontar el estudio de forma autónoma. No obstante, es necesaria una planificación objetiva de las tareas programadas.

El estudio de la materia se hará a través de materiales básicos y complementarios virtualizados y disponibles en la plataforma de aprendizaje. El alumno también dispondrá de una guía con orientaciones didácticas detalladas de la asignatura, elaboradas por el equipo docente para que el estudiante pueda estudiar a distancia de forma autónoma.

Dado que es un seminario de 2 créditos y tiene un carácter teórico-práctico, el estudiante va a tener que adquirir los conocimientos teóricos propuestos y aplicarlos en la práctica. La distribución de la carga se estima de forma genérica y se propone:

1. Estudio del material básico. 18 horas
2. Horas de contacto virtual a través de la plataforma 4 horas (se consideran parte de los créditos asignados al trabajo teórico).



3. Realización de tareas y trabajos evaluables: 28 horas

SISTEMA DE EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

La bibliografía básica se compone de diferentes artículos y capítulos de libro que el estudiante tendrá a su disposición en el curso virtual en relación a los tres bloques temáticos que componen los contenidos de este seminario:

- Diseño de Investigación a través de Encuestas
- Diseño muestral
- Trabajo de Campo

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Para profundizar en los contenidos sobre Investigación por Encuestas que se van a abordar en el Seminario, el alumno puede recurrir a estas fuentes complementarias:

- Alvira, F. (2004). La encuesta: una perspectiva general metodológica. *Cuadernos Metodológicos nº 35*. Madrid: CSIC.
- Azofra, M. (1999). Cuestionarios. *Cuadernos Metodológicos nº 26*. Madrid: CSIC.
- Díaz de Rada, V. (2005). Manual de trabajo de campo de la encuesta (presencial y telefónica). *Cuadernos Metodológicos nº 36*. Madrid: CSIC.
- Díaz de Rada, V., Flavián, C. y Guinalíu, M. (2004). Encuestas en internet: algo más que una versión mejorada de la tradicional encuesta autoadministrada. *Investigación y Marketing*, 82, 45-56.
- Oliver, A. y Tomás, J. M. (2003). *Diseño y análisis de encuestas*. Valencia: CSV.
- Rodríguez, J. (2005). Métodos de muestreo. Casos prácticos. *Cuadernos Metodológicos nº 6*. Madrid: CSIC.
- Rojas, A. J., Fernández, J. S., y Pérez, C. (1998). *Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y prácticos*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Ruiz-Maya, L. y Martín, J. (1999). *Fundamentos de Inferencia estadística*. Madrid: Alfa Centauro
- Santos, J. Muñoz, A., Juez, P., y Cortiñas, P. (2003). *Diseño de encuestas para estudios de mercado*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.



RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Material facilitado por la profesora y disponible en la Plataforma de Aprendizaje.

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no hayan sido sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.

