

COURSE GENERAL OVERVIEW

Course details	
Title	Dissertation
Programme	Msc in Marketing
Year	1º
Timing	2º
ECTS	6
Core/elective	core
Department	ICADE Business School
Area	Marketing
Aportación al perfil profesional de la titulación	

Instructors' details	
Lecturer:	
Name	Carmen V
Department	Marketing
Area	
Office	OD-402 (Alberto Aguilera, 23)
e-mail	cvalor@icade.comillas.edu
Phone	91 5422800 ext. 2291
Contact	By appointment (via email)
<p>The Dissertation aims at helping students apply all knowledge and skills acquired during the master tuition period. Students will also develop new skills specifically linked to the elaboration of this research piece of work. The student should choose a relevant topic in the marketing area. More specifically, working on the Dissertation will help students develop their maturity, their synthesis and analysis abilities, their working autonomy, their initiative and creativity, all skills required in their future professional career. Each student will work together with an academic supervisor that will guide him/her in his/her work. Students will have to attend some methodology classes that will equip them with the tools required to undertake properly the specific form of project they have chosen.</p>	
Objetivos	
<p>The student should be able to make an original contribution to the subject under study or, if necessary, a business plan using a scientific method and academic writing.</p>	

THEMATIC UNITS AND CONTENT

Content – Thematic Units (seminar)
TOPIC1: Introduction
The research topic
The proposal
TOPIC2: Bibliographic search and source management
Search strategy
Sources of information management
TOPIC3: Critical literature review
The importance of a critical literature review
Developing a critical literature review
Efficient Reading strategies
Content and structure of a literature review
TOPIC4: Citation and plagiarism
Avoiding plagiarism
Citation systems
In-text citing
The reference list: reference managers
TOPIC5: Research design and method
Introduction and types of designs
Primary and secondary data
Gathering and analyzing data
TOPIC6: Writing a dissertation
Structure
Academic writing
Oral presentation

Competencias
Generic skills of degree programme
CG 01. Ability to manage information and data about the context, markets, and results of the marketing strategy.
CG 02. Analysis and summarizing ability applied to market situations and organizational problems in marketing.
CG 05. Critical thinking and arguing consistent with comprehension of the external context and marketing administration and management process.
CG 06. Time management abilities with the aim of improving personal and team effectiveness within the framework of business organizations, their settings, and their management.
CG 08. Ethical commitment in the application of moral values in the face of ethical and social responsibility dilemmas.
CG 09. Ability to learn independently in order to continue training to learn how to acquire the cognitive abilities and relevant knowledge applied to the professional and business activity.
CG 10. Display initiative, creativity, and enterprising spirit when applying marketing practices and strategies.
Skills specific to the sub-field of knowledge
CE13. Ability to find a gap or research problem and solve it, using a rigorous methodology.

TEACHING APPROACH AND STRATEGIES

General learning and teaching approach of the course	
Class-based activities	Skills
Lectures	CG1, CG2, CG3, CG5, Cg6, CG8, CG9, CG10 CE13
Out of class activities	Skills
Individual work Tutorials	CG1, CG2, CG3, CG5, Cg6, CG8, CG9, CG10 CE13

ASSESSMENTS AND ASSESSMENT CRITERIA

Assessment activities	CRITERIA	Weight
Dissertation	Rubric	70%
Oral presentation	Rubric	30%

SUMMARY OF STUDENT WORKLOAD			
CONTACT HOURS			
LECTURES	ACTIVITY BASED CLASSES		TESTS
8	2		0
8			
INDEPENDENT STUDY	INDEPENDENT WORK	GROUP WORK	STUDY
	140		

REFERENCES AND OTHER BIBLIOGRAPHIC RESOURCES

References
Books
Carrero, I.; Fabra, E. y Valor, V. (2012). El libro de cabecera del investigador en Economía y Empresa. Una guía interactiva para el investigador novel y el investigador profesional. Madrid, Universidad Pontificia Comillas.
Sabino, C. (1994).Cómo hacer una tesis, Panapo. Caracas
Other Books
Blaxter, L.; Hughes, C. y Tight, M. (2008): Cómo se investiga, Grao, Barcelona Explica todo el proceso de gestación de un trabajo de investigación. Muy bueno para orientarse y para la parte de redacción y organización.
Rigo, A. y Genescá, G. (2002): Cómo presentar una tesis y trabajos de investigación, Eumo-Octaedro, Barcelona. Muy útil para elementos formales y de ortografía/sintaxis. Debe consultarse para dudas sobre uso de mayúsculas/minúsculas, siglas, números, etc.
Riquelme, J. (2006): Canon de presentación de trabajos universitarios : modelos académicos y de investigación, AguaClara, Alicante. Útil también para elementos formales, especialmente ortografía y sintaxis. Da consejo también sobre elementos de formato y maquetación. Buena referencia de consulta.
Orna, E. y Stevens, G. (2001): Cómo usar la información en trabajos de investigación, Gedisa,

Barcelona.

Explica cómo identificar y gestionar fichas y sistemas de archivo para información. La mayor parte de los consejos se cubren en sesión 2.

Walker, M. (2000): Cómo escribir trabajos de investigación, Gedisa, Barcelona.

Explica cómo identificar un tema, hacer búsquedas bibliográficas y redactar un trabajo de investigación. Está muy enfocado a alumnos de grado y obsoleto en la parte de fuentes. La mayor parte de los consejos se cubren en sesión 3.

Otros

Berry, R. (2004). The Research Project: How to Write it. Routledge, Londres.

Burns, R.B. (2000). Introduction to Research Methods. Sage, Londres.

Clanchy, J. y Ballard, B. (2000)- Cómo se hace un trabajo académico. Guía práctica para estudiantes universitarios, Prensas Universitarias de Zaragoza, Zaragoza. 2ª edición.

Hernandez Sampieri, R. y otros. (2003). Metodología de la investigación. McGraw Hill Interamericana, México.

Prats, J. (2004). Técnicas y recursos para la elaboración de tesis doctorales: bibliografía y orientaciones metodológicas, Universitat de Barcelona Departament de Didàctica de les Ciències Socials, Barcelona.

Sierra Bravo, R (2007). Tesis doctorales y trabajos de investigación científica. Metodología general de su elaboración y documentación, Thompson, Madrid.

Spalding, C. (2005). The everything guide to writing research papers. Adams Media, Massachusetts.

Web resources

<http://www.educ.drake.edu/aded/tutorial.htm>

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre	Trabajo fin de Máster
Titulación	Máster Marketing
Curso	1º
Semestre	2º
Créditos ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Departamento	ICADE Business School
Área	Marketing

Contextualización de la asignatura

Datos del profesorado (coordinador de TFM)	
Profesor	
Nombre	Carmen Valor
Departamento	Marketing
Área	
Despacho	OD- 402 (Alberto Aguilera, 23)
e-mail	cvalor@icade.comillas.edu
Teléfono	91 5422800 ext. 2291
Horario de Tutorías	Disponibilidad continua (excepto fin de semana y vacaciones) vía mail

Contribution to the professional profile of the degree
--

El Trabajo fin de Máster es un proyecto personal en el que el alumno debe demostrar que domina un tema y sabe organizarlo, estructurarlo y presentarlo, conforme a las especificaciones propias de un trabajo académico o científico. El tema debe ser relevante y situado en el campo del marketing/comercial. El alumno debe trabajar individualmente, guiado por el tutor asignado, para realizar el citado trabajo. Como preparación a la realización del Proyecto, se establece un seminario obligatorio bajo el título *Métodos de investigación para la elaboración de un proyecto de investigación*, por un total de 6 horas, para formar al alumno en herramientas básicas para la realización del trabajo: citación y evitación del plagio, gestión de fuentes de información, partes del trabajo y elementos formales del mismo. Además, está prevista una sesión de una hora de duración dirigida a los directores de tesina para explicar los fines del trabajo fin de máster, los elementos formales requeridos y otras cuestiones clave.

Objectives

El alumno debe ser capaz de hacer una contribución original al tema objeto de estudio o,

en su caso, un plan de empresa, empleando un método científico y con una redacción académica.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos (SEMINARIO)

TEMA 1: Introducción al proceso de investigación

- 1) Formulación y clarificación del tema de investigación.**
- 2) Preparar y redactar una propuesta de investigación**

TEMA 2: La búsqueda bibliográfica y la gestión de fuentes

- 1) Estrategia de búsqueda**
- 2) Gestión de fuentes**

TEMA 3: La revisión crítica de la literatura

- 1) Importancia y propósito de la revisión crítica de la literatura**
- 2) El proceso de la revisión crítica de la literatura**
- 3) Lectura crítica y eficaz**
- 4) Contenido y estructura de la revisión crítica de la literatura**

TEMA 4: Introducción de la fuentes: citación y plagio

- 1) Estrategias para evitar el plagio**
- 2) Sistemas de citación**
- 3) Cómo citar en el texto**
- 4) Cómo hacer la lista de referencias. Los gestores bibliográficos**

TEMA 5: El diseño de investigación y metodología

- 1) Conceptos básicos y tipos de diseño**
- 2) Datos primarios y secundarios**
- 3) Técnicas de recolección de datos y procedimientos de análisis**

TEMA 6: Redacción y comunicación del trabajo de investigación

- 1) Estructura del TFM y contenido de cada parte**
- 2) Elementos formales**
- 3) Defensa del TFM**

Competencias

Competencias Genéricas del área-asignatura

CG 1. Gestión de la información y de datos como elementos clave para la toma de decisiones y la identificación, formulación y resolución de problemas empresariales.

CG 2. Capacidades cognitivas de análisis y síntesis aplicadas a situaciones de negocios y problemáticas organizativas de gestión.

CG 3. Resolución de problemas y toma de decisiones en el área de marketing.

CG 5. Razonamiento crítico y argumentación acorde con la comprensión del conocimiento y del saber sobre las organizaciones empresariales, su contexto externo y su proceso de administración y dirección.

CG 6. Capacidad de gestión del tiempo con el objetivo de mejorar la efectividad personal y del equipo dentro del marco de las organizaciones empresariales, su entorno y su gestión.

CG 8. Compromiso ético en la aplicación de valores morales y los de la organización frente a dilemas éticos y de responsabilidad social corporativa.

CG 9. Capacidad de aprendizaje autónomo para seguir formándose para aprender a aprender las habilidades cognitivas y los conocimientos relevantes aplicados a la actividad profesional y empresarial.

CG 10. Exhibir iniciativa, creatividad y espíritu emprendedor en la aplicación de las estrategias y prácticas de marketing.

Competencias Específicas del área-asignatura

CE13. Capacidad para encontrar un hueco o problema de investigación y resolverlo, utilizando una metodología rigurosa.

METODOLOGÍA DOCENTE**Aspectos metodológicos generales de la asignatura**

Metodología Presencial: Actividades	Competencias
Lección Expositiva	CG1, CG2, CG3, CG5, Cg6, CG8, CG9, CG10 CE13
Metodología No presencial: Actividades	Competencias
Trabajo individual Tutoría académica	CG1, CG2, CG3, CG5, Cg6, CG8, CG9, CG10 CE13

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	CRITERIOS	PESO
TGM trabajo escrito	El Trabajo fin de Máster escrito individualmente por el alumno será valorado por un Tribunal colegiado. En este Trabajo, se evaluará la actividad realizada por el alumno, empleando una rúbrica, en la que se evalúan entre otros: Objetivos del proyecto (relevancia, actualidad y alcance); Metodología; Fuentes utilizadas; Profundidad del análisis; Resultados y conclusiones obtenidos; Madurez de juicio; Presentación física: tipografía, estilo, bibliografía, cuadros, gráficos, etc.	70%
TFM Defensa oral	Organizada de manera pública y expuesto el Trabajo oralmente por el alumno, con soporte audiovisual y siguiendo instrucciones explícitas en su procedimiento y tiempo. Se le pedirá que defienda, ante el Tribunal evaluador, los elementos esenciales de su Trabajo. Se valorarán especialmente los siguientes elementos: Identificación del objeto de la investigación; Justificación de su relevancia científica y empresarial; Exposición de la metodología utilizada; Descripción de las fuentes bibliográficas empleadas (categorización de las mismas, relevancia y actualidad); Principales resultados alcanzados; Conclusiones e implicaciones para la comunidad profesional. Para proceder a la defensa del Trabajo final, es necesario haber obtenido una puntuación mínima de 5 en la calificación global final de las asignaturas cursadas en los dos semestres, así como la superación de la asignatura Prácticas en Empresa.	30%

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO ***HORAS PRESENCIALES**

Clases teóricas	Clases prácticas	Actividades académicamente dirigidas	Evaluación

8	2	0	1
HORAS NO PRESENCIALES			
Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	Realización de trabajos colaborativos	Estudio
			140
CRÉDITOS ECTS:			6

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía

Libros de texto

Carrero, I.; Fabra, E. y Valor, V. (2012). *El libro de cabecera del investigador en Economía y Empresa. Una guía interactiva para el investigador novel y el investigador profesional*. Madrid, Universidad Pontificia Comillas.

Sabino, C. (1994). **Cómo hacer una tesis**, Panapo. Caracas

Otros libros

Blaxter, L.; Hughes, C. y Tight, M. (2008): *Cómo se investiga*, Grao, Barcelona

Explica todo el proceso de gestación de un trabajo de investigación. Muy bueno para orientarse y para la parte de redacción y organización.

Rigo, A. y Genescá, G. (2002): *Cómo presentar una tesis y trabajos de investigación*, Eumo-Octaedro, Barcelona.

Muy útil para elementos formales y de ortografía/sintaxis. Debe consultarse para dudas sobre uso de mayúsculas/minúsculas, siglas, números, etc.

Riquelme, J. (2006): *Canon de presentación de trabajos universitarios : modelos académicos y de investigación*, AguaClara, Alicante.

Útil también para elementos formales, especialmente ortografía y sintaxis. Da consejo también sobre elementos de formato y maquetación. Buena referencia de consulta.

Orna, E. y Stevens, G. (2001): *Cómo usar la información en trabajos de investigación*, Gedisa, Barcelona.

Explica cómo identificar y gestionar fichas y sistemas de archivo para información. La mayor parte de los consejos se cubren en sesión 2.

Walker, M. (2000): *Cómo escribir trabajos de investigación*, Gedisa, Barcelona.

Explica cómo identificar un tema, hacer búsquedas bibliográficas y redactar un trabajo de investigación. Está muy enfocado a alumnos de grado y obsoleto en la parte de fuentes. La mayor parte de los consejos se cubren en sesión 3.

Otros

Berry, R. (2004). *The Research Project: How to Write it*. Routledge, Londres.

Burns, R.B. (2000). *Introduction to Research Methods*. Sage, Londres.

Clanchy, J. y Ballard, B. (2000)- *Cómo se hace un trabajo académico. Guía práctica para estudiantes universitarios*, Prensas Universitarias de Zaragoza, Zaragoza. 2ª edición.

Hernandez Sampieri, R. y otros. (2003). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill Interamericana, México.

Prats, J. (2004). *Técnicas y recursos para la elaboración de tesis doctorales: bibliografía y*

orientaciones metodológicas, Universitat de Barcelona Departament de Didàctica de les Ciències Socials, Barcelona.

Sierra Bravo, R (2007). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica. Metodología general de su elaboración y documentación*, Thompson, Madrid.

Spalding, C. (2005). *The everything guide to writing research papers*. Adams Media, Massachusetts.

Artículos

Páginas web

Agregador de recursos de escritura, citación, etc. :
<http://www.educ.drake.edu/aded/tutorial.htm>

Apuntes

Facilitados por el profesor

Otros materiales

