



DATOS IDENTIFICATIVOS

Diseño, elaboración de cuestionarios y análisis de datos en investigación turística

Asignatura	Diseño, elaboración de cuestionarios y análisis de datos en investigación turística			
Código	O04G240V01911			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Estadística e investigación operativa Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio Cotos Yáñez, Tomas Raimundo			
Profesorado	Cotos Yáñez, Tomas Raimundo Fraiz Brea, José Antonio			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es cotos@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	Elaboración de encuestas y, muestreo y análisis de datos			

Competencias

Código	
A1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B2	Ser capaz de analizar, sintetizar y gestionar datos derivados de las observaciones usando los fundamentos técnicos cuantitativos y de predicción
B3	Capacidad para interpretar críticamente datos y texto
B9	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado
B10	Capacidad para convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones
C6	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los fundamentos del marketing turístico, así como objetivos, estrategias y políticas comerciales
C9	Comprender e interpretar conocimientos acerca de las técnicas básicas de investigación y prospectiva en materia turística
C10	Analizar y evaluar los impactos generados por el turismo

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	---------------------------------------

Comprender e interpretar conocimientos al respecto de los fundamentos del márketing turístico así como objetivos, estrategias y políticas comerciales	A1 A2 A5	B2	C6
Razonar y elegir de un modo adecuado entre los diferentes métodos de captación de información para un estudio de carácter turístico	A1 A2 A3	B2 B3 B9 B10	C9
Ser capaz de establecer herramientas de recogida de datos	A1 A2	B1 B2 B9	C10
Entender y usar un programa informático de tratamiento de datos	A3 A4	B1	C9
Analizar y discutir los resultados obtenidos tras tratar los datos	A3	B1 B2	C9
Diseñar cuestionarios	A2	B9	C6

Contenidos

Tema	
Tema 1. Los estudios cuantitativos	1.1 Introducción 1.2 Tipos de análisis cuantitativos 1.3 Análisis descriptivo y gráfico de los datos
Tema 2. Tipos y estructura de los cuestionarios	2.1. El cuestionario 2.2. Recomendaciones para la elaboración de un buen cuestionario 2.3. Tipos de cuestionarios 2.4. Estructuras de cuestionario
Tema 3. Técnicas para la elaboración de los cuestionarios	3.1. Esquema secuencial para la elaboración de la encuesta y el cuestionario. 3.2. Información básica para la elaboración del cuestionario 3.3. Técnicas de redacción de las preguntas del cuestionario 3.4. Codificación del cuestionario 3.5. Pretest
Tema 4. Codificación y grabación de los datos recogidos	4.1 Estructura y codificación de ítems cualitativos y cuantitativos 4.2 Introducción/modificación de datos por ordenador
Tema 5. Técnicas estadísticas para el análisis de datos	5.1 Introducción a la inferencia: Muestreo, estimación puntual, estimación por intervalos y contraste de hipótesis 5.2 Introducción a los tipos de muestreo 5.3 Muestreo aleatorio simple. Estimación del promedio y del total 5.4 Muestreo aleatorio estratificado. Estimación del promedio y del total 5.5 Muestreo por conglomerados y una y dos etapas. Estimación del promedio y del total 5.6 Selección del tamaño muestral

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	13.5	30	43.5
Resolución de problemas y/o ejercicios	23	46.5	69.5
Trabajos de aula	7.5	0	7.5
Otros	0	22	22
Pruebas de respuesta corta	7.5	0	7.5

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas, ejercicios o prácticas a desarrollar por el estudiante.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de problemas y cuestiones de cada uno de los temas del programa de la materia.
Trabajos de aula	Planteamiento, análisis, resolución y debate de problemas relacionados con la materia.
Otros	Realización de trabajos relacionados con los contenidos.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Atención y resolución de dudas al alumnado en relación a las diferentes actividades de la materia Lugar: despacho del profesor. Horario: por determinar.

Evaluación					
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Pruebas de respuesta corta	Diferentes pruebas de respuesta corta a lo largo de la materia. Por lo menos habrá dos pruebas donde cada una de ellas será el 50% de la evaluación total.	100	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B2 B3 B9 B10	C6 C9 C10

Otros comentarios sobre la Evaluación

Habrà un sistema de evaluación alternativo para los alumnos no asistentes consistente en una prueba de respuesta corta (100% de la nota).

El sistema de evaluación de la segunda y sucesivas convocatorias será el de evaluación para no asistentes.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2015-16.

Fuentes de información

Scheaffer, R.L., Mendenhall, W. y Lyman OTT, R., **Elementos de Muestreo**, Thomson Ed.,

Santos Peña, J., Muñoz Alamillos, A., **Fundamentos de estadística aplicados al turismo**, Madrid : Centro de Estudios Ramón Areces,

Montiel Torres, Ana M^a et al., **Estadística para turismo**, Aravaca (Madrid) : McGraw-Hill,

Díaz de Rada, V., **Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial**, ESIC. Madrid,

López, J.M. Y López, L.M., **Investigación de mercados turísticos**, Pirámide, Madrid,

Santesmases, M., **Dyane, versión 4**, Pirámide, Madrid,

Recomendaciones

Otros comentarios

El material del curso estará disponible en la plataforma Tema.

Además, conductas inadecuadas, contrarias y perjudiciales para la convivencia y su corrección, estarán penalizadas con la pérdida del derecho a evaluación continua por parte del estudiante responsable.