



## GUÍA DOCENTE 2024-2025

### DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Trabajo Fin de Máster		
PLAN ESTUDIOS:	DE	Máster Universitario en Dirección de Marketing	
FACULTAD:	Centro de Posgrado		
CARÁCTER ASIGNATURA:	DE	LA	Obligatoria
ECTS:	10 ECTS		
CURSO:	Segundo		
SEMESTRE:	Primero		
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	EN	QUE	SE Castellano
PROFESORADO:	Msc. Daniela Torrico Villarroel		
DIRECCIÓN ELECTRÓNICA:	DE	CORREO	<a href="mailto:daniela.torrico@uneatlantico.es">daniela.torrico@uneatlantico.es</a>

### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

<b>REQUISITOS PREVIOS:</b>
Los requisitos previos que rigen para esta materia son los que se establecen en el Reglamento de Trabajo de Fin de Máster de la Universidad Europea del Atlántico.
<b>CONTENIDOS:</b>

El alumno deberá elaborar un trabajo de integración de los conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo de los estudios de máster sobre un aspecto relevante del campo del máster.

El trabajo se recogerá en una memoria escrita y tendrá una orientación fundamentalmente aplicada y práctica. No obstante, además del carácter práctico, el trabajo también deberá incluir una revisión detallada del estado de la cuestión, los conceptos y los fundamentos teóricos relacionados con el tema seleccionado. Además, en la medida de lo posible, el trabajo práctico se basará en la experiencia práctica del alumno obtenida en las prácticas del programa.

A cada alumno se le asignará un tutor en función de la naturaleza del trabajo que desee realizar.

En las sesiones de tutorías en el foro y por videoconferencia se abordarán los siguientes contenidos: Contenido y características formales de un trabajo académico; tratamiento y comunicación de la información; comparación y evaluación de la información (índices de calidad); normativa y herramientas para la elaboración de la bibliografía del TFM; la defensa oral: contenido y características formales.

La evaluación del Trabajo Final de Máster se llevará a cabo de la siguiente manera:

- Proceso de elaboración: 20% de la calificación final.
- Trabajo entregado: 60% de la calificación final.
- Defensa oral: 20% de la calificación final.

Por último, el alumno tendrá que realizar una presentación oral y defensa pública de su Trabajo de Fin de Máster.

## COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

CG1 - Evaluar y analizar teorías y resultados sobre cuestiones relacionadas con el ámbito de Marketing.

CG2- Analizar situaciones y resolver problemas en relación con aspectos relacionados con el Marketing.

CG3- Organizar y aplicar herramientas básicas para la investigación en el ámbito del Marketing.

CG4- Gestionar proyectos y resolver cuestiones relativas al ámbito del Marketing.

CG5- Mostrar preocupación y motivación por garantizar la calidad de los resultados en los diferentes ámbitos de decisión del Marketing (determinación de estrategias, investigación de mercados, lanzamiento de productos, etc.) mediante revisiones rigurosas, establecimiento de controles del trabajo y su evaluación.

CG6- Trabajar de forma individual y en equipo en los diferentes aspectos involucrados con el ámbito del Marketing, desde la planificación de la investigación, análisis de resultados y propuesta estratégica.

CG7- Asumir el compromiso ético en todas las decisiones relativas al ejercicio de la profesión en el ámbito del Marketing.

CG8- Razonar críticamente sobre cuestiones relacionadas con el ámbito del Marketing.

CG9- Gestionar información especializada en relación con el ámbito del Marketing.

CG10- Utilizar y aplicar las tecnologías de la información y la comunicación como fuente de información, gestión de datos en el ámbito académico y profesional del campo del Marketing.

CG11- Desarrollar un trabajo de forma crítica y reflexiva en todas las actividades de aplicación del Marketing.

### **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:**

Que los estudiantes sean capaces de:

CE1 Diseñar un proyecto de marketing respetando sus fases de planificación, dirección y ejecución.

CE2 Aplicar eficazmente estilos de liderazgo y dirección para su ejercicio en el ámbito empresarial.

CE3 Explicar la importancia del trabajo en equipo para el logro de resultados empresariales y aplicar técnicas enfocadas a una dirección eficiente de equipo.

CE4 Adquirir habilidades y desarrollar técnicas para la resolución de diferentes situaciones de conflictos en el ámbito empresarial.

CE5 Identificar y relacionar las herramientas de gestión que determinen las nuevas funciones y servicios del Marketing en su integración con la actividad empresarial en el contexto actual de las TICs y la globalización.

CE6 Aplicar los elementos del diseño, planificación y ejecución de un estudio de mercado dirigido a generar información para la toma de decisiones de Marketing.

CE7 Utilizar tecnologías y herramientas para evaluar los modelos de comportamiento del consumidor físico y digital, en función de sus necesidades, limitaciones y características, que permitan desarrollar estrategias precisas para el consumidor.

CE8 Diseñar modelos estratégicos que optimicen el resultado de cada elemento del mix de Marketing según las condiciones del mercado.

CE9 Identificar la posibilidad de presencia internacional de la empresa y plantear un modelo estratégico de acción para su internacionalización.

CE10 Evaluar estrategias propias del Marketing de servicios para la creación y comercialización de intangibles.

CE11 Aplicar conocimientos para proponer un plan de Marketing relacional que permita aprovechar la potencialidad de las acciones centradas en el cliente.

CE12 Integrar y aplicar decisiones estratégicas para el producto, cartera y línea de productos que impulsen su posición, así como para la construcción y gestión de marca.

CE13 Formular políticas de precios conforme los objetivos empresariales y la realidad del mercado.

CE14 Crear y gestionar canales de distribución que permitan que el producto llegue eficazmente al cliente objetivo.

CE15 Diseñar campañas de comunicación interna y externa, que incorporen métodos y herramientas estratégicas dirigidas al público objetivo.

CE16 Valorar los distintos modelos de comercio electrónico y diseñar estrategias de Marketing que permitan alcanzar al cliente a través de canales digitales.

CE17 Diagnosticar, planificar y controlar la gestión comercial y de ventas en base a modelos funcionales integrados en la estrategia empresarial.

CE18 Implementar un plan estratégico de Marketing adaptado al entorno en el que se desarrolla la empresa y enfocado al alcance de los objetivos mercadológicos.

CE19 Examinar sistemáticamente la aplicación de una auditoría de Marketing que permita determinar áreas de oportunidad y mejora.

### **COMPETENCIAS PROPIAS DE LA ASIGNATURA:**

No Aplica

### **RESULTADOS DE APRENDIZAJE:**

En esta asignatura se espera que alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Llevar a cabo un trabajo de fin de máster de orientación aplicada y práctica, relacionado con un contexto de enseñanza y aprendizaje del máster, y que suponga la puesta en práctica de conocimientos y habilidades trabajados en el máster
- Emplear y consultar de forma eficaz los recursos para la búsqueda y la gestión de la información y la documentación especializada en el campo del máster.
- Identificar e interrogar las fuentes de referencia (digitales y analógicas) necesarias para poder realizar adecuadamente el trabajo de fin de máster.
- Buscar y evaluar con rigor los recursos documentales útiles para realizar el trabajo de fin de máster.
- Manejar de forma crítica la red (internet) como fuente de información y documentación para la realización del trabajo de fin de máster.
- Ser capaz de planificar y gestionar la tarea de elaboración del trabajo de fin de máster con eficacia.
- Planificar y preparar procesos de observación-investigación-aplicación de acuerdo a los requerimientos del trabajo de fin de máster.
- Describir y fijar objetivos adecuados para el desarrollo de los procesos de observación- investigación-aplicación planificados.
- Sistematizar e interpretar correctamente los datos obtenidos como resultado de los procesos de observación-investigación-aplicación.
- Ser capaz de producir de manera autónoma un trabajo académico de calidad, utilizando un formato apropiado e incluyendo toda la documentación complementaria necesaria.

- Ser capaz de distribuir el tiempo de manera ponderada en función de las prioridades, teniendo en cuenta los objetivos personales a corto, medio y largo plazo, y las áreas personales y profesionales que interesa desarrollar.
- Realizar el trabajo de fin de máster en el plazo previsto.
- Ser capaz de buscar soluciones creativas a los problemas que se originen en el proceso de elaboración del trabajo de fin de máster.
- Argumentar las decisiones tomadas en relación con la elaboración del trabajo de fin de máster.
- Demostrar y aplicar los conocimientos adquiridos en alguna de las áreas del ámbito de aplicación del máster.
- Integrar conocimientos con el fin de ser capaz de tomar decisiones y formular juicios fundamentados sobre temas y aspectos relacionados en el ámbito del máster.
- Saber exponer y defender con claridad los objetivos y los resultados de un trabajo especializado en el ámbito del máster.
- Adquirir e integrar el conocimiento práctico para el futuro desempeño de la profesión

## METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

### METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Aprendizaje orientado a Proyectos
- Trabajo autónomo

### ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas		Horas
<b>Actividades supervisadas</b>	Tutorías del Trabajo de Fin de Máster	25
<b>Actividades autónomas</b>	Elaboración de trabajos (individual/ en grupo)	224
<b>Actividades de evaluación</b>	Actividades de evaluación	1

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

### CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Trabajo de Fin de Máster	80 %
Presentación otras y defensa pública del Trabajo de Fin de Máster	20 %

### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Trabajo de Fin de Máster	80 %
Presentación otras y defensa pública del Trabajo de Fin de Máster	20 %

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria y están disponibles en el campus virtual:

Flores, R. T., Celis, M. F., Laura, W. B., Arévalo, B. D., Sánchez, C. N., Zapo, J. O., ... & Fernández, K. S. (2022). Procesos de producción textual: Lectura y escritura crítica para la creación de textos académicos. Religacion Press.

Mollo, S. E. C. (2023). Diseños de investigación cualitativa y cuantitativa. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7(4), 1865-1879.

<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7016>

Monsalve, A. M. S., & Vergel, A. L. S. (2021). Estrategia didáctica colaborativa para el fortalecimiento en la indagación y búsqueda de información como habilidad investigativa. Revolución en la formación y la capacitación para el siglo XXI, 593.

[https://www.researchgate.net/profile/Veronica-Martinez-12/publication/356507778\\_Revolucion\\_en\\_la\\_formacion\\_y\\_la\\_capacitacion\\_para\\_el\\_siglo\\_XXI\\_Vol\\_I/links/619e933af1d62445716821a3/Revolucion-en-la-formacion-y-la-capacitacion-para-el-siglo-XXI-Vol-I.pdf#page=593](https://www.researchgate.net/profile/Veronica-Martinez-12/publication/356507778_Revolucion_en_la_formacion_y_la_capacitacion_para_el_siglo_XXI_Vol_I/links/619e933af1d62445716821a3/Revolucion-en-la-formacion-y-la-capacitacion-para-el-siglo-XXI-Vol-I.pdf#page=593)

Pulgarín, M. A., Fierro, B. M., Ossa, E. M., García, Á. M., & Meneses, M. E. (2023). Hacia una cultura de alfabetización académica universitaria Conceptos y estrategias para la comprensión de textos académicos.

<https://repository.uniminuto.edu/items/8c9b3408-9cdc-4efd-bcf4-d911ed257272>

Salinas-Atausinchi, Y., Sucari, W., Sarmiento-Yujra, L. S., Huaman-Lucana, R. E., Paullo-Tisoc, Y. L., & Chavez-Orellana, G. (2023). ¿Cómo debería implementarse el marco teórico en la investigación cuantitativa?. Revista científica en ciencias sociales, 5(1), 102-113.

<https://www.redalyc.org/journal/7497/749778813011/749778813011.pdf>

#### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:**

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable. Están ordenadas alfabéticamente

Armijos Uzho, A. P., Paucar Guayara, C. V., & Quintero Barberi, J. A. (2023). Estrategias para la comprensión lectora: Una revisión de estudios en Latinoamérica. Revista Andina de Educación, 6(2).

[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2631-28162023000100007&script=sci\\_arttext](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2631-28162023000100007&script=sci_arttext)

Leiva Valdés, M., Echeverri Sánchez, M. M., & Ríos, R. (2024). Introducción a la búsqueda de información científica y académica. Programa de Alfabetización Informacional (ALFIN).

<https://repositorio.itm.edu.co/handle/20.500.12622/5957>

Moscoso Paricoto, I., Cruz Chuyma, R., & Aceituno Huacani, C. (2022). Rompiendo paradigmas en la investigación científica.

<https://repositorio.concytec.gob.pe/server/api/core/bitstreams/fa822957-ee2e-b25b-abe6-84ebdba89550/content>

#### **WEBS DE REFERENCIA:**

No Aplica

#### **OTRAS FUENTES DE CONSULTA:**

- Base de datos EBSCO – Acceso a través del campus virtual.