



Guía Docente				
Datos Identificativos			2020/21	
Asignatura (*)	Traballo Fin de Mestrado		Código	615518025
Titulación	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados			
Descriptor				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Segundo	Obrigatoria	12
Idioma	CastelánGalego			
Modalidade docente	Híbrida			
Prerrequisitos				
Departamento	EconomíaEconomía Aplicada 1MatemáticasSocioloxía e Ciencia Política da AdministraciónSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación		Correo electrónico		
Profesorado	Calo Garcia, Estefania Costa Sanchez, Carmen Diz Reboredo, Carlos Fernández Casal, Rubén Garcia Docampo, Manuel Otero Enriquez, Raimundo Perez Carames, Antia Rodríguez Rodríguez, María del Carmen Rodríguez Teijeiro, Ariadna Santiago Gómez, Elvira Suárez Grimalt, Laura	Correo electrónico	estefania.calo@udc.es carmen.costa@udc.es carlos.diz@udc.es ruben.fcasal@udc.es manuel.garcia.docampo@udc.es raimundo.otero@udc.es antia.perez@udc.es carmen.rodriguez2@udc.es ariadna.rodriguez@udc.es elvira.santiago@udc.es laura.suarez.grimalt@udc.es	
Web	http://socioloxiaudc.azurewebsites.net/saisym/			
Descrición xeral	O Traballo Fin de Máster (TFM) constitúe a elaboración e defensa pública dun traballo de investigación que supoña (e demostre) a posta en práctica das competencias adquiridas polo alumnado ao longo do Máster e que lle capacitan para realizar as tarefas profesionais ás que este título vai dirixido.			



Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos Non se modifican os contidos. Pero como non en todos os casos pódese realizar un traballo de campo de forma presencial, se poderán desenvolver traballos de profundización teórica (reforzando os marcos teóricos dos traballos en curso, profundando na operativización dos conceptos...) e/ou nos que cobre importancia e potenciase o desenvolvemento do deseño metodolóxico (cando non sexa posible a súa aplicación a través do traballo de campo). 2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteñen Traballos tutelados. Mantéñense todas aquelas que poidan desenvolverse non presencialmente. *Metodoloxías docentes que se modifican Todos/as aqueles/as que non poidan facer presencialmente o seu traballo de campo, poden optar por realizalo de forma virtual, polos medios que consideren oportunos ou aos que teñan acceso (Whatsapp, Teams, Telegram, Skype ou por teléfono). 3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado A través do correo, Teams ou Moodle no horario de titorías que estableza cada profesor. 4. Modificacións na avaliación Segue sendo unha redacción dun traballo individual escrito aplicando os coñecementos adquiridos no Mestrado e supervisado por un/a titor/a, que será defendido publicamente nunha exposición oral fronte a un tribunal. Se as circunstancias non permiten facelas presenciais, a defensa pública e a revisión serán de forma non presencial a través de Teams. *Observacións de avaliación: Desenvolverase un Procedemento Extraordinario de TFM para ter en conta as novas circunstancias. Nel as modificacións centraranse en flexibilizar as solicitudes de cambios (necesarios polo novo contexto) e promover a adaptación á non presencialidade dos contidos, da metodoloxía, dos procedementos de entrega do TFM e da avaliación. Estes cambios son aplicables a todas as convocatorias. No caso de problemas de conexión, conectividade telemática ou de acceso ao ordenador o día da entrega ou celebración das probas de avaliación, buscaranse alternativas con estes/as estudantes con posibilidade de realizar esta/s proba/s en distintos horarios ou en distinta modalidade. 5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía Non hai.
----------------------	--

Competencias do título	
Código	Competencias do título
A1	Dominar nun nivel de postgrado os coñecementos, as ferramentas e os procedementos da investigación social e de mercados aplicándoos á solución de problemas e necesidades
A2	Aplicar os procesos e protocolos de captación de información necesarios para observar e analizar de forma correcta e propia dun nivel avanzado o comportamento dos usuarios ou consumidores
A3	Ser quen de deseñar un proceso de investigación de carácter empírico demostrando dominio no uso de técnicas de investigación cuantitativas e/ou cualitativas
A4	Ser quen de discriminar a técnica de investigación axeitada ao problema plantexado
A5	Ter capacidade para identificar, nun nivel de postgrado, a relevancia dos distintos factores relacionados cos contornos sociais, os mercados e os consumidores que deben ser tidos en conta na investigación
A6	Análisis crítico das sociedades de consumo actuais que permita coñecer a estruturación e o significado social do consumo



A7	Ser quen de xustificar unha axeitada segmentación e selección do público obxectivo
A8	Ter capacidade para traballar criticamente con fontes de datos, metodoloxías e técnicas de investigación científica e ferramentas informáticas propias da investigación social e de mercados
A10	Ser quen de redactar, presentar e defender documentos e informes de investigación social e de mercados
A11	Coñecer, nun nivel avanzado, os mercados e os consumidores, apreciando a diversidade dos seus enfoques
B1	Posuer e comprender coñecementos que aporten unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a cotío nun contexto de investigación
B2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (o multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo
B3	Que os estudantes sexan quen de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partires de unha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vencelladas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos
B4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüedades
B5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que haberá de ser en gran medida autodirixido ou autónomo
B6	Ser quen de buscar, xestionar, analizar e sintetizar a información, seleccionando aquela que resulta pertinente para a toma de decisións
B7	Ter capacidade creativa, proactiva e emprendedora
B8	Ser quen de integrar as NTICs (Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicacóns) na tarefa profesional e/ou investigadora
B9	Ter capacidade de analizar criticamente tanto o traballo propio como o dos compañeiros
B10	Ser quen de traballar en equipo eficaz e eficientemente
B11	Ser quen de asumir responsabilidades tanto individuais como colectivas na tarefa investigadora ou profesional
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, nas linguas oficiais da Comunidade Autónoma de Galicia
C3	Utilizar as ferramentas básicas das TIC necesarias para o exercicio da súa profesión e para o aprendizaxe ao longo da vida
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común
C5	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras
C6	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse
C7	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe		Competencias do título	
No plano cognitivo:		AM1	BM1 CM3
Integrar os coñecementos adquiridos para aplicalos á resolución dunha investigación social ou de mercados.		AM2	BM2 CM4
		AM3	BM3 CM6
		AM4	BM5 CM7
		AM5	BM6
		AM6	BM7
		AM7	BM8
		AM8	BM9
		AM11	BM10
			BM11
No plano subxectivo:		AM8	BM3 CM1
Capacidade de presentar e defender os resultados do traballo ante un público profesional.		AM10	BM4 CM5
			CM8

Contidos



Temas	Subtemas
O traballo consistirá no estudo de calquera ámbito da investigación social ou de mercados e estará dirixido, preferentemente, á resolución dun problema real. En calquera caso, a memoria debe realizarse aplicando o proceso de investigación científica e demostrar que se adquiriron as competencias do título. Só pódese defender unha vez superados os demais créditos da titulación.	O TFM deberá mostrar os coñecementos e competencias adquiridas ao longo do Máster.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Traballos 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
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado				

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	Redacción dun traballo escrito aplicando os coñecementos adquiridos no Máster. É un traballo individual (supervisado por un/a titor/a) que será defendido publicamente nunha exposición oral fronte a un tribunal.
Recensión bibliográfica	Lectura e síntese de textos para a elaboración do TFM.
Presentación oral	Elaboración e exposición dunha presentación oral para a defensa do TFM ante un tribunal.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados Presentación oral Recensión bibliográfica	O traballo do alumnado será supervisado por un/a titor/a. Este/a ocuparáse de orientar e resolver as dúbidas que o alumnado poida ter na súa realización.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Traballos 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 dun traballo escrito aplicando os coñecementos adquiridos no Máster. Para o seu desenvolvemento existirán dúas opcións: (i) A realización vinculada a unha práctica desenvolvida no período de prácticas en empresas ou institucións; (ii) a realización independente de ditas prácticas. É un traballo individual (supervisado por un/a titor/a) que será defendido publicamente nunha exposición oral fronte a un tribunal.	100



Observacións avaliación

Para ser avaliado do TFM é necesario estar matriculado neste, ter superados o resto de créditos do Máster e ter asignado un tema e un/a titor/a.

Fontes de información

Bibliografía básica

Bibliografía complementaria

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

(*)A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías