

Curso Académico: (2017 / 2018)

Fecha de revisión: 23-10-2017

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: ESTEBAN BRAVO, MERCEDES

Tipo: Trabajo Fin de Máster Créditos ECTS : 6.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 0

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Haber superado 24 ECTS del programa.

OBJETIVOS**Competencias:**

Las competencias generales asociadas a esta materia son la CG4 (Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en la(s) lengua(s) utilizadas a lo largo del proceso formativo), CG5 (Capacidad de aprendizaje autónomo), CG6 (Habilidad para buscar y analizar información proveniente de diversas fuentes), CG7 (Capacidad para el análisis crítico y la síntesis), CG16 (Razonamiento crítico y autocrítico), CG18 (Habilidad para trabajar de forma autónoma), CG20 (Creatividad o habilidad para generar nuevas ideas), CG21 (Eficacia en la gestión del tiempo y la presión); y las competencias específicas son CE3 (Conocer y aplicar las teorías fundamentales de marketing estratégico y operativo, y su aplicación a la dirección comercial bajo diversos enfoques filosóficos enfatizando la orientación al mercado).

Resultados de aprendizaje:**CONOCIMIENTOS:**

- ¿ El alumno debe estar familiarizado con el análisis de escenarios reales similares a los que afrontan los especialistas en marketing en su actividad habitual.
- ¿ El alumno deberá reunir y sintetizar toda la información relevante que le permita realizar un diagnóstico de una situación planteada. Para ello hará uso de la literatura académica y/o desarrollará proyectos de investigación de mercados.
- ¿ Evaluación de los efectos de una determinada decisión de marketing. El alumno será capaz de tomar decisiones estratégicas y operativas óptimas para afrontar el problema. A partir de dicho diagnóstico el alumno deberá ser capaz de hacer propuestas y aportar nuevas soluciones a problemas de marketing ya existentes.
- ¿ El alumno conocerá la forma de enfocar los problemas planteados en el ámbito de la investigación académica y/o profesional.

DESTREZAS:

- ¿ Buscar, seleccionar y procesar la información necesaria para abordar un asunto de interés. El alumno podrá sintetizar la información de diagnóstico y sabrá descartar la información redundante o irrelevante para la toma de decisiones.
- ¿ Ser consciente de la realidad económica y empresarial, percatándose de las oportunidades que se ofrecen en un entorno económico, evaluando los riesgos asociados a las distintas decisiones
- ¿ Estar en disposición para aportar ideas, hacer sugerencias y tomar decisiones para la solución de problemas de marketing.

ACTITUDES:

- ¿ Adquirir un comportamiento ético en la dirección de marketing
- ¿ Capacidad para defender sus puntos de vista.
- ¿ Adoptar una actitud positiva para resolver situaciones de marketing desfavorables Ser emprendedor para acometer nuevos retos.
- ¿ Motivar, demostrar y defender sus planteamientos.

- ¿ Desarrollar un espíritu de colaboración e inclinación a compartir ideas y resultados
- ¿ Fomentar la capacidad de búsqueda de nuevas oportunidades empresariales.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

La tesis es la culminación de estudios de postgrado. Los estudiantes formados en el máster deben demostrar los conocimientos, habilidades y competencias adquiridas durante sus estudios a través de un trabajo de tesis original sobre los problemas específicos de marketing y estudios de mercado.

Los alumnos deben realizar un trabajo individual para demostrar el conocimiento y las habilidades adquiridas en sus estudios mediante la resolución de problemas específicos de áreas de marketing en un entorno empresarial.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

Los estudiantes tendrán 2 sesiones de grupo sobre cómo desarrollar y escribir una tesis final de master. La primera sesión proporcionará las instrucciones generales; y la segunda sesión será sobre la forma de abordar el proyecto. A cada estudiante se le asignará un tutor, el cual le proporcionará al estudiante el asesoramiento adecuado sobre la tesis. El tutor proporcionará una orientación general en las reuniones semanales, y ayudará a los estudiantes a refinar su tema y desarrollar su argumento. Las tutorías serán reuniones semanales de 1 hora durante el período de las tutorías. Las reuniones se organizarán sesiones individuales o como reuniones de grupo.

Una vez recibida una primera orientación, los estudiantes deberán de desarrollar su trabajo individualmente.

Fechas de seguimiento:

1. Penúltima semana del tercer semi-cuatrimestre: fecha límite para que los alumnos envíen 2 propuestas de trabajo de fin de master.
2. Última semana del tercer semi-cuatrimestre: el tutor es asignado a cada estudiante.
3. Primera semana del 4to semi-cuatrimestre: Inicio de la supervisión a través de tutorías semanales durante 6 semanas.
4. Tercera semana del 4to semi-cuatrimestre: fecha límite para que los alumnos envíen un documento con las líneas generales de su proyecto.
5. Cuarta semana del 4to semi-cuatrimestre: tutores evalúan la evolución y viabilidad del proyecto de acuerdo al documento enviado por los estudiantes.
6. Fin del 4to semi-cuatrimestre: principios de junio.
7. Primera semana de julio: fecha límite para que los alumnos envíen el trabajo final.
8. Mediados de julio: Defensa de las tesis.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La tesis del Máster es evaluada por un panel de especialistas en la defensa de la tesis Oral (100% de la nota), de acuerdo con los cuatro objetivos centrales de aprendizaje son:

Conocimiento:

- 1.1. El conocimiento de las disciplinas de marketing: los graduados demostrarán su competencia general en todas las áreas funcionales de marketing.
- 1.2. El conocimiento de las disciplinas instrumentales: Los graduados serán capaces de demostrar competencia en disciplinas complementarias que proporcionan instrumentos útiles para gestores en áreas de marketing.
2. Habilidades interpersonales:
 - 2.1. Habilidades de comunicación oral: Los graduados serán capaces de expresarse con claridad y defender sus ideas en el mundo de los negocios.
 - 2.2. Habilidades de comunicación escrita: Los graduados serán capaces de escribir y argumentar sus ideas de manera efectiva en el entorno empresarial.
3. Análisis conceptual:
 - 3.1. Recoger y analizar información relevante: Los graduados serán capaces de encontrar, el procesamiento y también resumen la información.

3.2. Uso del conocimiento para resolver problemas prácticos. Los graduados serán capaces de analizar críticamente la información, integrarla con su conocimiento para resolver problemas prácticos y formular las decisiones apropiadas.

RECURSOS ELECTRÓNICOS BÁSICOS

- Library Universidad Carlos III de Madrid . TFM resources: <http://uc3m.libguides.com/TFM>