

Titulación	Tipo	Curso
Marketing	TFE	1

Contacto

Nombre: Jordi Lopez Sintas

Correo electrónico: jordi.lopez@uab.cat

Equipo docente

Maria Pilar Lopez Belbeze

Jordi Lopez Sintas

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

Los estudiantes deberán constituir un equipo de trabajo formado por 2 o 3 personas y presentar una propuesta de la temática a abordar en el módulo. El coordinador del módulo, una vez recibida la propuesta y aprobada, asigna un tutor al Trabajo Fin de Máster.

Alternativamente, los tutores harán una oferta de temas para desarrollar el trabajo de máster y los estudiantes elegirán el tema que les interese según sus preferencias.

Objetivos y contextualización

Los objetivos que se pretenden lograr en este módulo son:

- Integrar y aplicar los conocimientos adquiridos a una problemática comercial concreta.
- Diseñar planes de marketing innovadores atendiendo a criterios de eficacia y eficiencia.
- Profundizar en una temática actual de interés en el ámbito marketing.
- Formular correctamente problemas de investigación así como diseñar y ejecutar investigaciones comerciales de forma profesional.
- Estructurar de forma coherente los diferentes elementos que conforman un proyecto.
- Desarrollar habilidades comunicativas en presentaciones orales ante públicos críticos

Resultados de aprendizaje

1. CA14 (Competencia) Combinar de manera crítica los conceptos teóricos y las herramientas prácticas aprendidas para la elaboración de proyectos.
2. CA15 (Competencia) Diseñar proyectos de investigación que se sirvan de técnicas avanzadas de análisis cuantitativo y cualitativo.
3. CA16 (Competencia) Comunicar correctamente de manera oral y escrita los hallazgos, análisis y conclusiones obtenidos utilizando un lenguaje claro, conciso e inclusivo adecuado a una audiencia académica y profesional.
4. KA21 (Conocimiento) Explicar las bases teóricas del marketing, del diseño y ejecución de estrategias, en distintos entornos empresariales. (KT01 / KT02)
5. SA20 (Habilidad) Utilizar correctamente herramientas informáticas para el análisis de datos de mercado y publicitarios, evaluando cualitativamente la información obtenida.
6. SA21 (Habilidad) Elaborar argumentos sólidos y fundamentados en proyectos basándose en la literatura académica y las tendencias actuales del marketing.
7. SA22 (Habilidad) Reconocer los principios éticos y metodologías de la investigación de mercados en el área de marketing que incorporan la perspectiva de género y evitan sesgos en la recopilación y análisis de datos.

Contenido

Este módulo pretende avanzar en la integración de los conocimientos curriculares de los estudiantes con el desarrollo de un proyecto de naturaleza profesional o académica en el ámbito del marketing y se fundamenta principalmente en la acción tutorial y en el trabajo en equipo para el desarrollo del mismo.

No obstante, se podrán programar algunas sesiones orientadas a mostrar el uso de herramientas instrumentales, los gestores de referencias bibliográficas, la integración de los gestores de referencias con los editores de textos, la búsqueda de referencias bibliográficas adecuadas, la búsqueda de fuentes de datos, y la organización de un trabajo de investigación académica o profesional.

A cada proyecto se le asigna un tutor, y bajo esta tutela el equipo implicado acordará un calendario de trabajo y de tutorías para realizar con rigor y profesionalidad dicho trabajo. La interacción del estudiante y supervisor se coordinará con la aplicación tfe.uab.cat.

El estudiante deberá demostrar sus conocimientos y participación en el proceso de realización del trabajo, así como participar activamente en su defensa o presentación oral pública ante un tribunal, demostrando que ha adquirido el conjunto de competencias del máster y su capacidad para relacionarlas e integrarlas y que le capacitan para iniciar el ejercicio profesional.

De cara a homogeneizar la calidad de todos los trabajos que se presenten en el máster, señalamos algunas líneas a tener en cuenta para el desarrollo del mismo:

- Ha de ser original, desarrollado íntegramente por los estudiantes y abordar un tema actual y de interés en el ámbito del marketing.
- Debe presentar un estado de la cuestión actual de la problemática de marketing que se aborda basándose en una revisión de fuentes bibliográficas fiables y de prestigio.
- Se debe llevar a cabo una investigación rigurosa.
- Su elaboración debe seguir las normas de la American Psychological Association, APA, tanto en la presentación de los resultados con las referencias bibliográficas.
- Ha de tener entre 30 y 50 páginas a doble espacio, letra times new roman 12 puntos.

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases dirigidas	12	0,48	
Tipo: Supervisadas			
Defensa	3	0,12	
Tutorías	15	0,6	
Tipo: Autónomas			
Sesiones de trabajo	50	2	
Trabajo autónomo	166	6,64	

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Las características de este módulo implican el uso prioritario de ciertas metodologías.

1. Tutorías: El estudiante dispone de unas horas con su tutor donde poder resolver las dudas y problemas que se les presenten en la realización del proyecto.

2. Sesiones de trabajo en equipo: El estudiante durante estas sesiones de trabajo planteará ideas y soluciones en común para el desarrollo del proyecto.

3. Actividades complementarias: el estudiante de forma autónoma llevará a cabo actividades diversas como puede ser la lectura de artículos, consulta de libros o entrevistas que puedan contribuir a ilustrar, aclarar aspectos relevantes del contenido del proyecto.

4. Sesiones dirigidas: el profesor desarrolla los conceptos fundamentales en la realización de un proyecto de estas características. Concretamente, se programarán 4 sesiones orientadas a mostrar el uso de herramientas instrumentales, los gestores de referencias bibliográficas, la integración de los gestores de referencias con los editores de textos, la búsqueda de referencias bibliográficas adecuadas, la búsqueda de fuentes de datos, y la organización de un trabajo de investigación académica o profesional.

5. Defensa pública: el estudiante realiza una exposición oral y pública ante un tribunal de dos personas donde debe presentar y defender su proyecto.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Defensa	70%	2	0,08	CA16, KA21, SA22
Tutorías	30%	2	0,08	CA14, CA15, SA20, SA21

La evaluación y acreditación de los aprendizajes se realizará a través de la defensa pública del Trabajo de Fin de Máster ante un tribunal de dos miembros.

El sistema de evaluación de la adquisición de las competencias del Trabajo de Fin de Máster se estructura a partir de:

- Informe del tutor/director responsable del trabajo de fin de máster 30%
- Informe de dos evaluadores (tribunal) del trabajo y de la defensa pública: 70%

Gestión del proceso de preparación de la tesis de máster

La gestión de la evidencia de interacción con los tutores se llevará a cabo con la aplicación tfe.uab.cat

Hoja de Participación Estudiante-Tutores: Debe entregarse a través de la aplicación tfe.uab.cat antes del 31 de enero.

La fecha límite para la entrega de la tesis de máster es el 31 de mayo

Procedimiento para la entrega de la tesis de máster: con el tfe.uab.cat

Formato de la tesis de máster: Citas y bibliografía en formato APA.

La defensa del Trabajo de Fin de Máster se efectuará, normalmente durante el mes de junio una vez finalizadas las clases. Aquellos Trabajos de Fin de Máster que no se consideren aptos por el tribunal se dispondrá de dos semanas para presentar una nueva versión del Trabajo de Fin de Máster. Es por ello que el período de presentación de los Trabajos de Fin de Máster finalice a lo largo del mes de julio.

Se utilizarán criterios de valoración como los siguientes:

- Interés y actualidad del tema.
- Coherencia, claridad y precisión de los objetivos.
- Uos y rigor metodológico.
- Adecuación, justificacinó y legitimación del diseño y desarrollo del trabajo.
- Oportunidad , relevancia i realidad de la problemática comercial planteada.
- Otros criterios relacionados con la claridad formal, expositiva y coherencia global del proyecto presentado.

Normas generales del Trabajo Fin de Máster (informe escrito final)

El informe escrito del Trabajo de Fin de Máster tendrá una extensión aproximada de 50 páginas (aprox.) como máximo -sin incluir bibliografía y anexos - que han de seguir las normas estándar de estructura de informes escritos. Para la elaboración de los trabajos académicos se seguirán las de estilo de la American Psychological Association, APA. Ver: <http://www.apastyle.org/>.

Uso de la IA

Uso permitido:

"En esta asignatura, se permite el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) como parte del desarrollo

del trabajo, siempre que el resultado final refleje una contribución significativa del estudiante en el análisis y la reflexión personal. El estudiante deberá identificar claramente qué partes han sido generadas con esta tecnología, especificar las herramientas utilizadas e incluir una reflexión crítica sobre cómo estas han influido en el proceso y el resultado final de la actividad. La falta de transparencia en el uso de la IA se considerará falta de honestidad académica y podrá conllevar una penalización en la calificación de la actividad o sanciones más graves en casos severos."

Normas generales del Trabajo Fin de Máster (exposición oral)

La exposición oral del Trabajo Fin de Máster tendrá una extensión máxima de 30 minutos donde todos los miembros del equipo participan de forma activa. La exposición deberá seguir las normas estándar de una comunicación oral profesional

Bibliografía

- Jardiel, E. G. (2019). *Manual práctico para escribir una tesis*.
- Álvarez, M. B. (2018). *Guía Práctica Para Redactar y Exponer Trabajos Académicos: TFG, TFM y Tesis Doctoral*.
- Álvarez, M. B. (2017). *EL ARTE DE PRESENTAR TRABAJOS ACADÉMICOS ANTE UN TRIBUNAL: TFG, TFM Y TESIS DOCTORAL. Guía práctica para estudiantes universitarios*.
- Muñoz-Alonso, G. (2012). *Estructura, metodología y escritura del Trabajo de Fin de Máster*.
- Cunha, I. da, & Castellví, M. T. C. i. (2016). *El trabajo de fin de grado y de máster. Redacción, defensa y publicación (Manuales): 432*.
- Sánchez, F. J. S. (2013). *Métodos de investigación social y de la empresa*.
- 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>

Software

Para realizar el trabajo de fin de máster el estudiantes tienen a su disposición el software:

- Google suite
- Zotero (bibliographic reference manager)
- R Language and Environment for Data Analysis (open source)
- Rstudio (an open-source GUI for using R)
- Rstudio.cloud
- Exploratory.io

Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura