

ASIGNATURA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y OPINIÓN PÚBLICA								
GRADO: VARIOS								
CURSO: 4°								
CUATRIMESTRE: 1°								
CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA								
SEMANA	SESIÓN	Descripción del contenido de la sesión	GRUPO			TRABAJO DEL ALUMNO DURANTE LA SEMANA		
			Magistral	Práctica	Otro espacio	Descripción	Horas presenciales	Horas de trabajo (máx. 7)
1	1	Introducción	X			Lecturas	1,5	5
1	2	Clase práctica		X		Lecturas	1,5	
2	3	Definiciones conceptuales	X			Lecturas	1,5	5
2	4	Clase práctica		X		Lecturas	1,5	
3	5	Operationalización	X			Lecturas	1,5	5
3	6	Clase práctica		X		Lecturas	1,5	
4	7	Técnicas de investigación social	X			Lecturas	1,5	5
4	8	Clase práctica		X		Lecturas	1,5	
5	9	Diseño de evaluación de impacto	X			Lecturas	1,5	5
5	10	Clase práctica		X		Lecturas	1,5	
6	11	Análisis de datos cuantitativos	X			Lecturas	1,5	5
6	12	Clase práctica		X		Lecturas	1,5	
7	13	Análisis de datos cualitativos	X			Lecturas	1,5	5
7	14	Clase práctica		X		Lecturas	1,5	
8	15	Articulación multimétodo	X			Lecturas	1,5	5
8	16	Clase práctica		X		Lecturas	1,5	
9	17	Interpretación evaluativa	X			Lecturas	1,5	5
9	18	Clase práctica		X		Lecturas	1,5	
10	19	Análisis de la evaluación	X			Lecturas	1,5	5
10	20	Clase práctica		X		Lecturas	1,5	
11	21	Casos de estudio I	X			Lecturas	1,5	5
11	22	Clase práctica		X		Lecturas	1,5	
12	23	Casos de estudio II	X			Lecturas	1,5	5
12	24	Clase práctica		X		Lecturas	1,5	
13	25	Presentaciones	X			Lecturas	1,5	4
13	26	Clase práctica		X		Lecturas	1,5	
14	27	Presentaciones	X			Lecturas	1,5	4
14	28	Clase práctica		X		Lecturas	1,5	
Suma parcial de horas							42	68
Subtotal de horas								110
15		Tutorías y clases extra					10	
16-18		Tiempo de estudio y examen					3	27
Total horas								150