

23-24

MÁSTER UNIVERSITARIO EN
INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA (PLAN
2016)

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



TFM - EL ESTUDIO PSICOSOCIAL DE LA CONDUCTA EMPRENDEDORA PLAN 2016

CÓDIGO 2220655-

Ambito: GUI - 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/>



B01423357A099E74CF62469100D09B0E

uned

23-24

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

Ámbito: GUI - 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/>



B01423357A099E74CF62469100D09B0E

Nombre de la asignatura	TFM - EL ESTUDIO PSICOSOCIAL DE LA CONDUCTA EMPRENDEDORA PLAN 2016
Código	2220655-
Curso académico	2023/2024
Título en que se imparte	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA (PLAN 2016)
Tipo	
Nº ETCS	0
Horas	0.0
Periodo	SEMESTRE
Idiomas en que se imparte	

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 empresarial 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 emprendedor. 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*).

Este trabajo de investigación forma parte de los ofertados en el Máster de Investigación en Psicología, itinerario de Psicología de las Organizaciones y en él se abordan aspectos importantes y relevantes dentro de la investigación actual sobre Psicología del Emprendimiento desde una perspectiva psicosocial.

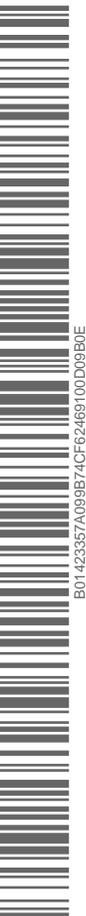
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

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 Máster antes de realizar este TFM (total 25 ECTS):

1. Seminario sobre habilidades relacionadas con el proceso investigador (2 ECTS)

Ámbito: GUI - 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/>



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	JUAN ANTONIO MORIANO LEON (Coordinador de asignatura)
Correo Electrónico	jamoriano@psi.uned.es
Teléfono	91398-8251
Facultad	FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Departamento	PSICOLOGÍA SOCIAL Y DE LAS ORGANIZACIONES

Nombre y Apellidos	ANA LAGUIA GONZALEZ
Correo Electrónico	aglaguia@psi.uned.es
Teléfono	91398-6287
Facultad	FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Departamento	PSICOLOGÍA SOCIAL Y DE LAS ORGANIZACIONES

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

Despacho 1.53

Ana Laguía

Martes de 10:00 a 14:00 horas.

Teléfono: 91 398 6287

Correo electrónico: aglaguia@psi.uned.es

Despacho 1.19

Dirección postal

Facultad de Psicología

Departamento de Psicología Social y de las Organizaciones

C/ Juan del Rosal, 10. 28040 Madrid

Ámbito: GUI - 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/>



B01423357A099E74CF62469100D09B0E

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

COMPETENCIAS GENERALES

CGT1 - Desarrollar el razonamiento crítico y la capacidad para realizar análisis y síntesis de la información disponible.

CGT4 - Preparar los datos para el análisis (desenvolverse en la relación entre bases de datos y análisis estadístico).

CGT5 - Definir, medir y describir variables (personalidad, aptitudes, actitudes, etc.).

CGT6 - Planificar una investigación identificando problemas y necesidades, y ejecutar cada uno de sus pasos (diseño, medida, proceso de datos, análisis de datos, modelado, informe).

CGT7 - Analizar datos identificando diferencias y relaciones. Esto implica conocer las diferentes herramientas de análisis así como su utilidad y aplicabilidad en cada contexto.

CGT8 - Obtener información de forma efectiva a partir de libros, revistas especializadas y otras fuentes.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE3 - Llegar a ser capaz de trasladar los conocimientos adquiridos en la investigación a contextos profesionales.

CE4 - Desarrollar habilidades para evaluar la investigación proyectada por otros profesionales.

CE6 - Saber realizar una investigación válida y fiable en el ámbito de la línea de investigación.

CE7 - Saber interpretar los resultados obtenidos en la investigación.

CE8 - Saber redactar un informe científico en el ámbito de la línea de investigación.

CE9 - Saber exponer y defender los resultados obtenidos en la investigación.

CE10 - Aprender a diseñar una investigación relevante en el área de la línea de investigación.

CE11 - Adquirir habilidades para el inicio y desarrollo de la tesis doctoral.

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

Revisión literatura sobre emprendimiento

Se proporcionarán artículos que sirvan de guía para la realización del TFM dentro del campo de estudio psicosocial de la conducta emprendedora.

Realización de un estudio empírico

Se deberá realizar un estudio empírico aplicando un cuestionario de investigación a una muestra suficiente de personas emprendedoras o intraempreendedoras.

METODOLOGÍA

El trabajo de investigación de fin de máster consta de 25 ECTS. Lo que se traslada a un total de 625 horas de trabajo del estudiante. Son necesarias al menos dos sesiones presenciales de trabajo con el equipo docente: la primera, al principio de la investigación; y la segunda, en la fase de análisis de los resultados.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

TIPO DE PRIMERA PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen No hay prueba presencial

TIPO DE SEGUNDA PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen2 No hay prueba presencial

CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA PRESENCIAL Y/O LOS TRABAJOS

Requiere Presencialidad Si

Descripción

Defensa del TFM

Criterios de evaluación

Ponderación de la prueba presencial y/o los trabajos en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC? No

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación de la PEC en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Ámbito: GUI - 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/>



B01423357A099E74CF62469100D09B0E

Comentarios y observaciones

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s? No

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

La calificación se obtiene a partir de la nota proporcionado por el tutor y la obtenida en la presentación del TFM.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788436254938

Título:PSYCHOLOGY OF ENTREPRENEURSHIP. RESEARCH AND EDUCATION

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

Editorial:U.N.E.D.

La realización del TFM requiere consultar artículos científicos e informes sobre las diferentes variables psicosociales que se relacionan con la creación y gestión de una nueva empresa.

Algunos de estos artículos son los siguientes:

Laguía, A. y Moriano, J. A. (2021). Perceived representation of entrepreneurship in the mass media and entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17, 401–421. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00609-1>

Laguía, A., García-Ael, C., Wach, D. y Moriano, J. A. (2019). "Think entrepreneur-think male": A task and relationship scale to measure gender stereotypes in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(3), 749–772.

<https://doi.org/10.1007/s11365-018-0553-0>

Fayolle, A., Liñán, F. y Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: Values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 679–689.

Gorgievski, M., Moriano, J. A. y Bakker, A. (2014). Relating work engagement and workaholism to entrepreneurial performance. *Journal of Managerial Psychology*, 29(2), 106–121.

Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U. y Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162–185. <https://doi.org/10.1177/0894845310384481>

Ámbito: GUI - 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/>



B01423357A099E74CF62469100D09B0E

Moriano, J. A., Topa, G., Molero, F., Entenza, A. M. y Lévy, J. P. (2012). Autoeficacia para el liderazgo emprendedor. Adaptación y validación de la escala CESE en España. *Anales de Psicología*, 28, 171–179.

Moriano, J. A., Molero, F., Topa, G. y Lévy, J. P. (2011). The influence of transformational leadership and organizational identification on intrapreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10, 103–119. <https://doi.org/10.1007/s11365-011-0196-x>

Moriano, J. A., Topa, G., Valero, E. y Lévy, J.P. (2009). Identificación Organizacional y Conducta “Intraemprendedora”. *Anales de Psicología*, 25(2), 277–287.

Moriano, J. A., Palací, F. J. y Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 75–100.

Moriano, J. A., Palací, F. J. y Morales, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones* 22(1), 75–100.

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 se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.

Ámbito: GUI - 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/>



B01423357A099E74CF62469100D09B0E