

## **GUÍA DOCENTE TRABAJO FIN DE MÁSTER**

---

Curso académico 2019-2020

## 1. DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA ASIGNATURA

<b>Título/s</b>	<b>Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)</b>	
<b>Centro</b>	<b>Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales</b>	
<b>Módulo / materia</b>	<b>Trabajo Fin de Máster</b>	
<b>Código y denominación</b>	<b>M240</b>	<b>Trabajo Fin de Máster</b>
<b>Créditos ECTS</b>	<b>6</b>	
<b>Tipo</b>	<b>Obligatorio</b>	
<b>Curso / Cuatrimestre</b>		<b>Anual</b>
<b>Web</b>	<b><a href="http://web.unican.es/centros/economicas/masteres-oficiales/trabajos-fin-de-master">http://web.unican.es/centros/economicas/masteres-oficiales/trabajos-fin-de-master</a></b>	
<b>Idioma de impartición</b>	<b>Español</b>	

<b>Coordinador</b>	<b>Héctor San Martín Gutiérrez</b>
<b>Contacto</b>	<b>942 20 09 57</b>
<b>E-mail</b>	<b>smartinh@unican.es</b>

<b>Reglamento de TFG/TFM del Centro (dirección web)</b>	<b><a href="http://web.unican.es/centros/economicas/Documents/NORMATIVA%20TFM%20-%20Versi%C3%B3n%20modificada%2004102016.pdf">http://web.unican.es/centros/economicas/Documents/NORMATIVA%20TFM%20-%20Versi%C3%B3n%20modificada%2004102016.pdf</a></b>
---	--

## 2. PRERREQUISITOS

Para poder matricularse del Trabajo Fin de Máster es necesario que el estudiante se matricule de todas las asignaturas que le queden pendientes para completar la titulación. Para poder presentarlo y defenderlo, hay que tener aprobadas todas las asignaturas de la titulación, incluidos los complementos de formación y las prácticas en empresas.

## 3. COMPETENCIA GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS DEL PLAN DE ESTUDIOS TRABAJADAS EN LA ASIGNATURA

### Competencias genéricas

CG1	Capacidad de análisis y síntesis. Consiste en adquirir aptitudes para distinguir y separar las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos. Conlleva pensar al detalle, con precisión y de forma resumida o sintética, a efectos de identificar la información relevante en el proceso de toma de decisiones empresarial, orientando su resultado a la propuesta concreta de estrategias y programas de acción comerciales.
CG2	Capacidad de organización y planificación. Consiste en adquirir aptitudes para observar, evaluar y plantear propuestas en el ámbito comercial de una empresa para establecer pautas de organización y planificar actuaciones futuras de acuerdo con unos criterios preestablecidos.
CG3	Capacidad para resolución de problemas. Se entiende por tal, la identificación, análisis y definición de los elementos significativos que constituyen un problema o aspecto a mejorar en el contexto comercial de una empresa para resolverlo con criterio y de forma efectiva.
CG5	Capacidad para trabajar en equipo. El alumno deberá saber integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas mucho más allá de los logros de carácter individual, pensando de forma global por el bien de la organización a la que pertenece.
CG6	Comunicación oral y escrita. Consiste en la aptitud para saber transmitir eficazmente a la audiencia lo que se desea. El estudiante deberá ser capaz de elaborar y redactar informes de asesoramiento y proyectos técnicos aplicables a la realidad de la empresa, además de adquirir cualidades para conseguir una exposición oral adecuada.
CG8	Compromiso ético en el trabajo. Competencia que hace alusión a la búsqueda del bien moral de uno mismo y/o de la empresa y organización en la que desempeña su actividad laboral.
CG9	Iniciativa y espíritu emprendedor. Capacidad consistente en poseer el impulso suficiente para plantear iniciativas y poner en marcha proyectos de carácter empresarial.
CG10	Capacidad de adaptación al entorno. Competencia referida a la capacidad para afrontar situaciones críticas del entorno, tanto en el interno de la empresa como en el externo vinculado al mercado, clientes y competencia, manteniendo el equilibrio físico y emocional que le permite a la persona actuar con eficacia.
CG11	Capacidad para asesorar en aspectos técnico-organizativos. Competencia referida a la capacidad para ofrecer asesoramiento a directivos de empresas y organizaciones en todo aquello que sea de utilidad para conseguir los logros de la empresa y mejorar su competitividad

<b>Competencias específicas</b>	
CE2	Capacidad para diseñar la estrategia de producto de una empresa. Habilidades para desarrollar una oferta de valor para los clientes de la empresa, así como una estrategia de marca coherente con los objetivos y el posicionamiento de la empresa.
CE4	Capacidad para desarrollar estrategias de precios de una empresa. Competencia vinculada con la capacidad de formular estrategias de precios según el posicionamiento deseado de la empresa, la sensibilidad de sus clientes o la situación competitiva, entre otros aspectos.
CE5	Capacidad para organizar los canales de distribución de una empresa. Habilidad para diseñar y gestionar los diferentes canales a través de los que la empresa puede comercializar sus productos y entre los que destaca la distribución online.
CE6	Capacidad para coordinar la política de comunicación empresarial. Capacidad para planificar e implementar, de acuerdo con los objetivos de la empresa, las diferentes técnicas de comunicación personal e impersonal a disposición de las organizaciones.
<b>Resultados de aprendizaje de la asignatura</b>	
	Aplicar los conocimientos y competencias, adquiridas durante su periodo de formación en el plan de estudios del máster, a la realización de un trabajo académico que podrá tener carácter profesional o investigador dependiendo del perfil elegido por el estudiante.
	Elaborar un trabajo académico original e inédito, de nivel máster, a título individual. Asimismo, sintetizarlo en una memoria escrita, exponerlo y defenderlo públicamente ante un tribunal formado por profesores/as de la titulación.
	Aplicar la capacidad de organización y planificación en la concepción y desarrollo del Trabajo Fin de Máster.
	Demostrar la capacidad de resolver problemas mostrando iniciativa, capacidad de análisis y síntesis, capacidad de decisión y razonamiento crítico.
	Demostrar originalidad y creatividad en el planteamiento, desarrollo y solución de la temática del Trabajo Fin de Máster.
	Trasmitir, exponer y debatir sobre cuestiones relacionadas con su Trabajo Fin de Máster y las materias cursadas en el Máster.
	Aprender a comprender y respetar los criterios éticos y legales involucrados en la realización del Trabajo Fin de Máster, evitando el plagio o cualquier otro uso ilícito de contenidos.

#### 4. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

El objetivo del Trabajo Fin de Máster es que el estudiante demuestre su capacidad para realizar, presentar y defender un trabajo original, inédito y realizado individualmente, consistente en un trabajo relacionado con los contenidos del plan de estudios y en el que se sintetizen las competencias adquiridas en la titulación.

<b>5. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DOCENTES</b>	
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>HORAS DE LA ASIGNATURA</b>
<b>ACTIVIDADES PRESENCIALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Seminarios y tutorías, sesiones de laboratorio, etc. realizados con el Director del Trabajo</li> </ul>	18
<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación y defensa del TFM</li> </ul>	1
<b>Total actividades presenciales</b>	<b>19</b>
<b>ACTIVIDADES NO PRESENCIALES</b>	
Trabajo Autónomo: <ul style="list-style-type: none"> <li>Búsqueda y estudio de documentación, trabajo autónomo de laboratorio o de campo, etc.</li> <li>Desarrollo del trabajo</li> <li>Escritura de la memoria y preparación de la presentación</li> </ul>	131
<b>Total actividades no presenciales</b>	<b>131</b>
<b>HORAS TOTALES</b>	<b>150</b>

## 6. ORGANIZACIÓN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Organización de la oferta y asignación de Trabajos Fin de Grado

Una vez iniciado el curso académico, el Coordinador de la titulación hará pública la oferta de líneas temáticas a las que se podrán adscribir los estudiantes. Cada una de las líneas temáticas tendrá asignado un profesor/a de la titulación, que actuará como Director/a del Trabajo Fin de Máster (TFM). El estudiante podrá elegir una o varias líneas temáticas de entre las ofertadas y establecerá un orden de preferencia para las mismas. Así, el Coordinador de la titulación, de acuerdo con el expediente académico y las preferencias indicadas por los estudiantes, les asignará una línea temática para realizar su TFM. Asimismo, los estudiantes que estén interesados en realizar el TFM en una temática específica distinta de las ofertadas podrán proponerlo al Coordinador del Máster, quien valorará su adecuación al plan de estudios y a las competencias de la titulación. Asimismo, se analizará la disponibilidad de un profesor/a del Máster que esté capacitado para dirigir dicho TFM.

### Temporización: convocatorias, fechas de entrega y defensa de cada convocatoria

Fases	Fechas de cumplimentación
Asignación del TFM	Enero
Presentación de la memoria	La memoria se presentará con una antelación mínima de 7 días naturales a la fecha propuesta para el acto de defensa del Trabajo Fin de Máster.
Convocatorias de defensa del TFM	El estudiante de nuevo ingreso tendrá derecho a una única convocatoria por curso académico, siendo ésta en junio/julio u septiembre/octubre. El estudiante de cursos anteriores tendrá derecho a una única convocatoria por curso académico, siendo en enero/febrero, junio/julio u septiembre/octubre.

### ¿En qué consiste el TFG/TFM? (descripción de la memoria y del material necesario para realizar su defensa pública)

El Trabajo Fin de Máster consistirá en la realización, presentación y defensa de un trabajo original, inédito y realizado individualmente. En particular, podrá elegirse una de las siguientes opciones:

- Desarrollo de un plan de marketing para una empresa nueva (o ya existente), con contenidos tanto de marketing estratégico como operativo.
- Realización de una investigación de mercados, abordando el diseño metodológico, el análisis de datos, así como la propuesta de acciones de marketing.
- Diseño de un plan de comunicación para una empresa, destacando el análisis de la situación de partida, los elementos de la estrategia, así como las acciones de comunicación.
- Otros trabajos: estudio en profundidad de un fenómeno de marketing, análisis conceptual y empírico de casos de éxito en un determinado contexto, etc. Se requiere justificar el interés y la actualidad de la temática, así como realizar una revisión exhaustiva de estudios previos para definir de forma precisa las variables a tratar en el campo de estudio.

Parala defensa pública del TFM, el estudiante dispondrá de un ordenador y un proyector, que podrá utilizar para apoyar la exposición con diapositivas en formato electrónico.

### Observaciones

## 7. MÉTODOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### Composición del tribunal encargado de juzgarla

El tribunal encargado de evaluar el Trabajo Fin de Máster estará formado por tres profesores de la titulación. En el caso de los Trabajos con enfoque investigador, todos los miembros del tribunal tienen que poseer el grado académico de Doctor.

### Descripción del acto de defensa

El acto de defensa consistirá en la exposición por parte del estudiante del trabajo realizado, durante un tiempo de entre 15 y 20 minutos. Posteriormente el Presidente del Tribunal abrirá un turno para que los miembros del tribunal puedan formular las preguntas y hacer los comentarios sobre el trabajo que consideren oportunos.

De manera excepcional se podrá aprobar, previa petición formal y motivada del estudiante a la Comisión Académica del Título, y siempre que existan condiciones técnicas, administrativas y económicas que lo permitan, que la defensa se produzca a distancia de forma virtual o por otro medio que garantice la defensa pública del TFM.

En la modalidad a distancia será necesario que la Comisión Académica, el director/a del TFM y el tribunal tomen las medidas necesarias y oportunas para garantizar la identidad del estudiante y evitar así su suplantación.

### Criterios de valoración

Criterios	Ponderación
Contenido (profundidad en la que se aborda los temas que se tratan, complejidad en el análisis que de éstos se hacen o su relevancia y originalidad ...)	60 %
Forma (organización de los contenidos, estructura, redacción, presentación del trabajo escrito, citas ...)	20 %
Presentación y defensa (calidad y pertinencia de la exposición y respuestas a las preguntas planteadas)	20 %

### Observaciones

--

## 8. COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS EN INGLÉS

### Competencias lingüísticas en inglés

Comprensión escrita	<input type="checkbox"/>
Comprensión oral	<input type="checkbox"/>
Expresión escrita	<input type="checkbox"/>

Expresión oral	<input type="checkbox"/>
Asignatura íntegramente en inglés	<input type="checkbox"/>
Observaciones	