

Guía Docente: Trabajo Fin de Máster

DATOS GENERALES	
Facultad	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
Titulación	Máster en Marketing Digital
Plan de estudios	2016
Materia	Trabajo Fin de Máster
Carácter	Trabajo Fin de Máster
Período de impartición	Tercer Trimestre
Curso	Primero
Nivel/Ciclo	Máster
Créditos ECTS	6
Lengua en la que se imparte	Castellano
Prerrequisitos	No se precisa

DATOS DEL PROFESORADO			
Profesor Responsable	Santiago Mayorga Escalada	Correo electrónico	santiago.mayorga@ui1.es
Área		Facultad	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
Perfil Profesional 2.0	<p>Doctor en Comunicación. Experto en gestión estratégica y consultoría de marca, nuevas tendencias en publicidad y marketing digital.</p> <p>Docente universitario en grados y posgrados, investigador, y director del Master Universitario en Marketing Digital.</p> <p>Experiencia como docente en numerosas universidades españolas e hispanoamericanas. Dentro del sector profesional, experiencia en agencias de publicidad (estrategia, creatividad/arte y planner), marcas (departamentos de marketing y dirección de marca), y consultoría estratégica de marca (branding y brand management).</p> <p>https://ui1.academia.edu/SantiagoMayorgaEscalada</p> <p>https://twitter.com/SantiMaEs</p> <p>https://www.linkedin.com/in/santiago-mayorga-escalada-83a816186/</p>		

CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA**Asignaturas de la materia**

- Trabajo Fin de Máster

Contexto y sentido de la asignatura en la titulación y perfil profesional

Se trata de un elemento clave en la configuración del máster, necesario para finalizar satisfactoriamente el plan de estudios. Supone la elaboración trabajada de un documento académico donde el alumnado presenta el conjunto de conocimientos adquiridos en las distintas asignaturas del máster, en torno a un tema determinado.

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

<p>Competencias de la asignatura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CB06: Adquirir 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. • CB08: 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. • CB09: 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. • CG01: Desarrollar capacidades para la resolución de problemas en entornos que cambian rápidamente. • CG03: Desarrollar una correcta idoneidad de expresión oral y escrita por medio de una adecuada formación en su habilidad para sintetizar y argumentar respuestas. • CG04: Demostrar aptitud para la gestión de la información. Saber recabar, gestionar, analizar y elaborar información sobre los elementos necesarios para resolver problemas de marketing en el contexto digital. • CE03: Habilitar a la persona para ser el responsable de gestionar la relación de la empresa con sus clientes en el entorno digital. • CE04: Entender y aplicar el papel de la competencia y la búsqueda de la ventaja competitiva interactiva en la web 2.0, los medios sociales y el ecosistema de las aplicaciones móviles. • CE05: Poseer información suficiente para poder leer y asimilar los conocimientos que aporta la bibliografía sobre la empresa 2.0, el marketing online y/o el perfil directivo de los profesionales de la comunicación persuasiva en el ámbito digital. • CE07: Desarrollar la capacidad de elaborar planes de marketing según los objetivos y recursos marcados, a través de las herramientas y aplicaciones existentes en el ámbito digital. • CE09: Desarrollar los conocimientos y habilidades, para descubrir las necesidades y carencias de un sitio web, optimizando los recursos y perfeccionando su posicionamiento SEO y SEM y su reputación online. • CE11: Contextualizar los principios de la dirección de empresas en el ámbito digital y del diseño e implantación de estrategias de marketing, publicidad y comunicación de los negocios en la red.
<p>Resultados de aprendizaje de la asignatura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un Trabajo Fin de Máster que ponga de manifiesto el grado de adquisición de las competencias vinculadas con el proyecto. • Buscar de forma activa fuentes de información, actualizadas y relevantes, relacionadas con la temática del proyecto en diferentes lenguas, así como saber discriminar la pertinencia y la fiabilidad de las mismas. • Desarrollar un trabajo de tipo académico con la suficiente calidad científica. • Ser capaz de exponer de forma clara, tanto a nivel escrito como oral, las tesis expuestas en su proyecto. • Presentar públicamente el trabajo realizado y defender el informe final.

PROGRAMACION DE CONTENIDOS

<p>Breve descripción de la asignatura</p>	<p>El alumno, a la hora de realizar el trabajo, debe ponerse de acuerdo con su tutor universitario para decidir qué temática puede constituir este Trabajo Fin de Máster, que debe iniciarle en la investigación.</p> <p>Los temas que se han de desarrollar en el Trabajo Final de Máster serán propuestos por el profesor responsable de la asignatura al alumno, y de acuerdo con él.</p> <p>Hay que destacar en última instancia que la acción tutorial adquiere un enorme valor en el seguimiento del Trabajo Fin de Máster, de tal forma que a través de la relación profesor-alumno se da respuesta no solo a los requerimientos de información, sino también al asesoramiento científico, profesional y metodológico.</p>
<p>Temáticas</p>	<p>Aunque el tema concreto del Trabajo Fin de Máster (TFM) se definirá con ayuda del tutor, el alumno podrá apostar por una de estas dos líneas temáticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan global de marketing y comunicación digital para una organización, marca, empresa o entidad real o ficticia. Tiene que combinar múltiples estrategias, pero no todas las existentes. • Plan parcial de marketing y comunicación digital para una organización, marca, empresa o entidad real o ficticia. Tiene que estar centrado en una única estrategia de marketing digital (ej. Branding, SEO, SEM, Inbound Marketing, Marketing de Contenidos, Branded Content, Publicidad Digital, Email Marketing, Redes Sociales, Comercio Online, Influencers, Analítica, etc.).

METODOLOGÍA

Proceso de aprendizaje

El proceso se realizará en tres fases:

- **Fase inicial:** está centrada en delimitar el TFM (tipo y tema) y en analizar la documentación inicial existente en el aula virtual.
- **Fase de desarrollo:** está centrada en la realización del TFM. Éste será desarrollado individualmente por el estudiante bajo la dirección del tutor asignado. La función del tutor es la de acompañar al estudiante en su proceso de desarrollo de trabajo, orientándole, asesorándole, supervisándole y evaluándole.
- **Fase de defensa:** una vez elaborado el Trabajo de Fin de Máster (TFM), el alumno tendrá que defenderlo ante un tribunal académico. La Universidad establece una normativa de obligatorio cumplimiento para este proceso que tiene como objetivo garantizar la igualdad de oportunidades y favorecer la claridad en las exposiciones:
 - El estudiante defiende su trabajo ante un tribunal compuesto por miembros pertenecientes al colectivo docente de la Universidad o al del cuerpo de profesorado colaborador externo. También podrán formar parte de este tribunal expertos externos.
 - Existen dos partes diferenciadas en la defensa: exposición del alumno y debate. Durante el debate, el tribunal podrá realizar preguntas conducentes a verificar la autoría propia del trabajo. Tras finalizar este proceso, el presidente dará por concluido el proceso de defensa.
 - En ningún caso el tutor del TFM puede formar parte de un tribunal que evalúe a alguno de sus alumnos dirigidos.
 - El acto de defensa se considera un mecanismo de validación de identidad y de supervisión del trabajo realizado durante el proceso de tutorización, de tal forma que la calificación final no recaiga sólo en las consideraciones de un único docente.

EVALUACIÓN

Sistema evaluativo

Sistema de evaluación

La asignatura se presenta bajo dos modalidades de seguimiento:

a. Vía de evaluación continua y formativa

En esta vía de seguimiento de la asignatura, el desarrollo del TFM y el proceso de tutorización implican una serie de entregas pautadas en la temporización publicada en el Aula Virtual, acompañadas de una evaluación continua y formativa. La selección de esta vía de evaluación continua implica una serie de **compromisos** por parte de alumnos y tutores:

- Las entregas se realizarán según la temporización establecida, estas deberán cumplir criterios de tiempo, forma y contenido.
- En las **entregas parciales** el tutor realizará una valoración, aportando correcciones y *feedbacks* que permitirán al alumno la mejora continua del TFM.
- El **depósito del TFM** se realizará a través del Aula Virtual; se han de cumplimentar los campos requeridos en la entrega y adjuntar el documento en **formato PDF**, así como otro documento adicional que incluya anexos en el caso de que existan.

- Todas las dudas que puedan ir surgiendo se resolverán a través del correo electrónico corporativo; será imprescindible el contacto continuo alumno-tutor.
- Para la adecuada coordinación docente, los tutores compartirán con la comisión de TFM informes parciales de seguimiento de las entregas de cada uno de los tutorandos.

b. Vía de evaluación final

En esta vía de seguimiento de la asignatura existen dos **entregas obligatorias**, que garantizan así el desarrollo de un proceso de **evaluación formativa** (valoración y revisión por parte del tutor para la mejora del TFM).

Las fechas de las entregas aparecen determinadas en la temporización del Aula Virtual y deberán reunir las siguientes condiciones:

- Las entregas del TFM se realizarán completas (no se permitirán entregas parciales o incompletas).
- Se deberá cumplir con los criterios de tiempo y forma establecidos para la entrega.
- La **entrega final** para la evaluación final se realizará por la vía que se establezca y el tutor realizará una revisión completa y aportará *feedback* con las posibles mejoras del trabajo. Una vez recibida la corrección, el alumno tendrá el plazo establecido para realizar las mejoras propuestas por el tutor. El incumplimiento de esta entrega implica la imposibilidad de realizar la entrega definitiva.
- El **depósito del TFM** se realizará a través del Aula Virtual; se han de cumplimentar los campos requeridos en la entrega y adjuntar el documento en **formato PDF**, así como otro documento adicional que incluya anexos en el caso de que existan.

Con independencia de la elección de vía de seguimiento, el contacto con el tutor será continuo y se garantizará en todo momento la resolución de cualquier duda que pueda surgir durante el proceso de elaboración del TFM.

Visto bueno del tutor

Una vez que se realice el **depósito final**, el tutor valorará el trabajo realizado y comunicará al estudiante si obtiene o no el visto bueno para la realización de la defensa.

Es requisito indispensable para poder acceder a la defensa del TFM **estar en posesión del visto bueno por parte del tutor, así como tener aprobadas todas las asignaturas del plan de estudios**, lo que no implica ni garantiza la superación de esta.

Sistema de calificación

El sistema de calificación se apoyará en dos ítems básicos, ambos deberán ser superados por el alumno con al menos una calificación de 5 sobre 10:

- Tutorización del Trabajo Fin de Máster, que supondrá un 50 % de la calificación final del alumno.

- Tribunal de defensa del Trabajo Fin de Máster, que implicará un 50 % de la evaluación final, dentro de la cual se contemplarán dos aspectos:

- Valoración del trabajo escrito.
- La defensa del TFM.

El acto de defensa del TFM se desarrollará ante un tribunal por videoconferencia, salvo expreso deseo del alumno de hacerlo presencial (en la sede central de la Universidad Isabel I en Burgos). Dicho tribunal, que actúa de forma colegiada, está compuesto por un presidente y dos vocales, todos ellos profesores de la Universidad. En ningún caso el tutor del TFM puede formar parte de un tribunal que evalúe a alguno de sus alumnos dirigidos.

Convocatorias

Todos los estudiantes, independientemente de la opción seleccionada, que no superen o cumplan con los requisitos para poder presentar la defensa en la convocatoria ordinaria, tienen derecho a una convocatoria extraordinaria.

El procedimiento de tutorización y entrega del TFM en la convocatoria extraordinaria atenderá a las condiciones establecidas por la titulación, que están publicadas en el Aula Virtual.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Bibliografía básica	<p>Cunha, I. (2016). El trabajo de fin de grado y de máster: redacción, defensa y publicación. Editorial UOC.</p> <p>Sainz de Vicuña Ancín, J.M. (2017). <i>El plan de marketing digital en la práctica</i>. Madrid: ESIC Editorial.</p>
Bibliografía complementaria	<p>Todos los recursos que aparecen en la bibliografía básica utilizada a lo largo de las asignaturas del máster.</p> <p>También puedes consultar online numerosa bibliografía disponible en la biblioteca de la universidad.</p>
Otros recursos	<p>Consultar en: Web of Science</p>