

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Trabajo de Fin de Grado
Titulación	Grado en gestión empresarial basada en el análisis de datos
Escuela/ Facultad	CC. Sociales y de la Comunicación
Curso	Cuarto
ECTS	12
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	Segundo
Curso académico	2025-26
Docente coordinador	Gema García Rojas

2. PRESENTACIÓN

Es un trabajo académico original que constituirá la culminación académica del estudiante a través de la realización de un proyecto con un carácter netamente integrador de todos los conocimientos adquiridos, bajo la supervisión y dirección de los profesores/as y tutores/as implicados en el seguimiento de cada uno de los estudiantes.

Podrá ser desarrollado individualmente o bien en grupo (mínimo 2 máximo 4 estudiantes) si queda justificado -y el tutor así lo avala- la conveniencia para el trabajo de la colaboración entre las distintas actividades que puede desarrollar cada uno de los miembros del equipo. De manera que la intervención individual de cada uno de ellos debe contribuir de manera evidente a la conformación de un trabajo común. Los estudiantes con un interés en la investigación podrán realizarlo siguiendo la siguiente estructura: Introducción, estado de la cuestión, marco teórico, metodología y conclusiones.

El proyecto será presentado y defendido individualmente, de manera oral y pública y 100% presencial, ante un Tribunal Universitario.

Podrán invitarse profesores de otras áreas, titulaciones y escuelas de la misma universidad, o de otras universidades.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB2: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la

elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

- CB3: Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias transversales:

- CT2: Autoconfianza: Capacidad para valorar nuestros propios resultados, rendimiento y capacidades con la convicción interna de que somos capaces de hacer las cosas y los retos que se nos plantean.
- CT3: Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes.
- CT5: Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica, para utilizar los conocimientos adquiridos en el ámbito académico en situaciones lo más parecidas posibles a la realidad de la profesión para la cual se están formando.

Competencias específicas:

- CE01: Capacidad para conocer y comprender el concepto de empresa y empresario y su papel en una economía de mercado.
- CE02: Capacidad para recopilar e interpretar información para construir e implementar un Plan estratégico: Análisis estratégico externo e interno; formulación, elección e implantación de estrategias corporativas, competitivas y control estratégico.
- CE04: - Capacidad para analizar y evaluar el entorno competitivo de la empresa y los mercados e integrar este análisis al emprender nuevos retos
- CE05: Habilidad para identificar y comprender el área de contabilidad en la empresa y aplicar las distintas herramientas disponibles para la gestión de la misma, así como como conocer las principales relaciones con otros departamentos.
- CE06: Habilidad para identificar y comprender el área de recursos humanos en la empresa y aplicar las distintas herramientas disponibles para la gestión de la misma, así como conocer las principales relaciones con otros departamentos.
- CE07: Habilidad para identificar y comprender el área de marketing y el área comercial en la empresa, aplicar las distintas herramientas disponibles para la gestión de las mismas, así como conocer las principales relaciones con otros departamentos.
- CE18: Capacidad para resolver problemas complejos en situaciones que requieran búsqueda de información en las distintas áreas funcionales de la empresa.
- CE19: Capacidad para tomar decisiones empresariales basadas en datos objetivos con los que fundamentar dichas decisiones.

- CE20: Capacidad para desarrollar un plan de estudio de variables e indicadores empresariales.
- CE21: Capacidad para segmentar y seleccionar el público objetivo adecuado a los intereses de cada iniciativa empresarial
- CE22: Capacidad para seleccionar y aplicar las herramientas analíticas más adecuadas a cada situación de la compañía
- CE23: Capacidad para seleccionar, parametrizar y analizar métricas relacionadas con las fuentes de información en función de cada ámbito (marketing, finanzas, etc.)
- CE24: Capacidad para identificar las necesidades de información, dependiendo de los objetivos marcados
- CE26: Espíritu crítico y objetividad para cuestionar los datos o las verdades asumidas a partir de los datos precedentes
- CE29: Capacidad para hacer las preguntas correctas, en relación con el objetivo de conocimiento esperado, para que se traduzcan en las "queries" adecuadas que se deben formular al sistema de almacenamiento de datos

Resultados de aprendizaje:

RA1: Realizar de forma sistemática un proyecto fin de grado con foco en la toma de decisiones empresariales, con el foco factores como: análisis de la demanda, estudio de impacto de las decisiones estratégicas, mejora de los indicadores de la empresa. Para ello, el alumno habrá seleccionado y analizado las fuentes de información más idóneas para la toma de decisiones.

RA2: Concluir un proyecto que podrá haber adoptado la forma de ensayo, trabajo de consultoría, trabajo de investigación y habrá estado supervisado por un tutor de proyectos.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB2, CB5, CT2, CT3, CT5, CT6, CE02, CE30,CE32	RA1
CB5, CT2, CT5,CE02	RA2

4. CONTENIDOS

- Estructura y elaboración del Trabajo fin de grado.
- Análisis de datos y fuentes de información. Gestión de referencias.
- Herramientas para el análisis de datos.
- Habilidades de comunicación escrita y oral.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

Aprendizaje basado en proyectos (PBL)

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Actividad formativa	Número de horas
Trabajo autónomo	270
Tutoría	30
TOTAL	300 h

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Sistema de evaluación	Peso
Proyecto TFG	70%
Exposición pública del TFG	30%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Primera entrega	Enero
Segunda entrega	Marzo
Tercera entrega	Mayo

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica:

- BELTRAN, J. Y CASANOVAS, M. (2013). *Cómo optimizar las decisiones de financiación para crear valor*. Ed. Profit Editorial, Madrid.
- BREALEY, R.A., MYERS S. C. Y FRANKLIN, A. (2010). *Principios de finanzas corporativas*. McGraw-Hill, Madrid.
- BUENO, E., MORCILLO, P. Y SALMADOR, P. (2006). *Dirección estratégica. Nuevas perspectivas teóricas*, Pirámide, Madrid.
- CASTRO I. y RUFINO J. I. (2015). *Creación de empresas para emprendedores*. Pirámide, Madrid.
- DURBÁN, S. (2008). *Dirección Financiera*. McGraw-Hill, México.
- FERNÁNDEZ, E.; JUNQUERA, B. Y DEL BRIO, J. (2008). *Iniciación a los negocios. aspectos directivos*. Paraninfo, Madrid.
- FLORES, J.C. (2017). *Cómo crear un plan de marketing digital*. Independently published, Madrid.
- GAVA, L.; ROPERO; E., UBIERNA, A. Y SERNA, G. (2008). *Dirección Financiera: Decisiones de Inversión*. Editorial Delta.
- GOLANO, C. y FLORES, R. (2002). *Aprender a redactar documentos empresariales*. Paidós Ibérica, Barcelona.
- GUERRAS, L. y NAVAS, J. (2015). *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*, Civitas Thomson Reuters, Madrid.
- KOTLER, P. (2015). *Fundamentos de Marketing*. Editorial Addison-Wesley, Madrid.

- JOHNSON, G.; WHITTINGTON, R.; SCHOLLES, K.; ANWING, D.; REGNER, P. (2017). Exploring strategy, 11th edition, Pearson education, UK.
- MALHOTRA N. K. (2015). Investigación de mercados. Conceptos esenciales. Editorial Pearson, Madrid.
- MORO, M. Y RODÉS, A. (2014). Marketing digital. Editorial Paraninfo, Madrid.
- NAVAS, J. Y GUERRAS, L. (2016). Fundamentos de dirección estratégica. Thomson Reuters. Civitas, Pamplona.
- PÉREZ GOROSTEGUI, E. (2014). Fundamentos de Economía de la Empresa. Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid
- PRIEDE, T., LÓPEZ-CÓZAR, C. Y BENITO, S. (2010). Creación y desarrollo de empresas, Pirámide, Madrid.
- SAINZ DE VICUÑA, J.M. (2015). Plan de marketing en la práctica. Editorial ESIC, Madrid.
- SANTESMASES, M. (2012). Marketing: Conceptos y estrategias, Editorial Pirámide, Madrid.
- SERRA, J. (2000). Cómo redactar documentos. Robinbook, Barcelona.
- SUÁREZ, A. (2005). *Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa*. Editorial Pirámide, Madrid.
- VENTURA, J. (2008). Análisis estratégico de la empresa, Paraninfo, Madrid.
- WESTWOOD, J. Y GANZINELLI C. (2017). Preparar un plan de marketing. Editorial Profit, Madrid.

Bibliografía complementaria:

Fuentes digitales:

- ÁLVAREZ, G. (2015). El arte de presentar. <http://blogs.ujaen.es/biblio/wp-content/uploads/2016/12/ap.pdf>
- BIBLIOGUÍAS DEUSTO. Cómo elaborar citas y bibliografías: Referencias. <https://biblioguias.biblioteca.deusto.es/c.php?g=213251&p=1665933>
- BLOG: BUSINESS Y EMPRENDIMIENTO, UNIVERSIDAD EUROPEA <https://blog.universidadeuropea.es/es/business-y-emprendimiento/la-empresa-es-un-mundo-y-el-mundo-es-una-empresa/la-importancia-del-plan>
- BLOG: BUSINESS Y EMPRENDIMIENTO, UNIVERSIDAD EUROPEA <https://blog.universidadeuropea.es/es/business-y-emprendimiento/la-empresa-es-un-mundo-y-el-mundo-es-una-empresa/diez-recomendaciones-para>
- BLOG FINANCIERO ANTONIO ALCO CER .<http://www.antonioalcoer.com/>
- BLOG HUBSPOT (2017) ¿Cómo hacer presentaciones en power point? <https://blog.hubspot.es/marketing/ejemplos-mejores-presentaciones-power-point>
- COMCOMUNICAR (2010). 50 consejos para conseguir una buena exposición oral. https://www.upc.edu/slt/comcomunicar/files/consells_oral_es.pdf
- CENTRO DE FORMACIÓN Y RED DE CREACIÓN DE EMPRESAS CIRCE (2017). <http://portal.circe.es/ES/Paginas/Home.aspx>
- LÓPEZ-CARREÑO, R. (2017): *Fuentes de información. Guía básica y nueva clasificación*. UOC, Barcelona
- NORMASAPA.COM (2017). Cómo citar y referenciar libro con normas APA. <http://normasapa.com/como-citar-referenciar-libros-con-normas-apa/>

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.