****

**V. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN**

La evaluación es permanente e integral, cuantitativa y cualitativa, con la finalidad de medir el logro de objetivos y competencias.

**VI. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Y COMPLEMENTARIA**

Aaker, D. y Day, G. S. (1996). *Investigación de mercados*. México D.F., México: MacGraw-Hill

Babbie, E. (2000) *Fundamentos de la investigación social.* México D.F., México: Thomson

Bourdieu, P., Chamboredon, J.C. y Passeron, J.C. (1986). *El oficio del sociólogo.* México D.F., México, Siglo veintiuno

Caldwell C. y otros (1973) *Manual de encuestas de fecundidad y planificación familiar. Conocimiento, actitudes y práctica*. New York, USA.: Populación council.

Dillon, W., Madden, T. y Firtle, N. (1996). *La investigación de mercados en un entorno de marketing*. (3ra. Edición). España: Diorki.

Galtung, J. (1971) *Teoría y métodos de la investigación social*, tomo I. (3ra. Edición). Buenos Aires, Argentina: Eudeba.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista L., P. (1991). *Metodología de la investigación.* (3ra. Edición). México D.F., México.: McGraw.

Hyman, H. (1968) *Diseño y análisis de las encuestas sociales.* Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Kerlinger, F. y Howard, B.L. (1986). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales.* (4ta. Edición).México D.F., México: McGraw

Kinnear, T. y Taylor, J,(1999). *Investigación de mercados. Un enfoque aplicado*. Colombia. McGraw

Salkind J., N. (1999). *Métodos de investigación. (3ra. Edición). México D.F., México: Prentice.*

*Selltiz, C., Jahoda, M., Deutsch, M., Cook*, S.W. (1965). *Método de investigación en las relaciones sociales*. Madrid, España: Rialp

Sierra Bravo, R. (1985). *Técnicas de Investigación Social. Teoría y ejercicios*. (4ta. Edición). Madrid, España: Paraninfo.

Young, P. V. (1960). *Métodos científicos de investigación social*. (2da. Edición). México D.F., México: UNAM



JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION

………………………………………………………………….

 Lic. Jorge Samuel Canales Fuster

 DNS 199

### UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

 **FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

 *Escuela Profesional de Sociología*

ASIGNATURA: ANÁLISIS DE ENCUESTA Y DE MERCADO

# I. DATOS GENERALES:

#  1.1. Código de la Asignatura : 8803

 1.2. Escuela Profesional : Sociología

 1.3. Departamento Académico : Ciencias Sociales y Comunicación

 1.4. Ciclo : VIII

 1.5. Créditos : 02

* 1. Plan de Estudios : 07
	2. Condición : Obligatorio

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| T | 02 | P | 02 | TH 04 |

* 1. Horas Semanales

1.9. Pre requisito : 6603 (Investigación. Cualitativa)

1.10. Semestre Académico : 2017 - I

 1.11. Docente : Lic. Jorge Canales Fuster

 Colegiatura : CSP 015

 Correo Electrónico : jorcafu0317@yahoo.es

# II. SUMILLA:

Las técnicas de análisis de las encuestas descriptivas. Estimación empírica de los errores. Las técnicas de análisis de las encuestas explicativas. La correlación de variables. El coeficiente de correlación. La correlación espinas. Las técnicas de introducción al tercer factor. Las Técnicas de contrastación de muestras. El análisis multivariable. Los estudios de mercado.

# III. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

3.1 Objetivos o Competencias

 **Objetivos**: Desarrollar el diseño, construcción y análisis de las encuestas

 **Competencias**: Estimar empíricamente los errores en la técnica del cuestionario

 La aplicación de las muestras probabilísticas en el cuestionario.

 Elaborar con las encuestas un estudio de mercado.

3.2 Estrategias Metodológicas

 Se emplearán metodologías didácticas como prácticas de campo para hacer del estudiante un elemento dinámico del proceso de aprendizaje, y al profesor en un facilitador para la construcción de conocimientos. Se hará uso intensivo de medios y materiales apuntando a la transmisión de conocimientos, sobre todo el “cómo hacer” e inculcar valores con el fin de lograr un mayor rendimiento y eficiencia académicas

3.3. Medios y Materiales de Enseñanza

 Medios**:** retroproyector, videograbadora, computadora, máquina fotográfica, grabadora, data.

Materiales**:** separatas, transparencias, video cassetes. Internet, programa SPSS.

# IV.CONTENIDO TEMÁTICO Y CRONOGRAMA

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **UNIDAD TEMÁTICA** | **OBJETIVOS ESPECÍFICOS** | **CONTENIDOS ANALÍTICOS** | **Nro. SEMANA** |
| **I** **EL PROCESO DE LA INVESTIGACION** | **Análisis del proceso de investigación social, sus partes, ubicación del diseño de los instrumentos de recolección de datos y trabajo de campo, en el proceso general de la investigación.** | * 1. El proceso de la investigación. El objeto de conocimiento se construye, conquista y comprueba
	2. Práctica: Ejercicios de creatividad intelectual **Lectura 1**: Noción y estructura del dato. **Lectura 2**: la presentación del objeto de estudio.
 | 1ra |
| 1.3. La matriz de datos: variables, unidades de análisis, respuestas o valores1.4. **Lectura 3**: El proceso de la operacionalización de variables en una teoría social. Práctica: Fichas textuales de conceptos | 2da |
| 1.5. La matriz de datos: variables, unidades de análisis, respuestas o valores. **Lectura 4**: El status metodológico de las variables y escalas de medición. **Lectura 5**: Medidas, Escalas y Estadígrafos, Glass-Stanley1.6. Clases de muestra y Tamaño de la muestra. Técnicas de muestreo: spss y stata | 3ra |
| 1.7. Las encuestas sociales (entrevistas y cuestionarios). Antecedentes.1.8. **Lectura 6**: Del no sabe al no contesta. **Lectura 7**: La formulación de la hipótesis  | 4ta. |
| **II****DISEÑO DEL CUESTIONARIO** | **El cuestionario como técnica de la metodología cuantitativa para la recolección de datos. Las primeras encuestas sociales. Aspectos a tener en cuenta en el diseño de los cuestionarios. Operacionalización de las variables.** |  2.1. El cuestionario: consideraciones carácter preliminar. Fuentes de error en las respuestas.2.2 Ejercicios de tipo de preguntas. Escalas. Análisis de encuestas electorales. La ficha técnica. | 5ta |
| 2.3. El cuestionario virtual2.4. Prueba previa del cuestionario. Confiabilidad y validez.  | 6ta. |
|  2.5. Estructura de un cuestionario.2.6. Práctica de recolección de datos: encuesta social. | 7ma |
|  2.7. Revisión y discusión de la aplicación de los cuestionarios.2.8. **EVALUACIÒN PRIMER EXAMEN PARCIAL** | 8va |
| **III****LA PRESENTACION DEL CUESTIONARIO** | **Estructura del cuestionario. Diseño de la portada. Importancia de la carta de presentación en el cuestionario auto administrado. Las instrucciones. El sistema de fases parsoniano. Sugerencias tipográficas.** |  3.1. La presentación formal del cuestionario3.2. Errores del entrevistador (encuestador). Fuentes de error. | 9na. |
| 3.3. Observación y análisis de las encuestas del INEI: ENAHO, ENDES3.4. Diferentes modelos de encuestas: preguntas proyectivas, asociación de ideas, por teléfono… | 10ma |
| 3.5. El uso de las escalas de actitudes, escalas de clasificación verbal3.6. Aspectos formales del cuestionario: la interacción parsoniana, tipografía, instrucciones | 11ra |
| 3.7. El libro de códigos. Preparando la transferencia de datos.  **Lectura 8**:La construcción de un código3.8. **Lectura 9 :** Tabulación y representación de los datos, Glass-Stanley. **Lectura 10:** La presentación de las cifras de porcentajes y los usos de las cifras de porcentajes, Hans Zeizel.- Presentación preliminar de los datos (tablas, gráficos).  | 12da. |
| **IV****CUESTIONARIO Y ESTUDIOS DE MERCADO** | **El mercado (oferta y demanda de bienes y servicios individuales y sociales) como tema de investigación. El marketing político: las encuestas electorales.** | 4.1. Las normas APA (tablas y gráficos). Los cuestionarios y los estudios de mercado, el marketing electoral y otros.4.2. Aplicación de una práctica de encuesta electoral | 13ra |
| 4.3. Elaboración de un estudio de mercado El cuestionario.4.4. Trabajo de campo | 14ta |
| 4.5. Transferencia de los datos al programa SPSS. Estadísticos de prueba. **Lectura 11:** Chi cuadrada de Pearson. **Lectura 12 :** Distribución chi cuadrada. El chi cuadrado.4.6. Presentación y exposición de un estudio en base al cuestionario | 15ta |
| 4.7. Presentación y exposición de un estudio en base al cuestionario.4.8. **EVALUACION SEGUNDO EXAMEN PARCIAL (FINAL)** | 16ta |