

## **DIPLOMA EN INVESTIGACIÓN SOCIAL APLICADA**

---

### ***Propuesta Edición 2013***

#### **I. INTRODUCCIÓN**

El Diploma en Investigación Social Aplicada tiene como objetivo capacitar a graduados de la Licenciatura de Sociología y de otras disciplinas de las Ciencias Sociales y Humanas, en el manejo de un instrumental metodológico avanzado aplicable en campos de trabajo que tienen un relativo desarrollo en nuestro país.

Los resultados de las diferentes promociones han sido evaluados como positivos por parte de los estudiantes, los docentes y el equipo de coordinación, por lo que presentamos la propuesta de la undécima reedición del Diploma para el año 2013.

#### **II. REQUISITOS DE POSTULACIÓN Y SELECCIÓN**

Los requisitos formales para la postulación al Diploma son contar con una Licenciatura en Sociología u otras Ciencias Sociales de la Universidad de la República, otros Institutos Universitarios o Programas de estudio equivalentes. Para su admisión el estudiante debe presentar en los plazos estipulados sus antecedentes curriculares debidamente certificados.

#### **III. PROFESORES DEL DIPLOMA**

La nómina de profesores propuestos para la edición 2013 es la siguiente:

Maria Julia Acosta (FCS, DS)  
Eduardo Botinelli (FCS, DS)  
Agustín Canzani (FCS, Mae. C. Polit.)  
Joaquín Cardeillac (FCS, DS)  
Hugo de los Campos (FCS, DS)  
Marcos Gerber (Consultor Internacional)  
Pablo Hein (FCS, DS)  
Verónica Filardo (FCS, DS)  
Alain Mizrahi (Radar)  
Geyser Margel (FCS, DS)  
Andrés Pasquet  
Alen Perez Casas (FCS)  
Alberto Riella (FCS, DS)  
Andrés Pasquet (Mercoplus)

Esta es la nómina básica de docentes, se pueden agregar a la misma docentes extranjeros especializados en los temas que se desarrollan en el Diploma.

#### **IV DESARROLLO Y EVALUACIÓN DE ANTERIORES EDICIONES**

La estructura curricular del Diploma ha funcionado de manera adecuada en las diez ediciones que se han desarrollado.

De forma sistemática, al finalizar cada semestre se realizaron evaluaciones entre los estudiantes sobre su percepción del funcionamiento de los cursos y de los profesores. En la mayoría de las mismas, la calidad de los profesores y el contenido de los cursos recibieron evaluaciones positivas.

En general, el desempeño estudiantil ha sido satisfactorio, demostrando interés en los diferentes temas lo que se confirma a través de la calidad de los trabajos presentados.

Un logro importante del Diploma es la incorporación al plantel docente de representantes de las principales empresas y destacados profesionales del medio, articulando esta oferta de posgrado con el campo efectivo de desempeño profesional.

En función de estas apreciaciones, parece deseable la reiteración del mismo en el año 2013. Existe en el Departamento de Sociología experiencia acumulada en este tipo de Diplomas, contactos con docentes extranjeros y nacionales del mayor nivel, un cuerpo docente estable y motivado y una fuerte demanda de egresados en ciencias sociales por formaciones como las que brinda el Diploma.

#### **V. OBJETIVOS**

El Diploma se dirige a graduados en Sociología y de otras disciplinas de las Ciencias Sociales. Su propósito es otorgar una formación avanzada en la aplicación de técnicas de investigación social y análisis sociológico a los estudios de Mercado y de Opinión Pública, capacitando a los diplomados para la aplicación de este instrumental metodológico a situaciones concretas de investigación social en los campos mencionados.

Se pretende cubrir con este Diploma de Especialización un área del desempeño profesional en constante ascenso, como lo muestran los estudios realizados por el Departamento en el que se indica que el 40% de los egresados en Sociología que ejercen la profesión lo hacen en la esfera privada no académica. El Diploma se orienta entonces a desarrollar específicamente competencias requeridas en este ámbito laboral, enfatizando el uso de determinado instrumental teórico-metodológico.

Asimismo, el Diploma también busca brindar una posibilidad de actualización y renovación de conocimientos de aquellos profesionales que ya se desempeñan en empresas u organismos dedicados a la investigación social aplicada a estos campos.

#### **VI. ORGANIZACIÓN CURRICULAR<sup>1</sup>**

El Diploma está organizado dos semestres con materias teórico-prácticas. Cinco de ellas se dictarán en el primer semestre y cuatro en el segundo junto a un Taller de Preparación de Memoria Final donde se comenzará a elaborar la misma. Entre estas materias se encuentra un conjunto de seminarios optativos, donde se abordarán distintas temáticas de relevancia para el Diploma (ver Organigrama adjunto). Además de los cuatro propuestos se podrán incluir otros.

---

<sup>1</sup> Adecuado a la nueva Ordenanza Vigente de Posgrado de la Universidad de la República

Para obtener el Diploma se debe tener un mínimo de 60 créditos<sup>2</sup>. El mismo se estructura en función de cursos de metodologías avanzadas de Investigación Social, tres cursos de especialización en Investigación Aplicada en las áreas de Medición Electoral y Opinión Pública, Mercado (¿Y Publicidad????) y Marketing Social????, y un Taller de Preparación de Memora Final en que el estudiante deberá aplicar las técnicas y métodos de análisis adquiridos durante los cursos recibidos.

Por su parte el Certificado en “Técnicas de Investigación Social” consiste en una titulación intermedia para quienes totalicen los 27 créditos de los cursos de Metodología, ofrecidos.

En lo referido a los restantes aspectos organizativos, el Diploma se inscribe dentro del marco de lo previsto en el Reglamento de Diplomas y Cursos de Posgrado de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Ordenanza General de Posgrados de la Universidad de la República.

### ORGANIGRAMA DE LA ESTRUCTURA DE LOS CURSOS CURRICULARES DEL DIPLOMA

#### ORGANIGRAMA DE LA ESTRUCTURA CURRICULAR DEL DIPLOMA

1er. Semestre				2º semestre		
Cursos obligatorias	Informática Aplicada a la Investigación Social	Introducción a la Investigación Cualitativa	Diseños de Investigación Social por Encuesta	Técnicas Cualitativas en la Investig. Aplicada	Estudios Electorales y de Opinión Pública	Taller de Preparación de Memoria Final
	(8 créditos)	(4 créditos)	(6 créditos)	(4 créditos)	(4 créditos)	(6 créditos)

1er. Semestre			2º semestre	
Cursos Optativos	Técnicas de Análisis Multivariado (*)	Investigación de Mercado	Marketing Social	Diseño Y Técnicas de Muestreo
	(5 créditos)	(4 créditos)	(4 créditos)	(4 créditos)

Obligatoria	Memoria Final (20 créditos)
-------------	--------------------------------

Mínimo de Créditos totales para el Diploma: 60

<sup>2</sup> Un (1) crédito equivale a 15 horas que incluyen las correspondientes a las clases, el trabajo asistido y el trabajo personal necesarios para la adecuada asimilación y aprobación del curso correspondiente.

## **VII. CONTENIDO DE LAS MATERIAS:**

### **Primer semestre**

#### **1. Informática Aplicada a la Investigación Social**

Este curso operará con las diferentes técnicas de análisis y procesamiento propuestas en el curso de Metodología Cuantitativa y Cualitativa, capacitando a los estudiantes en el manejo de los principales softwares utilizados para estos procesamientos a través de ejercicios que permitirán acompañar la práctica en el uso del software con los conocimientos teóricos de cada una de las técnicas.

Incluye los siguientes temas: Introducción del software (SPSS). Compatibilidad con otros programas, ambiente, ingreso de información y/o importación de los datos desde otros programas. Comandos más utilizados.

#### **2. Introducción a la Investigación Cualitativa**

La asignatura tiene por objeto aportar enfoques novedosos a nivel epistemológico, metodológico y de técnicas de Investigación de la sociología denominada cualitativa. Se discutirá la necesaria complementariedad entre las opciones cuantitativas y cualitativas y se analizará la pertinencia de la investigación cualitativa en los diversos campos de investigación que abarca el Diploma. Se desarrollará una serie de ejercicios prácticos y de instrumentos conceptuales y empíricos tendientes a analizar los aspectos de validez, representatividad y generalización desde este tipo de técnicas.

#### **3. Diseños de Investigación Social por Encuesta**

Este curso se centrará en las Técnicas de Recolección de datos cuantitativos que, dado el objetivo del diploma, privilegiará la técnica de la encuesta. Una primera parte está dirigida a presentar los distintos tipos de diseños de investigación en Ciencias Sociales. En segundo lugar se presentan en profundidad las consideraciones teóricas y prácticas de la investigación por encuesta. En tercer lugar se desarrollan los diferentes tipos de muestreo utilizados en las investigaciones por encuesta.

1. Diseños experimentales y cuasi experimentales. Diseños correlacionales (con datos primarios o secundarios) - Diseños longitudinales - Diseños multimétodos (triangulación).
2. Tipos de encuesta. Características, potencialidades y limitaciones de cada una. Adecuación de su uso. Discusión de diferentes cuestionarios de encuestas, crítica, comparación e implicancias de cada uno.
3. Tipos de Muestreo. Se desarrollarán las nociones básicas de muestreo desde el punto de vista metodológico, y su utilidad para los distintos tipos de investigaciones.

#### **4. Técnicas de análisis multivariado**

Este curso se focalizará básicamente en las técnicas de dominio multivariado partiendo de la Regresión Lineal Simple, Regresión Lineal Múltiple y Regresión Logística. Hace hincapié en los fundamentos epistemológicos y metodológicos de cada una de las técnicas.

#### **5. Investigación de Mercado y Publicidad.**

Este curso está dirigido a diseñar estrategias diversas de Investigación de Mercado. El curso intenta cubrir una amplia gama de técnicas de investigación y análisis de información orientada para la investigación de mercados.

1. Conceptualización de Investigación de Mercado (definiciones básicas: mercado potencial, mercado real, segmentación, etc.)
2. Tipos de estudios de Investigación de Mercado. (según ciclo de vida del producto, según tipo de información requerida, para posicionamiento del producto, etc.)
3. Técnicas para la Investigación de Mercado (grupos motivacionales - focus groups -, pruebas ciegas, etc.)
4. Discusión de investigaciones concretas como ejemplo y ejercicios prácticos de diseño de estrategia de investigación de mercado.

## ***Segundo semestre***

### ***6. Técnicas Cualitativas en la investigación aplicada***

La asignatura tiene por objetivo central aportar conocimiento sobre las principales corrientes en materia de análisis de información cualitativa. Se discutirán las principales tendencias en materia de análisis de la información, bajo las coordenadas internacionales. Las clases contarán con una serie de ejercicios prácticos y de instrumentos empíricos tendientes a analizar situaciones concretas. Por otro lado se aplicará el uso del software necesario para dicha metodología.

### ***7. Estudios Electorales y Opinión Pública***

Esta materia se dirige a introducir al estudiante en las investigaciones que se realizan a nivel nacional e internacional en estudios electorales y a capacitarlo para realizar investigaciones aplicadas en esta área. Se pondrá relevancia en el tema de investigación y medición mediante encuestas, entre otros.

1. Segmentación. Definición, Criterios, Utilidad, Operativa.
2. Discusión y análisis de casos concretos de investigaciones.
3. Propuesta de Investigación en materia electoral.
4. Conceptos centrales de Opinión Pública.
5. Tipos de estudios de Opinión Pública.

### ***8. Marketing Social***

El curso tiene por objetivo general que los estudiantes accedan a un panorama razonablemente completo de los principales enfoques y técnicas del Marketing Social, sus ventajas y limitaciones, y puedan continuar profundizando en el tema a partir del dominio de una bibliografía básica. En el curso se desarrollarán entre otros, los siguientes puntos:

1. Marketing y Social ¿Conceptos antagónicos?

2. El Marketing Social y las Empresas (Responsabilidad Social Empresarial)
3. El Marketing Social y las Organizaciones de la Sociedad Civil
4. Tendiendo puentes (Incidencia, abogacía de Medios, Alianzas y Obtención de Fondos)

### **9. Diseño y técnicas de Muestreo**

El curso está orientado a iniciar a los estudiantes en el uso de esta técnica, para la resolución de los problemas que lo requieran, en la investigación por encuestas.

Se realizarán ejercicios prácticos donde se pueda aplicar la teoría adquirida, sobre los siguientes temas:

- Lógica del muestreo
- Muestreo y Ciencias Sociales
- Concepto de error
- Diferentes tipos de Muestreo
- Tamaño muestral

### **10. Taller de Preparación de la Memoria Final**

En el último semestre se prevé la realización de un Taller Final en que el estudiante deberá aplicar las técnicas y métodos de análisis adquiridos durante el curso para realizar una investigación aplicada, en base a información ya existente, en las áreas de concentración del Diploma. Eventualmente, se implementará un sistema de pasantías por el cual este trabajo pueda realizarse en instituciones públicas o privadas que estén demandando este tipo de estudios.

## **REQUISITOS DE POSTULACIÓN Y SELECCIÓN**

Para su admisión los postulantes deberán presentar la siguiente documentación:

- Título de grado (original y fotocopia) de la Universidad de la República, otros Institutos Universitarios o Programas de estudio equivalentes.
- Cédula de identidad (original y fotocopia), escolaridad (original y fotocopia) y curriculum vitae.

El Comité Académico de Selección realizará una evaluación de méritos de los postulantes y si corresponde una entrevista..

## **COORDINACIÓN DEL DIPLOMA**

- La edición 2013 será coordinada por el Mag. Pablo Hein con la asistencia académica de la Lic. Inés Carlesi.

## **COSTOS**

El costo de la edición 2013 será según la forma de pago. Existen tres planes diferenciados.

A- El primero es pago contado y se abonará antes del 2 de mayo y la suma asciende a \$ 23.000.

B- El segundo es en dos cuotas la primera de \$u 12.500 y la segunda de \$u 12.500. La primera se deberá abonar antes del 2 de mayo y la segunda antes del 30 de junio.

C- El tercer plan es en tres cuotas de \$U 9.000 con los plazos de la propuesta 2, más la última cuota antes del 10 de setiembre.

Más allá de estas tres modalidades de pago, la Coordinación del Diploma evaluará otras propuestas o formas de pago, que el postulante presente debidamente justificadas.

## **PLAZO DE INSCRIPCIONES**

Desde el lunes 3 de diciembre a 15 de marzo de 2013.

## **HORARIO DE CLASES**

Miércoles, Jueves y Viernes de 8:30 a 12:15 hs. (No se dictarán clases todos los días indicados pero el alumno deberá tener en cuenta que en estos días podrá cursar alguna materia)

## **COMIENZO DE LOS CURSOS**

Abril de 2013.

El comienzo estará sujeto a que se inscriba un mínimo de 20 y un máximo de 35 alumnos.

## **INFORMES E INSCRIPCIONES**

Bedelía de Posgrados (Hall Central)  
Constituyente 1502  
Tel. 2418 4579 Int. 215  
Horario: 10:30 a 12:30 y 17:30 a 19:30  
e-mail: icarlesi@fcs.edu.uy