



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

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

DESCRIPCIÓN:

El trabajo estará orientado a la aplicación de los conocimientos y herramientas adquiridas, a un problema representativo de la actividad profesional en el ámbito del Máster

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.*

CE14: *Poseer, comprender y saber aplicar conceptos y técnicas fundamentales y avanzadas de la investigación social para su aplicación a proyectos de ámbito empresarial.*

CE15 *Capacidad para ampliar los conocimientos adquiridos en la relación directa con el mundo empresarial*

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%)