

17-18

MÁSTER UNIVERSITARIO EN
INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA (PLAN
2016)

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



TFM - EL ESTUDIO PSICOSOCIAL DE LA CONDUCTA EMPRENDEDORA PLAN 2016

CÓDIGO 2220655-



Ámbito: GUJ - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección <https://sede.uned.es/valida/>



2B10E064031782E0A2645855CCFBD9F9

17-18

TFM - EL ESTUDIO PSICOSOCIAL DE LA
CONDUCTA EMPRENDEDORA PLAN 2016
CÓDIGO 2220655-

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA
ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA



Nombre de la asignatura	TFM - EL ESTUDIO PSICOSOCIAL DE LA CONDUCTA EMPRENDEDORA PLAN 2016
Código	2220655-
Curso académico	2017/2018
Títulos en que se imparte	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA (PLAN 2016)
Tipo	TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
Nº ETCS	25
Horas	625.0
Periodo	ANUAL
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

El emprendimiento es un fenómeno multinivel que se inicia a partir de creatividad humana, recursos financieros y capital tecnológico, promueve el descubrimiento y establecimiento de nuevas formas de organizar los procesos de producción y nuevas formas institucionales, y conduce al crecimiento empres y a la creación de nuevas empresas. Así, los emprendedores son personas creativas que generan un gran número de ideas potencialmente valiosas y que deben ser capaces de interpretar creativamente el entorno para identificar aquellas oportunidades relacionadas con su área de conocimiento, aunque no solo reconocen oportunidades y las explotan, sino que en muchas ocasiones las oportunidades surgen cuando el emprendedor las crea.

Ahora bien, la decisión de crear una empresa o, en su caso, dinamizarla, es -en última instancia- una decisión personal del empresario. Por ello, resulta esencial profundizar en los aspectos psicosociales que determinan esa decisión. Así, esta línea de investigación aborda el estudio de la conducta emprendedora desde el punto de vista y la metodología de la Psicología Social y de las Organizaciones. Desde este punto de vista es necesario contrastar de manera empírica las diversas teorías que se tienen acerca del proceso emprendedor y la creación de nuevas empresas, así como la conducta emprendedora dentro de la organización (Corporate Entrepreneurship).

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Es necesario ser capaz de leer artículos y publicaciones en inglés, y ser capaz de manejar al menos el programa de análisis de datos SPSS.

Se recomienda al estudiante cursar las siguientes asignaturas del master antes de realizar este TFM (total 25 ECTS):

1. Seminario sobre habilidades relacionadas con el proceso investigador (2 ECTS)
2. Diseños de Investigación Avanzados (2 ECTS)
- 3. Análisis de Datos y modelos estadísticos (6 ECTS)**
4. Perspectivas actuales en psicología de las organizaciones (5 ECTS)



5. Perspectiva psicosocial del liderazgo en las organizaciones (5 ECTS)

6. Psicología del emprendedor (5 ECTS)

Los 10 créditos restantes puede cubrirlos eligiendo dos cursos entre las asignaturas ofertadas en los itinerarios de Psicología de las Organizaciones o Psicología Social.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

JUAN ANTONIO MORIANO LEON
jamoriano@psi.uned.es
91398-8251
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
PSICOLOGÍA SOCIAL Y DE LAS ORGANIZACIONE

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

El número de alumnos admitido en el trabajo de investigación permite un seguimiento constante de sus progresos a través tanto del curso virtual, correo electrónico, teléfono o tutoría presencial, teniendo en cuenta los horarios de atención al alumno y direcciones que se especifican a continuación.

Horarios de atención:

Juan Antonio Moriano

Miércoles de 10:00 a 16:00 horas.

Teléfono: 91 398 8251

Correo electrónico: jamoriano@psi.uned.es

Dirección postal

Facultad de Psicología

Departamento de Psicología Social y de las Organizaciones

Despacho número 1.53

C/ Juan del Rosal, 10. 28040 Madrid

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al terminar este trabajo de investigación el alumno/a ha de ser capaz de:

1. Localizar la literatura relevante para el tema que desee investigar.
2. Diseñar una investigación con los requisitos metodológicos adecuados.
3. Analizar los resultados de la investigación.
4. Redactar un informe de investigación correctamente, siguiendo la normativa APA.
5. Presentar y defender sus resultados en público.

Todos estos son requisitos imprescindibles para que, con posterioridad, los alumnos/as que lo deseen puedan llevar a cabo su tesis doctoral.

En el ámbito de los contenidos específicos del curso el alumno/a ha de ser capaz de manejar



la literatura psicosocial relevante y conocer las diferentes teorías e investigaciones sobre el estudio psicosocial de la conducta emprendedora.

CONTENIDOS

METODOLOGÍA

El trabajo de investigación de fin de master consta de 25 ECTS. Lo que se traslada a un total de 625 horas de trabajo del estudiante. Son necesarias al menos una sesión presencial de trabajo con el profesor al principio de la investigación y otra en la fase de análisis de los resultados.

De manera aproximada las actividades a realizar necesitan las siguientes horas:

100 h. Revisión y búsqueda de la literatura relevante para la investigación.

100 h. Diseño de la investigación y elaboración, si procede, de los instrumentos necesarios (entrevistas, cuestionarios, hojas de datos, etc.).

100 h. Aplicación de cuestionarios o realización de experimentos.

150 h. Codificación y análisis estadístico de los datos.

150 h. Elaboración del informe de investigación.

25 h. Preparación de la presentación y defensa oral de la investigación.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788436254938

Título:PSYCHOLOGY OF ENTREPRENEURSHIP. RESEARCH AND EDUCATION

Autor/es:Gorgievski, Marjjan ; Moriano León, Juan Antonio ;

Editorial:U.N.E.D.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

El estudiante ha de ser capaz de obtener, según sus intereses de investigación, la bibliografía complementaria necesaria (artículos científicos y libros).

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

El estudiante tendrá acceso al curso virtual así como a la base de datos de la biblioteca.



IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no hayan sido sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.

