

INTRODUCCIÓN A LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL



AUTORES:

- Javier Callejo Gallego (coord.). Profesor titular de Sociología UNED
- Consuelo del Val Cid. Profesora titular de Sociología UNED
- Jesús Gutiérrez Brito. Profesor asociado de Sociología UNED
- Antonio Viedma Rojas. Profesor ayudante de Sociología UNED

ISBN: 978-84-8004-932-0

NUESTRA REFERENCIA: FEHU00040001

EDICIÓN: 1.ª, Julio 2009

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 336

PVP: 37,00 €

IBIC: JHBC;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: GRADO EN SOCIOLOGÍA

ÁREA DE CONOCIMIENTO: SOCIOLOGÍA

ÍNDICE: Presentación. -**Primera Parte. Las técnicas de investigación social.** -Capítulo 1. El nivel tecnológico de la investigación social (*Javier Callejo*). -**Segunda Parte. Prácticas cualitativas.** -Capítulo 2. La observación participante y visual (*Jesús Gutiérrez*). -Capítulo 3. Entrevistas (*Antonio Viedma*). -Capítulo 4. Técnicas grupales (*Jesús Gutiérrez*). -**Tercera Parte. La encuesta con cuestionario estandarizado.** -Capítulo 5. La encuesta (*Consuelo del Val*). -Capítulo 6. El muestreo para la encuesta (*Consuelo del Val*). -Capítulo 7. El cuestionario (*Javier Callejo*). -**Cuarta Parte. Introducción a los análisis.** -Capítulo 8. Introducción a las técnicas sociológicas de análisis de documentos (*Javier Callejo*). -Capítulo 9. Introducción a la lógica del análisis del discurso (*Jesús Gutiérrez*). -Capítulo 10. Introducción a la lógica del análisis estadístico (*Consuelo del Val*). -Capítulo 11. Introducción a la construcción de modelos matemáticos (*Javier Callejo*). -**Bibliografía**

SINOPSIS: El presente texto estructurado en cuatro partes pretende ser un material de referencia para los alumnos de la materia de Técnicas de Investigación Social I.

La primera parte busca fijar el significado de las técnicas de investigación social introduciendo al lector en las técnicas de investigación social.

La segunda parte está destinada a las prácticas cualitativas con especial referencia a las denominadas técnicas grupales.

La tercera parte centra sus tres apartados en la encuesta mediante cuestionario estandarizado.

La cuarta y última parte estudia las diferentes formas de análisis.

Al final de cada tema el lector dispone de una serie de preguntas que permiten un repaso rápido de lo leído.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: GRADO SOCIOLOGÍA (Plan 2022) CURSO: 1º1C
ASIGNATURA: MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL
- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: DOBLE GRADO EN CIENCIAS POLÍTICA Y
SOCIOLOGÍA CURSO: 1º1C ASIGNATURA: MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL
- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: MÁSTER UNIVERSITARIO EN PAZ, SEGURIDAD Y
DEFENSA CURSO: 1ºC ASIGNATURA: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN
CIENCIAS SOCIALES
- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: MÁSTER UNIVERSITARIO EN CIENCIA POLÍTICA:
ANÁLISIS POLÍTICO, POLÍTICAS PÚBLICAS Y POLÍTICA INTERNACIONAL CURSO: 1ºC
ASIGNATURA: TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL I

INVESTIGACIÓN SOCIAL MEDIANTE ENCUESTAS



AUTORES:

- Antonio Félix Vallejos Izquierdo (coord.). Profesor colaborador de Sociología UNED
- Yolanda Agudo Arroyo. Profesora ayudante de Sociología UNED
- Beatriz Mañas Ramírez. Profesora ayudante de Sociología UNED
- José María Arribas Macho. Profesor titular de Sociología UNED
- Luis Alfonso Camarero Rioja. Catedrático de Sociología UNED
- Mario Ortí Mata. Profesor ayudante Doctor de Sociología UCM

ISBN: 978-84-9961-011-5

NUESTRA REFERENCIA: FEHU00067001

EDICIÓN: 1.ª, Marzo 2011

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 352

PVP: 32,00 €

IBIC: JHBC;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: GRADO EN TRABAJO SOCIAL

ÁREA DE CONOCIMIENTO: SOCIOLOGÍA

ÍNDICE: Presentación. -Capítulo 1. La encuesta en el conjunto de las prácticas de investigación social. -Capítulo 2. La encuesta como dispositivo de 'Recogida' de información. -Capítulo 3. Variables, medición y escalas. -Capítulo 4. Introducción al análisis de datos. -Capítulo 5. Estadísticos de resumen: medidas de centralización y dispersión de los datos. -Capítulo 6. Análisis de tablas bivariadas. -Capítulo 7. Diseño muestral y estimación estadística. -Capítulo 8. Fuentes de datos estadísticos.

SINOPSIS: Texto, especialmente dirigido a los estudiantes de Grado en Trabajo Social Centrándose en la investigación por encuesta, paradigma de la investigación sociológica desde los años cincuenta del XX, plantea los principios básicos de la investigación social empírica y de las lógicas que la sustentan.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: GRADO TRABAJO SOCIAL CURSO: 1º2C
ASIGNATURA: MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN I

SOCIOLOGÍA DEL TURISMO



AUTORES: Tomás Mazón Martínez, Profesor titular de Sociología UA

ISBN: 978-84-8004-471-4

NUESTRA REFERENCIA: FETU00019001

EDICIÓN: 1.ª, Mayo 2001

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 304

PVP: 30,00 €

IBIC: JHBS;KNSG;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: GRADO EN TURISMO

ÁREA DE CONOCIMIENTO: SOCIOLOGÍA

ÍNDICE: Prefacio. -Sociología y turismo. -El turismo en la antigüedad. -Las bases del turismo moderno. -El turismo en el siglo XIX. -El siglo XX. El periodo de entreguerras. -La eclosión del turismo de masas. -Las etapas del turismo. -Turismo y sociedad. -Turismo y cultura. -Turismo y empleo. -Turismo y población. -Problemas sociales en los polos receptores de turismo. -Consecuencias del turismo en las sociedades emisoras. -Fases, ciclos y actores del desarrollo turístico. -Revolución industrial versus revolución turística. -El nuevo modelo turístico en las sociedades desarrolladas. -El turismo ante el arte, el patrimonio y la religión. -Los centros históricos y el turismo. -Turismo y religión. -Turismo y urbanismo. -El desarrollo turístico litoral. -Bibliografía.

SINOPSIS: Este libro se propone explicar y analizar algunos de los principales efectos sociales que son provocados por el desarrollo del turismo moderno.

La justificación de la obra viene determinada por la necesidad de proporcionar a los estudiantes de la carrera de turismo un único y adecuado texto que recogiera de forma conjunta los temas más sobresalientes en sociología del turismo.

El contenido es el resultado de la larga experiencia del autor a través de numerosas lecturas, investigaciones, publicaciones y años de docencia, que hacen que centre su redacción en aquellos aspectos que resultan más interesantes para los propios alumnos.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- UNIVERSIDAD:** UCM **FACULTAD:** GRADO TURISMO **CURSO:** 1ºIC
ASIGNATURA: SOCIOLOGÍA TURISMO Y DEL OCIO
- UNIVERSIDAD:** UNIZAR **FACULTAD:** GRADO TURISMO **CURSO:** 1ºIC
ASIGNATURA: SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

EL TURISMO EN EL MEDITERRÁNEO

POSIBILIDADES DE DESARROLLO Y COHESIÓN



AUTORES:

- Margarita Latiesa Rodríguez (coord.). Catedrática de Sociología UGR
- Inmaculada Puertas Cañaverál (coord.). Profesora de Sociología UGR
- José Luis Paniza Prados (coord.). Profesor de Sociología UGR

ISBN: 978-84-8004-906-1

NUESTRA REFERENCIA: FETU00048001

EDICIÓN: 1.ª, Septiembre 2009

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 596

PVP: 23,00 €

IBIC: JHBS-KNSG-1QSM

MATERIA: TURISMO

SUBMATERIA: SOCIOLOGÍA

COLECCIÓN: LIBRO TÉCNICO

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ÁREA DE CONOCIMIENTO: SOCIOLOGÍA

ÍNDICE: Presentación. Turismo, desarrollo y cohesión: la edición de un proyecto. -Primera Parte. Diversidad, Calidad y riesgo. -Segunda Parte. Cultura e imagen. -Tercera Parte. Organización del espacio turístico. -Cuarta Parte. Sostenibilidad y medio ambiente. -Quinta Parte. Formas alternativas del turismo: nuevos productos.

SINOPSIS: Esta publicación compila las aportaciones de expertos vinculados a las ciencias sociales y comprometidos con el análisis y estudio del turismo en la cuenca del mediterráneo, a lo largo de su historia, y en los albores del nuevo siglo. Este análisis científico se encuentra dividido en cinco grandes áreas temáticas: diversidad, calidad y riesgo; cultura e imagen; organización del espacio turístico; sostenibilidad y medio ambiente; y formas alternativas del turismo.

La primera sección tiene como principal objetivo de estudio la diversificación del producto turístico y sus nexos de unión con la calidad en el servicio que se presta al consumidor.

La segunda sección está orientada a reflexionar sobre la percepción que del hecho turístico tienen tanto la población visitante como la población receptora.

La sección tercera aborda los distintos modelos de planificación turística vinculados al espacio turístico desde un punto de vista teórico y práctico.

La cuarta sección analiza la "sostenibilidad y el medio ambiente", en el ámbito del turismo, en relación a sus vertientes económicas, social y ecológica.

Finalmente, la última sección muestra las nuevas fórmulas emergentes de actividad turística, además de las transformaciones que se están produciendo en el turismo de masas, relacionadas con una mayor individualización de la experiencia turística.