

INVESTIGACIÓN POR ENCUESTAS

Curso 2011/2012

(Código: 2220126-)

1. PRESENTACIÓN

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.

2. CONTEXTUALIZACIÓN

La investigación a través de Encuestas constituye un procedimiento alternativo a la metodología experimental, cuasiexperimental y observacional, metodologías que constituyen parte esencial de los contenidos del presente Master. Sin embargo tanto su desarrollo como su utilidad hacen recomendable que al menos exista un seminario dedicado a este tipo de investigación ya que son múltiples las situaciones en las que esta metodología se emplea.-

3. REQUISITOS PREVIOS RECOMENDABLES

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

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los objetivos que se pretenden en este seminario son: -

- Dominar y utilizar de forma adecuado la terminología propia de la investigación por encuestas: 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 muestreo base 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), sus ventajas y desventajas.
- Interpretar los resultados de este tipo de investigación con especial atención a los errores más comunes que se producen con esta metodología.

5. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA



Diseño de investigación a través de encuestas:

Fases del Diseño.

Tipos de Encuestas.

Organización operativa de una encuesta y la formación de los encuestadores.

Estudio económico de una encuesta.

Diferencia entre Encuestas, Sondeos y Cuestionarios.

Diseño Muestral

Elaboración del Cuestionario.

La determinación del tamaño muestral.

El análisis de los Datos.

El trabajo de Campo

Planificación del trabajo de Campo.

La encuesta telefónica: Amenazas a la validez.

La encuesta por Internet: Amenazas a la validez.

El Informe final: Criterios para su elaboración.

6.EQUIPO DOCENTE

- [MARIA DEL PILAR POZO CABANILLAS](#)

7.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 los textos básicos recomendados, apoyados en material virtualizado, disponible en la plataforma de aprendizaje, y en las orientaciones didácticas elaboradas por el equipo docente para que el estudiante pueda estudiar a distancia de forma autónoma.

Dado que es un seminario de dos créditos, con un carácter teórico práctico, donde 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:

1. Estudio de los textos básicos. 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 prácticas y trabajos relativos a los diferentes procedimientos de evaluación: 28 horas

8.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA



Comentarios y anexos:

- Oliver, A. y Tomás, J.M.(2003) Diseño y Análisis de Encuestas. Valencia. C.S.V
- Ruiz-Maya, L. y Martín, J. (1999) *Fundamentos de Inferencia estadística*. Madrid: Alfa Centauro

9.BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Comentarios y anexos:

- Díaz de Rada, V.; Flavián, C. y Guinalíu, M. (2004). "Encuestas en internet: algo más que unaversión mejorada de la tradicional encuesta autoadministrada", en *Investigación y Marketing*, nº82, marzo, pp. 45-56.
- Díaz de Rada, V. (2003). "¿Podemos vivir sin encuestas?. Sobre la trascendencia de las encuestas en la sociedad actual", en *Metodología de Encuestas*, vol. 5, nº 1, pp. 92-96- Utilización de nuevas tecnologías para el proceso de 'recogida de datos' en la investigación social mediante encuesta", en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 91, pp. 137-166. 2000

10.RECURSOS DE APOYO AL ESTUDIO

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

11.TUTORIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

Dra. San Luis Costas: Martes y Jueves de 10 a 14 horas.

Teléfono: 91 398 7979

Email: csanluis@psi.uned.es

12.EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Dadas las características de estos estudios, la evaluación se llevará a cabo de forma continua y personalizada con metodología a distancia (a través de la Plataforma de Aprendizaje).

La evaluación de esta materia es de carácter continuo y por tanto ofrece feed-back al alumno a medida que ejecutan las diferentes fases previstas.

La realización de las tareas suponen un 80 % de la nota final y es necesario para aprobar el seminario haber realizado todas ellas. El 20 % restante de la nota corresponde al trabajo final que debe realizar cada alumno

13.COLABORADORES DOCENTES

Véase equipo docente.

