

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4313148 Màrqueting	OB	0	2

Professor de contacte

Nom: Jordi López Sintas

Correu electrònic: Jordi.Lopez@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Prerequisits

Els estudiants hauran de formar un equip de treball format per 2 o 3 membres i realitzar una proposta de la temàtica a treballar en el mòdul. El coordinador del mòdul, una vegada hagi rebut la proposta i la hagi aprovat, assignarà un tutor al Treball Fi de Màster

Objectius

Els objectius d'aquest mòdul són:

- Integrar i aplicar els coneixements adquirits a una problemàtica comercial concreta
- Disenyar plans de màrqueting d'acord amb criteris d'eficàcia i eficiència
- Aprofundir en una temàtica actual d'interès en àmbit del màrqueting
- Formular adequadament problemes de recerca, i també disenyar i portar a terme recerques comercials de manera professional
- Estructurar de manera coherent els diferents elements que formen un projecte
- Desenvolupar habilitat comunicatives en presentacions orals davant públics específics

Competències

- Analitzar dades d'enquesta mitjançant el programari estadístic adequat.
- Demostrar una visió integral del comportament del consumidor des de la psicologia, la sociologia, l'economia i el màrqueting.
- Treballar en equips de caràcter interdisciplinari.

Resultats d'aprenentatge

1. Reflexionar sobre la rellevància del consum com a praxis de relació i generació d'identitats a la societat contemporània.
2. Treballar en equips de caràcter interdisciplinari.
3. Utilitzar correctament les eines informàtiques per a l'anàlisi de les dades.

Continguts

Aquest mòdul busca avançar en la integració dels coneixements curriculars dels estudiants amb el desenvolupament d'un projecte de marcada naturalesa professional dins del àmbit del màrqueting, i es basa principalment en l'acció tutorial i en el treball en equip per tal d'aconseguir els objectius del mòdul.

No obstant, se programaran 4 sessions orientades a mostrar l'ús d'eines instrumentals, gestors de referències bibliogràfiques, integració del gestors amb editors de textos, la recerca bibliogràfica, la recerca de fons de dades, i l'organització d'un treball de recerca acadèmica o professional.

A cada projecte se li assigna un tutor i sota la seva tutela, l'equip generarà un calendari de treball i de tutories per dur a terme el treball amb rigor i professionalitat.

L'estudiant ha de demostrar els seus coneixements així com la seva participació en la realització del treball. També ha de participar activament en la defensa o presentació pública del treball davant un tribunal, demostrant que ha assolit el conjunt de les competències del màster i la capacitat de relacionar-les i integrar-les, la qual cosa el capacita per iniciar l'execució professional.

A fi de homogeneitzar la qualitat de tots els treballs que es presenten en el màster, assenyalarem algunes característiques del treball a tenir en compte:

- El treball ha de ser original, desenvolupat íntegrament pels estudiants, tractar un tema actual i de interès dins del camp del màrqueting

- Ha de presentar un anàlisi de la situació actual sobre la problemàtica de màrqueting tractada en el treball i estar basada en una revisió de fons bibliogràfics fiables i/o de prestigi reconegut.

- Ha de comptar amb una recerca de mercats rigurosa

Metodologia

Les pròpies característiques d'aquest mòdul impliquen l'ús prioritari de metodologies específiques:

- Tutories: Els estudiants disposen d'unes hores amb el tutor per resoldre els dubtes i problemes que la realització del treball pugui plantejar.

- Sessió de treball en equip: Els estudiants faràn una posada en comú d'idees i solucions pel desenvolupament del treball

- Activitats complementàries: cada estudiant portarà a terme activitats de caràcter individual com es la lectura d'articles, consulta de llibres o entrevistes que contribueixin a il·lustrar, aclarir aspectes rellevants del contingut del projecte

- Sessió dirigida: El professor desenvolupa els conceptes fonamentals en la realització d'un projecte d'aquestes característiques

- Defensa pública: Els estudiants realitzen una exposició oral i pública del treball davant un tribunal de dos membres per presentar i defensar el seu projecte

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes dirigides	12	0,48	1, 2, 3
Tipus: Supervisades			

Defensa	3	0,12
Tutories	15	0,6
Tipus: Autònomes		
Sessions de treball	50	2
Treball autònom	166	6,64

Avaluació

L'avaluació i acreditació dels aprenentatges es realitzarà mitjançant la defensa pública del Treball Fí de Màster davant un tribunal format per dos membres.

El sistema d'avaluació de la adquisició de les competències del Treball Fí de Màster té la següent estructura :

- Informe del tutor/director responsable del Treball Fí de Màster : 30%
- Informe dels dos avaluadors del treball i de la defensa pública: 70%

La defensa del Treball de Fí de Màster se efectuarà, normalment, al llarg del mes de juny, una vegada finalitzades les classes. Els Treballs de Fí de Màster que no es consideren aptes pel tribunal disposaran de dues setmanes per presentar una nova versió del **Treball de Fí de Màster** es per això que el període de presentació de **Treball de Fí de Màster** pot finalitzar el mes de juliol.

Es faran servir criteris de valoració como els següents:

- Interès i actualitat del tema.
- Coherència, claredat i precisió dels objectius.
- Us i rigor metodològic.
- Adequació, justificació i legitimació del disseny i desenvolupament del treball.
- Oportunitat, rellevància i realitat de la problemàtica comercial plantejada.
- Altres criteris relacionats com claredat formal, expositiva i coherència global del projecte presentat.

Normes Generals del Treball de Fí de Màster (informe escrit final)

L' informe escrit del Treball de Fí de Màster tindrà una extensió de 50 pàgines (aprox.) sense incloure bibliografia i annexos que seguirà les normes estàndar de presentació i estructura de informes escrits. Per a l'elaboració dels treballs acadèmics seguirem les normes d'estil de la American Psychological Association, APA. Veure: <http://www.apastyle.org/>

Normes Generals del Treball de Fí de Màster (exposició oral)

L' exposició oral del Treball de Fí de Màster tindrà una extensió màxima de 30 minuts on tots els membres de l'equip participen de forma activa en l'exposició. La exposició seguirà unes normes estàndar d'una comunicació oral professional.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Defensa	70	2	0,08	2, 3

Tutories	30	2	0,08	1, 2
----------	----	---	------	------

Bibliografia

- COROMINA, E. CASACUBERTA, X. Y QUINTANA, D. (2002). El trabajo de investigación. Barcelona: Octaedro.
- PUIG, I. (2001). Cómo hacer un trabajo escrito. Barcelona: Octaedro.
- RIGO, A. Y GENESCA, G. (2002). Cómo presentar una tesis y trabajos de investigación. Barcelona: Octaedro.
- RIBERO, L.E (2008). Guía práctica para la presentación de documentos escritos según normas APA. Medellín: Corporación universitaria.
- COMCOMUNICAR: 50 Consells pràctics per fer exposicions orals eficaces. Servei de Llengües de UAB idiomas.
- Association, A. P. (2013). Publication Manual of the American Psychological Association, Sixth Edition (6th edition). American Psychological Association.
- Center for History and New Media. (2016). Zotero Quick Start Guide. Retrieved from http://zotero.org/support/quick_start_guide
- Tips&Tricks. (2016). Retrieved from <https://blog.mendeley.com/category/tipstricks/>
- Links | Reproducible Research. (2016). Retrieved from <http://reproducibleresearch.net/links/>
- Gandrud, C. (2013). Reproducible research with R and RStudio. London: Chapman & Hall/CRC.
- Vissoci, J. R. N., Rodrigues, C. G., de Andrade, L., Santana, J. E., Zaveri, A., & Pietrobon, R. (2013). A Framework for Reproducible, Interactive Research: Application to health and social sciences. arXiv:1304.5688 [cs, Stat]. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/1304.5688>