



Guía docente				
Datos Identificativos				2018/19
Asignatura (*)	Trabajo Fin de Máster	Código	615518025	
Titulación	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados			
Descriptorios				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Segundo	Obligatoria	12
Idioma	CastellanoGallego			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	EconomíaEconomía Aplicada 1Socioloxía e Ciencia Política da AdministraciónSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador/a	Rodríguez Rodríguez, María del Carmen	Correo electrónico	carmen.rodriguez2@udc.es	
Profesorado	Fernández Suárez, Mónica Belén García Docampo, Manuel Masso Lago, Matilde Otero Enriquez, Raimundo Pena Lopez, Jose Atilano Perez Carames, Antia Rodríguez Rodríguez, María del Carmen Rodríguez Teijeiro, Ariadna Sanchez Santos, Jose Manuel	Correo electrónico	belen.fernandez.suarez@udc.es manuel.garcia.docampo@udc.es m.massolago@udc.es raimundo.otero@udc.es atilano.pena@udc.es antia.perez@udc.es carmen.rodriguez2@udc.es ariadna.rodriguez@udc.es jose.manuel.sanchez@udc.es	
Web				
Descripción general	El Trabajo Fin de Máster (TFM) constituye la elaboración y defensa pública de un trabajo de investigación que suponga (y demuestre) la puesta en práctica de las competencias adquiridas por el alumnado a lo largo del Máster y que le capacitan para realizar las tareas profesionales a las que este título va dirigido.			

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A1	Dominar en un nivel de postgrado los conocimientos, las herramientas y los procedimientos de la investigación social y de mercados aplicándolos a la solución de problemas y necesidades
A2	Aplicar los procesos y protocolos de captación de información necesarios para observar y analizar de forma correcta y propia de un nivel avanzado el comportamiento de los usuarios o consumidores
A3	Ser capaz de diseñar un proceso de investigación de carácter empírico demostrando dominio en el uso de técnicas de investigación cuantitativa y/o cualitativa
A4	Ser capaz de discriminar la técnica de investigación adecuada al problema planteado
A5	Tener capacidad para identificar, en un nivel de postgrado, la relevancia de los distintos factores relacionados con los entornos sociales, los mercados y los consumidores que deben ser tenidos en cuenta en la investigación
A6	Análisis crítico de las sociedades de consumo actuales que permita conocer la estructuración y el significado social del consumo
A7	Ser capaz de justificar una adecuada segmentación y selección del público objetivo
A8	Tener capacidad para trabajar críticamente con fuentes de datos, metodologías y técnicas de investigación científica y herramientas informáticas propias de la investigación social y de mercados
A10	Ser capaz de redactar, presentar y defender documentos e informes de investigación social y de mercados
A11	Conocer, en un nivel avanzado, los mercados y los consumidores, apreciando la diversidad de sus enfoques
B1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
B2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
B3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios



B4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
B5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
B6	Ser capaz de buscar, gestionar, analizar y sintetizar la información, seleccionando aquella que resulta pertinente para la toma de decisiones
B7	Tener capacidad creativa, proactiva y emprendedora
B8	Ser capaz de integrar las NTICs (Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) en la tarea profesional y/o investigadora
B9	Tener capacidad de analizar críticamente tanto el trabajo propio como el de los compañeros
B10	Ser capaz de trabajar en equipo eficaz y eficientemente
B11	Ser capaz de asumir responsabilidades tanto individuales como colectivas en la tarea investigadora o profesional
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de Galicia
C3	Utilizar las herramientas básicas de las TIC necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida
C4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común
C5	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
C6	Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse
C7	Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida
C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título		
En el plano cognitivo: Integrar los conocimientos adquiridos para aplicarlos a la resolución de una investigación social o de mercados.	AM1	BM1	CM3
	AM2	BM2	CM4
	AM3	BM3	CM6
	AM4	BM5	CM7
	AM5	BM6	
	AM6	BM7	
	AM7	BM8	
	AM8	BM9	
	AM11	BM10	
		BM11	
En el plano subjetivo: Capacidad de presentar y defender los resultados del trabajo ante un público profesional.	AM8	BM3	CM1
	AM10	BM4	CM5
			CM8

Contenidos	
Tema	Subtema



<p>El trabajo consistirá en el estudio de cualquier ámbito de la investigación social o de mercados y estará dirigido, preferentemente, a la resolución de un problema real. Para su desarrollo existirán dos opciones: (i) La realización vinculada a una práctica desarrollada en el período de prácticas en empresas o instituciones; (ii) la realización independiente de dichas prácticas.</p> <p>En cualquier caso, la memoria debe realizarse aplicando el proceso de investigación científica y demostrar que se han adquirido las competencias del título.</p> <p>Solo se puede defender una vez superados los demás créditos de la titulación.</p>	<p>El TFM deberá mostrar los conocimientos y competencias adquiridas a lo largo del Máster.</p>
--	---

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Trabajos tutelados	A1 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 C1 C3 C4 C5 C6 C7 C8	0	237	237
Recensión bibliográfica	A1 A6 A8 A11 B1 B6 C6	0	50	50
Presentación oral	A10 B4 B6 B7 B8 B9 C1	1	2	3
Atención personalizada		10	0	10

(\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Redacción de un trabajo escrito aplicando los conocimientos adquiridos en el Máster. Para su desarrollo existirán dos opciones: (i) La realización vinculada a una práctica desarrollada en el período de prácticas en empresas o instituciones; (ii) la realización independiente de dichas prácticas.  Es un trabajo individual (supervisado por un/a tutor/a) que será defendido públicamente en una exposición oral frente a un tribunal.
Recensión bibliográfica	Lectura y síntesis de textos para la elaboración del TFM.
Presentación oral	Elaboración y exposición de una presentación oral para la defensa del TFM ante un tribunal.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados Presentación oral Recensión bibliográfica	El trabajo del alumnado será supervisado por un/a tutor/a. Éste se ocupará de orientar y resolver las dudas que el alumnado pueda tener en su realización.

Evaluación			
Metodologías	Competencias / Resultados	Descripción	Calificación



Trabajos tutelados	A1 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 C1 C3 C4 C5 C6 C7 C8	Redacción de un trabajo escrito aplicando los conocimientos adquiridos en el Máster. Para su desarrollo existirán dos opciones: (i) La realización vinculada a una práctica desarrollada en el período de prácticas en empresas o instituciones; (ii) la realización independiente de dichas prácticas. Es un trabajo individual (supervisado por un/a tutor/a) que será defendido públicamente en una exposición oral frente a un tribunal.	100
--------------------	---	--	-----

#### Observaciones evaluación

Para ser evaluado del TFM es necesario estar matriculado en éste, tener superados el resto de créditos del Máster y tener asignado un tema y un/a tutor/a.

#### Fuentes de información

Básica	
Complementaria	

#### Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Asignaturas que continúan el temario

Otros comentarios

(\*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías