

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

- 4279** *Resolución de 20 de abril de 2016, de la Universidad de A Coruña, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Galicia, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de Galicia para su implantación, y establecido el carácter oficial del título por Acuerdo de Consejo de Ministros de 25 de septiembre de 2015 (publicado en el «BOE» de 21 de octubre, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 2 de octubre de 2015),

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, resuelve:

Publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados por la Universidad de A Coruña, que se estructura según consta en el anexo.

A Coruña, 20 de abril de 2016.—El Rector, Julio E. Abalde Alonso.

ANEXO

Plan de estudios conducente a la obtención del título de Master Universitario en Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados por la Universidad de A Coruña

Estructura de las enseñanzas (Real Decreto 1393/2007, anexo I, apartado 5.1)

1. Rama de conocimiento a la que se adscribe el título: Ciencias Sociales y Jurídicas.
2. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia.

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatorias (OB)	48
Optativas (OP)	18
Prácticas externas (PE)	12
Trabajo fin de máster (TFM).	12
Créditos totales	90

De la oferta de créditos optativos el alumnado debe realizar y superar 6 ó 12 créditos del módulo 1, dependiendo de la titulación de procedencia, y realizar y superar 12 ó 6 créditos del módulo 4 y/o módulo 5, dependiendo de los créditos que tuviese que realizar del módulo 1, para que finalmente el número total de créditos optativos sea 18.

3. Contenido del plan de estudios.

Módulo	Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter	Organización temporal	Curso
Módulo 1. Créditos optativos teóricos. 1.º C.	Fundamentos Teóricos 1.	Sociología de los Mercados.	3	OP	1.º cuatrimestre.	1.º
		Cultura y Actividad Económica.	3	OP		
	Fundamentos Teóricos 2.	Nociones Básicas de Mercado.	3	OP		
Mercados y Competencia.		3	OP			
Módulo 2. Créditos obligatorios. 1.º C.	Diseño de la Investigación.	Investigación: Diseño y Proceso.	3	OB		
		Muestreo y Pruebas de Decisión Estadística.	3	OB		
		Construcción y Análisis de Indicadores Sociales e Índices.	3	OB		
		Fuentes de Datos y Bases de Datos.	3	OB		
Investigación Cuantitativa.	Investigación mediante Encuesta.	3	OB			
	Análisis Estadístico de Datos 1.	4,5	OB			
Análisis Estadístico de Datos 2.		4,5	OB			
	Módulo 3. Créditos obligatorios. 2.º C.	Investigación Cuantitativa.	9	OB	4.º cuatrimestre.	
Investigación Cualitativa.		Diseño Cualitativo.	4,5	OB		
		Análisis Cualitativo.	4,5	OB		
Taller de Análisis Cualitativo.	6	OB				
Módulo 4. Créditos optativos. 2.º C.	Seminarios 1.	Proyecciones de Población en Áreas Pequeñas.	3	OP		
		Neurociencias Aplicadas a la Investigación Social.	3	OP		
		Sistemas de Información Geográfica (GIS).	3	OP		
		Técnicas de Análisis Audiovisual (*).	3	OP		
		Análisis y Medición de Audiencias en el Entorno Digital (*).	3	OP		
Módulo 5. Créditos optativos. 3.º C.	Seminarios 2.	Comunicación Social y Organizacional y Análisis de Audiencias.	3	OP	1.º cuatrimestre.	2.º
		Análisis de las Redes Sociales como Generadoras de Valor.	3	OP		
		Herramientas Informáticas para el Análisis 1.	3	OP		
		Herramientas Informáticas para el Análisis 2.	3	OP		
Módulo 6. Créditos obligatorios. 3.º C.	Prácticas.	Prácticas externas.	12	PE		
	Trabajo fin de máster.	Trabajo fin de máster.	12	TFM		

(*) La asignatura «Técnicas de Análisis Audiovisual» se ofertó en el curso 2015/2016. A partir del curso 2016/2017 se ofertará la asignatura «Análisis y Medición de Audiencias en el Entorno Digital» en sustitución de la anterior.

4. Condiciones de terminación.

El alumnado deberá superar 90 créditos ECTS, distribuidos de acuerdo con lo que se indica en el punto 2, para obtener el título de Máster Universitario en Sociología Aplicada: Investigación Social y de Mercados.