Trabajo Fin de Master

Curso Académico: (2019 / 2020) **Fecha de revisión: 05-05-2020**

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. Pare 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 primersa 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 envían 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 envían 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.

La Universidad utiliza el programa Turnitin Feedback Studio dentro de Aula Global para la entrega de los trabajos de los estudiantes. Este programa compara la originalidad del trabajo entregado por cada estudiante con millones de recursos electrónicos y detecta aquellas partes del texto copiadas y pegadas. Si el estudiante ha realizado correctamente la cita y la referencia bibliográfíca de los documentos que utilice como fuente, Turnitin no lo marcará como plagio.

RECURSOS ELECTRÓNICOS BÁSICOS

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