



MAQUETA DE PRELLENADO
PROGRAMA DE ASIGNATURA (CONTENIDOS)

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 realizados en clase, correspondiendo cada uno a 10% del promedio, sumando 40%.
- 1 prueba de control de lectura equivalente al 30% 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, que hayan rendido cada prueba o trabajo en la fecha correspondiente 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
22-mar	Presentación programa. Enfoque teórico metodológico del curso
29-mar	Relación entre problema, pregunta y objetivos. Formulación de objetivos.
05-abr	Antecedentes, marco teórico, supuestos e hipótesis. Enfoque ético.
12-abr	Trabajo en clase. (Calificado, 10%)
19-abr	Validez
26-abr	Clasificación de diseños
03-may	Diseño muestral. Calculo de muestra.
10-may	Trabajo en clase. (Calificado, 10%)
17-may	Cuestionario.
24-may	Trabajo en clase. (Calificado, 10%)
31-may	Prueba de lectura.
07-jun	SPSS
14-jun	SPSS
21-jun	SPSS
28-jun	Trabajo en clase. (Calificado, 10%)
05-jul	Entrega de trabajo final. (30%) Recuperativas.
12-jul	Examen

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
