

## **PROGRAMA DE MÉTODOS Y TÉCNICAS CUANTITATIVAS I**

### **1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA**

*Métodos y técnicas cuantitativas I*

### **2. NOMBRE DE LA ASIGNATURA EN INGLÉS**

Quantitative Methods and Techniques I

### **3. TIPO DE CRÉDITOS DE LA ASIGNATURA**

**SCT/**

**UD/**

**OTROS/**

### **4. NÚMERO DE CRÉDITOS**

### **5. HORAS DE TRABAJO PRESENCIAL DEL CURSO**

3,5 horas

### **6. HORAS DE TRABAJO NO PRESENCIAL DEL CURSO**

3 horas

### **7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA**

El curso se enmarca en la línea de formación metodológica de la carrera, proporcionando herramientas de trabajo que permitan desempeñar el rol de investigador(a) social en investigaciones cuantitativas e investigaciones de orden mixto en metodologías.

El objetivo del curso es habilitar al alumno(a) en la elaboración y/o evaluación de un diseño metodológico cuantitativo de investigación aplicada.

Se espera que al término del curso el o la alumna cuente con herramientas que les permitan revisar investigaciones cuantitativas y determinar su grado de validez, elaborar preguntas de investigación de orden cuantitativo, redactar una propuesta metodológica técnicamente apropiada para una

pregunta cuantitativa y procesar -en software- a nivel descriptivo información.

## 8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

1. Establecer la interrelación de planteamiento de problema, preguntas, objetivos y productos en la elaboración de un diseño de investigación aplicado, así como los elementos claves conducentes a la inclusión de metodología cuantitativa.
2. Habilitar a los alumnos en el diseño de un marco metodológico cuantitativo.
4. Habilitar en el diseño de un cuestionario.
5. Introducir a los alumnos y alumnas en el análisis descriptivo de información con herramientas computacionales.

## 9. SABERES / CONTENIDOS

- 1) Establecer la relación entre posición teórica, problema y aplicación de la metodología en un diseño de investigación.
- 2) Establecer la relación entre problema, pregunta de investigación, objetivo general, objetivos específicos y productos a lograr de una investigación.
- 3) Definir los términos claves de un diseño de investigación cuantitativo.
- 4) Identificar los 4 criterios de validez que corresponde a una evaluación de un diseño y de una investigación cuantitativa
- 5) Identificar las diferencias y consecuencias de la aplicación de un diseño muestral probabilístico y no probabilístico.
- 6) Identificar los distintos tipos de muestreos de orden probabilístico o no probabilístico.
- 7) Calcular muestras en universos finitos e infinitos.
- 8) Establecer la relación entre cuestionario y modelo teórico de investigación.



- 9) Identificar las secciones componentes de un cuestionario
- 10) Identificar los distintos tipos de preguntas factibles de incorporar en un cuestionario y su utilidad
- 11) Establecer los principales criterios de redacción de preguntas.
- 12) Habilitar en el uso básico de SPSS en administración de una base de datos: clasificación de variables, etiquetas de variables y códigos, definición de missing.
- 13) Habilitar en el uso básico de SPSS en procesamiento de datos: frecuencias, descriptivos, tablas de doble entrada, tablas de medias, filtros para el procesamiento.

## 10. METODOLOGÍA

El curso se desarrollará en base a 4 módulos los que constarán de clases expositivas, lecturas complementarias y ejercicio práctico a desarrollar en clase.

Además, el cuarto módulo correspondiente a SPSS será en formato taller en sala de computación.

## 11. METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN

La evaluación del curso consistirá en un total de:

- 4 ejercicios de aplicación de la materia, que sumarán 70% de la nota final.
- 1 trabajo final equivalente al desarrollo de un diseño de investigación, el que corresponderá a 30% de la nota final.

Habrá un examen final del que podrán eximirse los alumnos con promedio final 5.5 ó más, y que no hayan obtenido ninguna nota en pruebas o trabajos bajo 4.0. Para rendir el examen en primera oportunidad será necesario un promedio no inferior a 3,0. La nota final del curso estará formada por el promedio final (60%) y el examen (40%).

La programación de clases será la siguiente:

Fecha	Contenido
12-mar	Presentación programa. Enfoque teórico metodológico del curso
19-mar	Relación entre problema, pregunta y objetivos. Formulación de objetivos.
26-mar	Antecedentes, marco teórico, supuestos e hipótesis. Enfoque ético.
02-abr	Trabajo en clase. (Calificado, 20%)
09-abr	Validez
16-abr	Clasificación de diseños
23-abr	Diseño muestral.
30-abr	Calculo de muestra
07-may	Trabajo en clase. (Calificado, 20%)
14-may	Cuestionario - Secciones y tipos de preguntas
28-may	Cuestionario - Operacionalización
04-jun	Trabajo en clase. (Calificado, 15%)
11-jun	SPSS
18-jun	SPSS
25-jun	Trabajo en clase. (Calificado, 15%)
02-jul	Entrega de trabajo final. (30%) Recuperativas.
09-jul	Examen

**(La programación se revisará el inicio del curso con el calendario oficial publicado)**

## 12. REQUISITOS DE APROBACIÓN

**ASISTENCIA:** 80%

**NOTA DE APROBACIÓN MÍNIMA:** 4

**REQUISITOS PARA PRESENTACIÓN A EXÁMEN:** Promedio igual o superior 3,0.

**OTROS REQUISITOS:**

## 13. PALABRAS CLAVES

Metodología; Método cuantitativo; Técnicas cuantitativas; Diseño metodológico cuantitativo; Investigación cuantitativa

## 14. BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

- Asún Inostroza, Rodrigo. “Construcción de cuestionarios y escalas: El proceso de la producción de información cuantitativa.” En Métodos de investigación social. Introducción a los oficios, compilado por Manuel Canales Cerón. Lom Ediciones. Santiago, Chile, 2006. ISBN 956-282-840-9
- Alvira, Francisco. “Diseños de Investigación Social: Criterios Operativos”. En El Análisis de la Realidad Social compilado por Manuel García Ferrando, Jesús Ibáñez y Francisco Alvira. Alianza Universidad Textos. 1992. ISBN 84-206-8105-9.
- González, Blasco. “Medir en Ciencias Sociales”. En El Análisis de la Realidad Social compilado por Manuel García Ferrando, Jesús Ibáñez y Francisco Alvira. Alianza Universidad Textos. 1992. ISBN 84-206-8105-9.
- Romo, Heriberto. “La metodología de la encuesta” en Técnicas de Investigación en sociedad, cultura y comunicación. Coordinador, Jesús Galindo Cáceres. Pearson. México, 1998. ISBN 968-444-262-9.

## 15. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Blalock, Hubert. “Estadística Social.” Fondo de Cultura Económica. México. 1966. ISBN 968-16-0135-1.
- Beltrán, Miguel. “Cinco vías de acceso a la realidad social”. En El Análisis de la Realidad Social compilado por Manuel García Ferrando, Jesús Ibáñez y Francisco Alvira. Alianza Universidad Textos. 1992. ISBN 84-206-8105-9.
- Bunge, Mario. “La Investigación Científica.” Editorial Ariel. Barcelona. ISBN: 968-23-222-51
- De la Torre Villar, Ernesto; Navarro de Anda, Ramiro. “Metodología de la Investigación.” Mc Graw –Hill. ISBN: 968-451-278-3
- Eco, Humberto. “Cómo se hace una tesis.” Gedisa Editorial. Barcelona, España, 2001. ISBN 84-7432-896-9.
- García Ferrando, Manuel. “La Encuesta”. En El Análisis de la Realidad Social compilado por Manuel García Ferrando, Jesús Ibáñez y Francisco Alvira. Alianza Universidad Textos. 1992. ISBN 84-206-8105-9.
- García Ferrando, Manuel; San Martín, Ricardo. “La observación científica y la obtención de datos sociológicos”. En El Análisis de la Realidad Social compilado por Manuel García Ferrando, Jesús Ibáñez y Francisco Alvira. Alianza Universidad Textos. 1992. ISBN 84-206-



8105-9.

- Hernández, Roberto; Fernández, Carlos y Baptista, Pilar. Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill. México, 1991. ISBN 968-422-931-3.
- López Pintor, Rafael. "El análisis de los datos de encuesta". En El Análisis de la Realidad Social compilado por Manuel García Ferrando, Jesús Ibáñez y Francisco Alvira. Alianza Universidad Textos. 1992. ISBN 84-206-8105-9.
- Martínez Chávez, Víctor Manuel. "Fundamentos Teóricos para el proceso del diseño de un protocolo en investigación." México. Plaza y Valdes Editores. 1998. ISBN 968-856-625-X.
- Padua, Jorge. "Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales." FCE. 1987. ISBN 968-16-0288-9.
- Pérez, César. "Técnicas Estadísticas con SPSS." Prentice Hal. Madrid, España, 2001. ISBN 84-205-3167-7.
- Sierra Bravo, Restituto. "Técnicas de Investigación Social." Editorial Paraninfo. 1996. ISBN 9788428324298.
- Zikmund, William. "Investigación de Mercados." Prentice Hall 1998. ISBN 970-17-0050-3.
- Wimmer, Roger y Dominick, Joseph. "Introducción a la Investigación de Medios Masivos de Comunicación." Internacional Thomson Editores. S.A. México, 2001. ISBN 970-686-029-0

## 16. RECURSOS WEB

NOMBRE COMPLETO DEL DOCENTE RESPONSABLE / COORDINADOR

**Alejandra Ojeda Mayorga**

RUT DEL DOCENTE RESPONSABLE / COORDINADOR

**8.361.054-9**