



**FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN**  
**Máster Universitario**  
**en Dirección y Gestión de Marketing Digital**

FICHA DE LA ASIGNATURA TRABAJO FIN DE MÁSTER (ITINERARIO ACADÉMICO)

**DESCRIPCIÓN:**

*El trabajo tendrá un perfil investigador, donde se ponga de manifiesto la capacidad exploratoria y generación de conocimientos por parte del alumno, a la hora de abordar un tema relacionado con el área*

**COMPETENCIAS**

**CB1:** Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

**CB2:** Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

**CB3:** Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

**CB4:** Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

**CB5:** Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

**CG1:** Capacidad para adquirir conocimientos avanzados y especializados

**CG2:** Capacidad para innovar y generar nuevas ideas

**CG3:** Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo

**CG4:** Capacidad para el diseño y gestión de proyectos de marketing

**CG5:** Adquirir habilidades y dominar herramientas informáticas aplicadas a diferentes ámbitos del Marketing e Investigación de Mercados

**CG6:** Capacidad de Análisis y Síntesis

**CG7:** Habilidad para detectar la dimensión ética, social y medioambiental de los asuntos empresariales+

**CT1:** Capacidad de gestionar información especializada

**CT2:** Razonamiento crítico

**CT3:** Argumentar y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos

**CT4:** Capacidad de organización, planificación y gestión del tiempo

**CT5:** Motivación por la calidad y el éxito

**CT6:** Poseer facilidad de adaptación a la cultura corporativa

**CE11:** Ser capaz de realizar, presentar y defender un trabajo de investigación en el ámbito del marketing digital.

**CE12:** Conocer, comprender y saber aplicar herramientas estadísticas y matemáticas avanzadas para la resolución de modelos decisionales en marketing mediante tecnologías de la información.

**CE13:** Conocer y saber aplicar el método científico como instrumento fundamental para desarrollar investigaciones en el ámbito de marketing, de acuerdo a la finalidad, carácter y naturaleza del estudio

**RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

*Realizar, presentar y defender un trabajo en el que demuestren las competencias específicas asociadas al título, adquiridas a lo largo del periodo formativo.*



### **METODOLOGIA**

La asignatura TFM incluirá las siguientes actividades formativas:

- a.- Seminario de orientación para la realización del trabajo
- b.- Tutorías individualizadas
- c.- Realización y entrega del trabajo
- d.- Exposición y defensa pública ante la comisión correspondiente

### **SISTEMA DE EVALUACION**

TUTOR (60%):

TRIBUNAL EVALUADOR (40%)