

## Guía Docente: Trabajo Fin de Máster

DATOS GENERALES	
<b>Facultad</b>	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
<b>Titulación</b>	Máster en Marketing Digital
<b>Año verificación</b>	2017
<b>Materia/Módulo</b>	Trabajo Fin de Máster
<b>Carácter</b>	Trabajo Fin de Máster
<b>Modalidad</b>	Virtual
<b>Período de impartición</b>	Tercer Trimestre
<b>Curso</b>	Primero
<b>Créditos ECTS</b>	6
<b>Lengua en la que se imparte</b>	Castellano
<b>Prerrequisitos</b>	No precisa

DATOS DEL PROFESORADO			
<b>Profesor Responsable</b>	Juana María Padilla Piernas	<b>Correo electrónico</b>	juanamaria.padilla@ui1.es
<b>Área</b>		<b>Facultad</b>	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
<b>Doctor acreditado</b>	No		
<b>Perfil Profesional 2.0</b>	<a href="#">Juana María Padilla Piernas</a>		

CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA	
<b>Contexto y sentido de la asignatura</b>	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 (multidisciplinar o específico).

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

<b>Conocimientos o contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CON02: Poseer información suficiente para poder leer y asimilar los conocimientos que aporta la bibliografía sobre la empresa 2.0 y/o el perfil directivo de los profesionales del marketing, la comunicación y la publicidad en el ámbito digital.</li> <li>• CON05: Desarrollar los conocimientos para descubrir las necesidades y carencias de un sitio web, perfeccionando su posicionamiento SEO y SEM, diseñando plataformas eficientes de comercio electrónico, e implementando estrategias de fidelización online.</li> </ul>
<b>Habilidades o destrezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HAB02: Capacitar a la persona para ser el responsable de la gestión reputacional de la compañía en redes sociales, así como de la relación con sus clientes en el entorno digital.</li> <li>• HAB03: 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.</li> <li>• HAB04: 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.</li> <li>• HAB06: Habilitar para la dirección de empresas, la implantación de estrategias de marketing, el diseño de campañas de publicidad y la implementación de acciones de comunicación comercial en el entorno digital.</li> </ul>
<b>Competencias (básicas y generales)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CG01: Desarrollar capacidades para la resolución de problemas en entornos que cambian rápidamente.</li> <li>• CG03: Desarrollar una correcta idoneidad de expresión oral y escrita por medio de una adecuada formación en su habilidad para sintetizar y argumentar respuestas.</li> <li>• 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.</li> <li>• CB6: 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.</li> <li>• CB8: 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.</li> <li>• CB9: 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.</li> </ul>

## PROGRAMACION DE CONTENIDOS

<p><b>Breve descripción de la asignatura</b></p>	<p>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 (multidisciplinar o específico).</p>
<p><b>Temáticas/Modalidades</b></p>	<p>Aunque el tema concreto que vaya a ser objeto de estudio del Trabajo Fin de Máster (TFM) será definido posteriormente por el tutorando con ayuda de su tutor, el alumno deberá elegir en una primera fase entre alguna de estas dos posibles líneas temáticas a seguir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Plan global (de marketing y comunicación digital)</b> para una organización, marca, empresa o entidad real o ficticia. Tiene que combinar múltiples estrategias, aunque no todas las existentes, haciendo un repaso de la materia más relevante vista a lo largo de todas las asignaturas del Máster (teniendo como referente en su estructura a la asignatura El Plan de Marketing y la Comunicación Digital).</li> <li>• <b>Plan parcial (de marketing y comunicación digital)</b> para una organización, marca, empresa o entidad real o ficticia; trabajando sobre alguna cuestión específica de su estratégica, táctica, acciones de marketing, comunicación, publicidad, etc. Esta opción también da cabida a trabajar sobre una única estrategia de marketing digital (ej. SEO, SEM, Email Marketing, Publicidad digital, Marketing de Contenidos, Medios y/o redes sociales, etc.), cuestiones relativas a un sector determinado (marketing y comunicación en el sector de la moda, el deporte, la tecnología, la alimentación, plataformas de streaming, etc.), estudio del propio sector del marketing y la comunicación digital, o un tema específico visto dentro de la materia de alguna de las asignaturas del Máster.</li> </ul>

## METODOLOGÍA

### Proceso de aprendizaje (fases del TFM)

El proceso de realización del TFM por parte del alumno (tutorando) se realizará, junto con el acompañamiento del profesor (tutor), a través de tres fases:

- **Fase inicial.** El alumno comenzará analizando toda la información básica para la elaboración del TFM que le permita conocer las cuestiones más esenciales (tanto de forma, como de fondo) que requiere un trabajo de esta naturaleza. El alumno tendrá a su disposición, de forma permanente, y siempre dentro del aula, de información básica relativa a: videos didácticas sobre el TFM, tutorías y jornadas específicas sobre el TFM, herramientas bibliográficas de la biblioteca de la universidad (incluida la normativa para la referenciación bibliográfica, un repositorio de TFM del Máster, etc.), documentos con información básica para la elaboración del TFM, documentos con información sobre los criterios de evaluación (rúbricas y criterios básicos), y encuestas (vía de evaluación, temática, tipología, preferencia de tutor y tema) cuya información facilitará una asignación de tutores lo más adecuado posible.
- **Fase de desarrollo.** Esta fase se centra en el desarrollo de todo el proceso de elaboración del TFM. El trabajo se realizará de forma individual por parte del estudiante (tutorando), bajo la dirección del tutor asignado. La función del tutor es la de acompañar al estudiante en su proceso de realización del trabajo; dándole todas las pautas necesarias (orientándole, asesorándole, supervisándole, corrigiéndole y evaluándole) para que el TFM llegue al nivel requerido (tanto de forma como de fondo). Esta fase dispone de una serie de entregas temporalizadas para cumplir, a través de evidencias, con el seguimiento del trabajo del tutorando por parte del tutor (más allá de las tutorías y canales oficiales que ambos establezcan para mantener una relación de comunicación eficiente).
- **Fase de defensa:** una vez elaborado el Trabajo de Fin de Máster (TFM), y entregado en depósito, obteniendo el visto bueno por parte de su tutor, 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, comprobar la calidad de los trabajos, y favorecer la claridad en las exposiciones:
  - El Tribunal evalúa la calidad del documento entregado por el alumno en depósito.
  - 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 tres partes diferenciadas en la defensa: documento entregado en depósito, exposición del alumno, y debate. Durante el debate, el tribunal podrá realizar preguntas conducentes a verificar la autoría propia del trabajo, aclarar partes del trabajo, etc. 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 la 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

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.

\*Los estudiantes que realicen el máster por formación bonificada (FUNDAE) deberán acogerse a la primera modalidad, vía de evaluación continua y formativa.

### **Criterios académicos para presentar la defensa**

Para poder acceder a la defensa del TFM, debes cumplir con los **requisitos obligatorios** establecidos por la **titulación**, además de contar con el **visto bueno del tutor** y tener hasta un **máximo de 1 asignatura pendiente de aprobación**, excluyendo el TFM.

### **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**

**Cunha, I. (2016). El trabajo de fin de grado y de máster: redacción, defensa y publicación. Editorial UOC.**

Manual universitario que proporciona una guía para la redacción de proyectos de investigación que puede ser de gran ayuda tanto para la realización de trabajos finales de grado o máster, como para estudiantes de doctorado que inician su trabajo de investigación. Se trata de una obra muy bien organizada que puede constituir un material

	<p>docente para las asignaturas relacionadas con los trabajos finales, así como una obra de consulta de gran utilidad para investigadores de diferentes áreas de conocimiento</p> <p><b>Sainz de Vicuña Ancín, J.M. (2017). <i>El plan de marketing digital en la práctica</i>. Madrid: ESIC Editorial.</b></p> <p>Este libro expone la aportación del marketing a la empresa en la era digital, define el concepto de marketing digital y reflexiona sobre el futuro de las numerosas figuras digitales que han surgido en este siglo. Muestra cómo hacer el seguimiento y el control del plan de marketing y explora la repercusión que la nueva era digital está teniendo en la evolución del marketing moderno.</p>
<p><b>Bibliografía complementaria</b></p>	<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>
<p><b>Otros recursos</b></p>	<p>Todos los recursos bibliográficos que vayan a utilizarse para la elaboración del Trabajo Fin de Máster deben cumplir con una característica básica: ser fuentes relevantes.</p> <p>Es importante utilizar fuentes primarias y, en caso de que no sea posible, acudir a las secundarias (también se puede recurrir a fuentes terciarias en caso de que sea estrictamente necesario y no haya otra forma de acceder a la información requerida).</p> <p>En función de la temática y objeto de estudio que se aborde en la realización del TFM, el alumno deberá acceder a las fuentes de información relevante que aborden ese tema. En líneas generales, puede extraerse un amplio número de fuentes relevantes desde tres grandes dimensiones de actuación:</p> <p>Fuentes de expertos. Estas fuentes son relevantes porque el tema es abordado desde la academia, de forma científico/teórica, por expertos en la materia. Dentro de esta categoría de fuentes están los artículos científicos, los capítulos de libros, los libros, tesis doctorales, TFM, etc. Se recomienda hacer uso de buscadores académicos para consultar este tipo de fuentes: Web of Science, Scopus, Google Academy, Dialnet, Redalyc, Scielo, Redib, etc. Estas fuentes son básicas, especialmente para las partes de la introducción, el marco teórico y los acercamientos a diferentes conceptos de la materia que se vaya a trabajar. Es fundamental contar con estas fuentes en los tipos de TFM (experimental, estudio de caso y/o revisión bibliográfica -o de investigación-) que así lo requieran, siempre dependiendo del objeto de estudio y el tipo de perspectiva desde la que se esté abordando el trabajo.</p> <p>Fuentes del sector. Estas fuentes son relevantes porque el tema es abordado desde la propia realidad del sector (pasado, presente y/o futuro del mismo). Dentro de esta categoría de fuentes están los estudios, informes, análisis, estadísticas, monográficos y artículos de profesionales sobre la situación del sector (o de un tema determinado del sector que encaje con el objeto de estudio del TFM). Es fundamental contar con estas fuentes en los tipos de TFM (experimental, estudio de caso y/o revisión bibliográfica -o de investigación-) que así lo requieran, siempre dependiendo del objeto de estudio y el tipo de perspectiva desde la que se esté abordando el trabajo.</p> <p>Fuentes internas (corporativas o de marca). Estas fuentes son relevantes porque el tema es abordado desde la propia realidad del caso (información interna, de primera mano, del caso que se esté estudiando: corporativo, de marca, etc.). Dentro de esta categoría de fuentes están las webs, los espacios corporativos, las memorias de las compañías, así como todas las fuentes directas de la organización que faciliten información interna sobre el tema necesario dentro de la elaboración del TFM. Es básico contar con estas fuentes en los tipos de TFM (experimental, estudio de caso y/o revisión bibliográfica -o de</p>

investigación-) que así lo requieran, siempre dependiendo del objeto de estudio y el tipo de perspectiva desde la que se esté abordando el trabajo.