



FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
NombreCompleto	Trabajo Fin de Master
Código	E000005866
Título	Máster Universitario en Marketing
Impartido en	Máster Universitario en Marketing [Primer Curso]
Créditos	6,0
Carácter	Prueba Final Máster
Departamento / Área	Máster Universitario en Marketing
Responsable	M ^a Olga Bocigas Solar
Horario	A lo largo del curso
Horario de tutorías	Martes y Jueves de 16:00 a 17:00
Descriptor	<p>El resultado principal de esta materia es un trabajo individual y escrito que puede responder a uno de los tres enfoques siguientes: Análisis de viabilidad comercial -Plan de negocios. Se propondrá una idea de negocio y se demostrará su viabilidad a partir de un análisis exhaustivo del entorno, la competencia y los consumidores. El objetivo es que el alumno pueda llegar a crear un negocio viable y atractivo y que genere riqueza en la sociedad. Trabajo de consultoría. El estudiante deberá plantear una solución a un problema real del área de marketing que acucie a una determinada organización, institución, empresa o tipo de empresas. Trabajo de investigación. El propósito es que el alumno aplique la metodología científica a un tema de interés. Debe conocer el estado del conocimiento y cuáles son las áreas en las que se puede avanzar ese conocimiento. El estudiante tratará de proporcionar respuestas basadas en el razonamiento lógico utilizando los métodos aprendidos</p>

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	María Olga Bocigas Solar
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Despacho	Alberto Aguilera 23 [OD-234]
Correo electrónico	bocigas@icade.comillas.edu
Teléfono	2253

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación



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

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG01	Capacidad de Gestión de la información y de datos sobre entorno, mercados y resultados de la estrategia de marketing	
	RA1	Es capaz de buscar y analizar información procedente de fuentes diversas
	RA2	Cita adecuadamente dichas fuentes
	RA3	Incorpora la información a su propio discurso
	RA4	Contrasta las fuentes, las critica y hace valoraciones propias
CG02	Competencia de análisis y síntesis aplicadas a situaciones de mercados y problemáticas organizativas en marketing	
	RA1	Describe, relaciona e interpreta situaciones y planteamientos de nivel medio.
	RA2	Es capaz de diferenciar la información secundaria de la relevante
	RA3	Identifica las carencias de información y establece relaciones con elementos externos a la situación planteada
	RA5	Identifica los supuestos y las limitaciones de teorías, métodos y modelos
CG03	Capacidad de planificación y resolución de problemas en el área de marketing	
	RA3	Identifica y define adecuadamente y proactivamente el problema y sus posibles causas



	RA2	Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación
	RA3	Reconoce y busca alternativas a las dificultades de aprendizaje teórico y práctico
CG05	Razonamiento crítico y argumentación acorde con la comprensión del contexto externo y el proceso de administración y dirección de marketing	
	RA1	Evalúa críticamente los contenidos con los que elabora su proyecto, ya sean de fuentes ajenas, ya sean de elaboración propia
	RA2	Es capaz de reunir los contenidos de su proyecto siguiendo un hilo argumental claro, consistente y fundamentado en la crítica
	RA3	Detecta e identifica incoherencias, carencias importantes y problemas en su propio trabajo, pero también en las lecturas y en los datos que utiliza para su proyecto
CG06	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	
	RA1	Planifica su trabajo personal de una manera viable y sistemática
	RA2	Se organiza eficazmente con respecto a recursos, fases y plazos intermedios
	RA3	Es capaz de asumir responsabilidades
	RA4	Establece correctamente las prioridades de trabajo
CG08	Compromiso ético en la aplicación de valores morales frente a dilemas éticos y de responsabilidad social	
	RA1	Identifica los grandes problemas ambientales, económicos y sociales y desarrolla planes y acciones en relación a los mismos.
	RA2	Toma decisiones dentro de los límites de la ley y la ética, especialmente en lo relativo a la seguridad y privacidad, y aplicando el principio de precaución
	RA3	Persigue la excelencia en las actuaciones profesionales
	RA4	Asume una actitud responsable hacia las personas, con los medios y recursos que se utilizan o gestionan
	RA5	Se preocupa por las consecuencias que su actividad y su conducta puede tener para los demás
	Capacidad de aprendizaje autónomo para seguir formándose para aprender a aprender las	



CG09	habilidades cognitivas y los conocimientos relevantes aplicados a la actividad profesional y empresarial	
	RA1	Realiza sus trabajos y su actividad necesitando sólo unas indicaciones iniciales y un seguimiento básico
	RA2	Busca y encuentra recursos adecuados para sostener sus actuaciones y realizar sus trabajos.
	RA3	Amplía y profundiza en la realización de sus trabajos
CG10	Exhibir iniciativa, creatividad y espíritu emprendedor en la aplicación de las estrategias y prácticas de marketing.	
	RA1	Es capaz de acometer nuevos retos
	RA2	Elabora su proyecto adoptando enfoques originales
	RA3	Resuelve los problemas aportando soluciones nuevas y diferentes
ESPECÍFICAS		
CE13	Capacidad para definir un problema de investigación que dé lugar a una aportación original, y resolverlo utilizando una metodología rigurosa	
	RA1	Aplica en un contexto real los conocimientos de naturaleza teórico-práctica adquiridos en las aulas
	RA2	Es capaz de planificar, diseñar, conducir, ejecutar y evaluar todo el proceso de creación científica o, en su caso, de elaboración de un plan completo de empresa
	RA3	Demostrar un dominio sobre el estado de la cuestión, en el campo de estudio e investigación escogidos
	RA4	Emplear las habilidades adquiridas y desarrolladas en las diferentes materias del Máster al servicio de la elaboración de un proyecto personal
	RA5	Conoce las técnicas que permiten el desarrollo de un proyecto de investigación y las diferentes herramientas necesarias para su planteamiento, formulación, desarrollo y seguimiento
	RA6	Conoce y aplica una metodología científica, justificando su elección

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS



Contenidos – Bloques Temáticos

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
- 4) Lectura crítica y eficaz
- 4) Cómo hacer la lista de referencias. Los gestores bibliográficos

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

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

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Metodología Presencial: Actividades

CG01, CG02,



Lección Expositiva	CG03, CG05, CG06, CG08, CG09, CG10, CE13
Metodología No presencial: Actividades	
Trabajo individual	CG01, CG02, CG03, CG05, CG06, CG08, CG09, CG10, CE13
Tutoría académica	CG01, CG02, CG03, CG05, CG06, CG08, CG09, CG10, CE13

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Lecciones de carácter expositivo	Tutoría académica
10.00	12.50
HORAS NO PRESENCIALES	
Monografía de carácter teórico y/o práctico	Tutoría académica
105.00	22.50
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	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 %
	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	



TFM Defensa oral	<p>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.</p> <p>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</p>	30 %
------------------	---	------

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

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

Bibliografía Complementaria

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

[Escriba aquí]



**SYLLABUS
ACADEMIC YEAR
2018-2019**

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

Instructors' details	
Lecturer:	
Name	Olga Bocigas
Department	Marketing
Area	
Office	OD- 234 (Alberto Aguilera, 23)
e-mail	bocigas@icade.comillas.edu
Phone	91 5422800 ext. 2253
Contact	Available by mail

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.

Objectives

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.

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.

[Escriba aquí]



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,

[Escriba aquí]



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>