



Teaching Guide

Identifying Data				2023/24
Subject (*)	Master's Thesis	Code	615518025	
Study programme	Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Official Master's Degree	1st four-month period	Second	Obligatory	12
Language	SpanishGalician			
Teaching method	Hybrid			
Prerequisites				
Department	EconomíaEconomía Aplicada 1MatemáticasSocioloxía e Ciencia Política da AdministraciónSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador		E-mail		
Lecturers		E-mail		
Web	http://socioloxiaudc.azurewebsites.net/saisym/			
General description	O Tralado 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.			

Study programme competences

Code	Study programme competences
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 Comunicacións) na tarefa profesional e/ou investigadora



B9	Ter capacidade de analizar críticamente 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 críticamente 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

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences		
No plano cognitivo: Integrar os coñecementos adquiridos para aplicalos á resolución dunha investigación social ou de mercados.	AC1	BC1	CC3
	AC2	BC2	CC4
	AC3	BC3	CC6
	AC4	BC5	CC7
	AC5	BC6	
	AC6	BC7	
	AC7	BC8	
	AC8	BC9	
	AC11	BC10	
		BC11	
	No plano subxectivo: Capacidade de presentar e defender os resultados do traballo ante un público profesional.	AC8	BC3
AC10		BC4	CC5
			CC8

Contents	
Topic	Sub-topic
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.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Supervised projects	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



Critical bibliographical	A1 A6 A8 A11 B1 B6 C6	0	50	50
Oral presentation	A10 B4 B6 B7 B8 B9 C1	1	2	3
Personalized attention		10	0	10
(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.				

Methodologies	
Methodologies	Description
Supervised projects	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.
Critical bibliographical	Lectura e síntese de textos para a elaboración do TFM.
Oral presentation	Elaboración e exposición dunha presentación oral para a defensa do TFM ante un tribunal.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Supervised projects Oral presentation Critical bibliographical	O traballo do alumnado será supervisado por un/a titor/a. Este/a ocuparase de orientar e resolver as dúbidas que o alumnado poida ter na súa realización.

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Supervised projects	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

Assessment comments
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.

Sources of information	
Basic	
Complementary	

Recommendations
Subjects that it is recommended to have taken before
Subjects that are recommended to be taken simultaneously
Subjects that continue the syllabus
Other comments



(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.