



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%)