**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**CARRERA SOCIOLOGÍA**

**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

PROFESOR (ES / AS) : Alejandra Ojeda Mayorga

alejandra.ojeda.mayorga@gmail.com

AYUDANTE(S) : A confirmar

|  |
| --- |
| **PROGRAMA** |
| 1. **Nombre de la actividad curricular:** Estrategias de Investigación Cuantitativa
 |
| 1. **Nombre de la actividad curricular en inglés:** Quantitative Research Strategies
 |
| **3. Unidad Académica / organismo de la unidad académica que lo desarrolla**Departamento de Sociología  |
| **4. Ámbito:** Investigación |
| **5. Horas de trabajo:** 9 | Presencial (del estudiante) correspondiente a reuniones online con el profesor: 1.5. | No presencial, correspondiente a lecturas, realización de talleres y visualización de clases grabadas: 7.5 |
| **6. Tipo de créditos:** SCT |  |  |
| **7. Número de créditos SCT – Chile:** 6 |
| **8. Horarios:** Martes 14:30 a 17:45 horas. |
| **9. Salas:** se dictará online |
| **10. Requisitos** | Diseño de Investigación Social |
| **11. Propósito general del curso** | Al finalizar el curso los/as estudiantes conocerán distintas estrategias de investigación cuantitativa partir de las cuales serán capaces de identificar y construir problemas y objetos de investigación factibles de ser abordados a través de cuestionarios, índices o escalas de medición. Se espera que los estudiantes conozcan, a partir de la revisión de ejemplos actuales y de calidad académica, distintas experiencias de investigación cuantitativa; articulen y fundamenten las decisiones adoptadas para abordar y analizar un problema de investigación a través de técnicas cuantitativas; integren en la definición de problemas y de decisiones metodológicas fundamentos teóricos de carácter sociológico; conozcan, diseñen y validen cuestionarios y escalas en el marco de la investigación social; conozcan, construyan y validen índices de medición de diferentes constructos sociales.Complementariamente, se espera que los estudiantes adquieran herramientas que les permitan comunicar diseños y resultados de investigación en contextos sociales, profesionales y académicos. |
| **12. Competencias a las que contribuye el curso** | i. Diseñar y desarrollar estrategias de investigación social cuantitativa.ii. Comunicar los saberes disciplinares de manera pertinente a las características de distintos contextos y audiencias, utilizando diversas estrategias y formatos. |
| **13. Sub competencias** | i. Delimitar y conceptualizar objetos de investigación, a partir del manejo de paradigmas y enfoques teóricos, del análisis de estudios e investigaciones afines, así como de la observación directa de procesos, fenómenos y/o problemas sociales.ii. Diseñar y aplicar diversas técnicas de recolección y producción de información empírica, pertinentes al objeto de estudio.iii. Diseñar estrategias para comunicar los saberes disciplinares considerando las características de distintos contextos y audiencias.iv. Comunicar en forma oral y escrita los saberes disciplinares considerando distintos contextos y audiencias, haciendo un uso creativo de distintas estrategias. |
| **14. Resultados de Aprendizaje**El presente curso se propone desarrollar en las y los estudiantes las habilidades necesarias para:1. Reconocer, comprender y explicar las potencialidades y limitaciones de la investigación social cuantitativa.
2. Operacionalizar conceptos simples y complejos, definiendo y delimitando dimensiones, subdimensiones e indicadores observables para la medición de variables en ciencias sociales.
3. Seleccionar, evaluar, y construir instrumentos de medición cuantitativa (cuestionarios, índices y escalas) posibles de utilizar en investigación por encuestas.
 |
| **15. Saberes / contenidos****Primera unidad. Características, potencialidades y limitaciones de la investigación cuantitativa**1. La formulación de una investigación cuantitativa.
2. El diseño en la investigación cuantitativa: problema, pregunta, objetivos, supuestos, hipótesis y relevancia.
3. Contexto general de investigación (ética, financiamiento, rol del investigador, tipos de productos de investigación, proceso de producción científica académica, comunicación académica).

**Segunda unidad. El proceso de medición y operacionalización** 1. Tipos de investigaciones cuantitativas.
2. Validez en la investigación cuantitativa
3. Relación entre diseño metodológico y diseño de instrumentos.
4. El cuestionario como instrumento de recolección de información.
5. Fundamentos de la construcción de cuestionarios, diseño, formas de aplicación, construcción de preguntas.

**Tercera unidad. Encuestas, Cuestionarios, Escalas e Índices.**1. Diseño de indicadores y sistemas de indicadores sociales.
2. Fundamentos de la construcción de índices.
3. Fundamentos de la construcción de escalas de medición.
4. Fundamentos generales de la evaluación de la validez y fiabilidad de la medición en investigación social cuantitativa.
 |
| **16. Metodología**El curso se desenvuelve por medio de la combinación de clases expositivas grabadas en videos de máximo de 45 minutos, un conjunto de ejercicios de aplicación práctica realizados por los/las estudiantes en modo no-presencial, además de lecturas obligatorias y complementarias sobre la materia. |
| **17. Evaluación**La evaluación del curso consistirá en un total de 3 ejercicios de aplicación de la materia, que sumarán el 100% de la nota final.Habrá un Examen Final del que podrán eximirse los alumnos con promedio final de 4,0 o más. La nota final del curso estará formada por el promedio de notas (60%) y el Examen Final (40%). |
| **18. Requisitos de aprobación*** No existe asistencia obligatoria dado el contexto en que se realiza el curso.
* Requisitos para presentación a examen:
	+ Los estudiantes podrán eximirse si tienen un promedio igual o superior a 4.
	+ Para dar el examen en primera oportunidad se requiere una nota igual o superior a 3.5.
	+ Para dar el examen en segunda oportunidad no hay requisitos.

Nota de aprobación mínima (Escala de 1.0 a 7.0): 4.  |
| **19. Palabras Clave**Metodología Cuantitativa, Técnicas Cuantitativas de Investigación, Cuestionarios, Escalas, Índices, Validez. |
| **20. Bibliografía Obligatoria** **Primera unidad*** 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.

**Segunda unidad*** 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.

**Tercera unidad*** 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.
* 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
 |
| **21. Bibliografía complementaria*** 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.
* 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
 |
| **22. Recursos web**<https://www.aimchile.cl/><https://www.aimchile.cl/gse-de-chile/><http://biblioteca.digital.gob.cl/handle/123456789/19><http://biblioteca.digital.gob.cl/handle/123456789/661><http://biblioteca.digital.gob.cl/handle/123456789/130><http://biblioteca.digital.gob.cl/handle/123456789/1006><http://biblioteca.digital.gob.cl/handle/123456789/653><http://www.cepal.org/deype/mecovi/docs/TALLER6/4.pdf><https://www.dipres.gob.cl/597/w3-propertyvalue-23076.html><https://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ICCESOMAR_Code_Spanish_.pdf><https://procalidad.cl/><http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000200006><https://www.udd.cl/wp-content/uploads/2013/06/Informe-Actualizaci%C3%B3n-GSE-2012.pdf><http://pdfs.wke.es/1/7/9/5/pd0000021795.pdf> |
| **23. Programación de sesiones**

|  |  |
| --- | --- |
| 03-ago | Presentación del programa. Relación entre problema, pregunta y objetivos. Formulación de objetivos. |
| 10-ago | Antecedentes, marco teórico, supuestos e hipótesis. |
| 17-ago | Relevancia. Enfoque ético/ Zoom de revisión de pauta de trabajo 1 |
| 24-ago | Diseño de la medición: Conceptos fundamentales. Validez en diseños. /Recepción de trabajo 1 |
| 31-ago | Diseños muestrales y técnicas: relación con instrumentos.  |
| 07-sept | El cuestionario como instrumento de recolección de información. Secciones y tipo de preguntas para el diseño. |
| 21-sept | Taller de diseño de cuestionarios / Zoom de revisión de pauta de trabajo 2 |
| 28-sept | Indicadores y sistema de indicadores sociales. Recepción de trabajo 2 |
| 05-oct | Diseño de indicadores. Indicadores de uso frecuente en estudios públicos, satisfacción usuaria e investigación comercial. |
| 12-oct | Semana de receso |
| 19-oct | Introducción al diseño de escalas. Distintos tipos de escalas. |
| 26-oct | Escala likert |
| 02-nov | Taller de diseño de escala likert/ Zoom de revisión pauta de trabajo 3 |
| 09-nov | Semana de receso |
| 16-nov | Recepción de trabajo 3  |
| 23-nov | Recuperación de notas |
| 30-nov | Examen |

 |