

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Trabajo Fin de Grado
Titulación	Grado en Marketing y Dirección Comercial
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales
Curso	4º
ECTS	6
Carácter	Básica
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial
Semestre	2
Curso académico	2023-2024
Docente coordinador	Vinil Daryanani
Docentes	Cesáreo Reyes Moreno, Miriam Rodríguez Afonso, Karl Heinz Arvind Ermisch, Jose Luis Elejabeitia, Vinil Daryanani

2. PRESENTACIÓN

El Trabajo de Fin de Grado (TFG) supone la culminación académica de los estudiantes a través de la realización de un trabajo de investigación en la creación de un plan de marketing de una empresa, con un carácter netamente integrador de todos los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera, bajo la supervisión, tutorización y atenta ayuda del profesorado implicado en el seguimiento del alumnado.

La metodología, basada en el aprendizaje-servicio y aprendizaje basado en proyecto, permite al estudiante aprender haciendo y ayuda a consolidar el aprendizaje de los contenidos curriculares, integrando y aplicando en una misma actividad conocimientos provenientes de diversos campos disciplinarios.

El Trabajo de Fin de Grado es una asignatura del Grado cuya realización es obligatoria para todo el alumnado matriculado. El objeto de este proyecto es validar de manera conjunta y práctica los conocimientos adquiridos en las diferentes materias.

El TFG tratará sobre la investigación en la creación y viabilidad de un plan de marketing de una empresa o actividad empresarial, desarrollando sobre la base de una idea que contenga alguna clase de novedad, innovación o diferenciación de algún tipo frente a la oferta existente.

La responsabilidad del Proyecto y su buen fin es de los estudiantes, quienes contarán con la tutorización de un profesor o profesora que les orientará en la elaboración del trabajo.

El profesorado y organización del alumnado para la realización del TFG se llevará a cabo por parte del órgano académico con competencias en la organización académica de la asignatura.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB 1: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimiento procedente de la vanguardia de su campo de estudio.
- CB 2: 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.
- CB 3: 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.
- CB 4: que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- CB 5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias transversales:

- CT 3: Conciencia de los valores éticos. Capacidad del estudiante para sentir, juzgar, argumentar y actuar conforme a valores morales de modo coherente, persistente y autónomo.
- CT 14: Liderazgo. Habilidad necesaria para orientar la acción de los grupos humanos, en una dirección determinada inspirando valores de acción y anticipando escenarios de desarrollo de la acción de ese grupo
- CT 27: Trabajo en equipo. Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.

Competencias específicas:

- CE 1: Definir, aplicar y explicar el proceso de dirección estratégica e identificar las distintas fases que lo componen: planificación, organización, gestión y control de la función comercial de una empresa.
- CE 3: Análisis estadísticos, análisis e interpretación de resultados, técnicas de análisis cualitativas y cuantitativas. Ser capaz de valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa, en especial el área de marketing e investigación de mercados.
- CE 9: Conocer y comprender las áreas funcionales de la empresa y aplicar las distintas herramientas disponibles en cada una de ellas (Finanzas, Contabilidad, RRHH, Marketing y Producción), así como conocer las principales relaciones existentes entre ellas.
- CE 12: Diseñar y poner en marcha un Plan de Marketing.
- CE 16: Identificar los valores clave para buscar oportunidades en mercados internacionales.
- CE 18: Identificar y analizar correctamente las variables que influyen en el comportamiento de los consumidores y las organizaciones desde la perspectiva del marketing.

Resultados de aprendizaje:

- RA1 - Planteamiento de Proyecto ideado por el grupo: consistente en el diseño de plan de empresa propio.
- RA2 - Realización de dicho proyecto por el grupo.
- RA3 - Informe de validez del proyecto encargado.
- RA4 - Conductas y actitudes de los estudiantes alineados con los códigos de buenas prácticas, ética y responsabilidad social.

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
Todas las competencias	RA1 - Planteamiento de Proyecto ideado por el grupo: consistente en el diseño de plan de empresa propio
	RA2 - Realización de dicho proyecto por el grupo
	RA3 - Informe de validez del proyecto encargado
	RA4 - Conductas y actitudes de los estudiantes alineados con los códigos de buenas prácticas, ética y responsabilidad social

4. CONTENIDOS

- Concepto de plan de empresa
- Estudio de mercado y plan estratégico
- Plan de marketing
- Medios técnicos
- Dirección de personas
- Plan financiero

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Aprendizaje basado en proyectos

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 guiado (tutorías, seguimiento de aprendizaje)	30 h
Trabajo de investigación	115 h
Preparación defensa del trabajo fin de grado	5 h
TOTAL	150 h

7. EVALUACIÓN

Para desarrollar las competencias y alcanzar los resultados de aprendizaje indicados, deberás realizar las actividades que se indican en la tabla inferior:

Deberás consultar con tu tutor el procedimiento y la fecha de entrega de cada una de las actividades parciales, además de tener en cuenta las fechas oficiales que se indicarán en el aula virtual, respecto de las convocatorias oficiales para la defensa del trabajo.

Se recomienda asistir a todos y cada uno de los talleres de apoyo que se convoque por el profesorado de cada área como ayuda en la elaboración de los trabajos, ya que la asistencia a dichos talleres les otorga a los estudiantes la posibilidad de solicitar tutorías personalizadas con el profesorado responsable de cada taller en particular.

Sistema de evaluación	Peso
Trabajo escrito – Evaluación tribunal	60%
Defensa oral – Evaluación tribunal	25%
Trabajo cooperativo – Evaluación tutor	10%
Co-evaluación trabajo	5%

La evaluación concluye con un reconocimiento sobre el nivel de aprendizaje conseguido por el estudiante. De manera inicial hay unos requisitos mínimos para que un proyecto pueda ser considerado APTO por el profesorado que ejerza la tutorización:

- Los estudiantes **han asistido a las tutorías establecidas por su tutor/a**, y han entregado en tiempo y forma las entregas parciales establecidas por su tutor.
- El trabajo **cumple los requisitos formales** (declaración de originalidad, maqueta determinada por la facultad, cumplimiento del número de páginas establecido conforme a lo establecido en esta guía), además de con una estructura lógica y cumple con los requisitos fundamentales, ortográficos y de redacción.
- Cada trabajo debe estar acompañado de la **declaración de originalidad** y entrega que se incluye en una plantilla descargable que se encontrará en el espacio del Campus Virtual.

El trabajo **cumple con unos criterios mínimos**: claridad, objetivos planteados, metodología utilizada, conclusiones, bibliografía adecuada. Estos criterios se basarán en los siguientes aspectos:

Calidad técnica del proyecto:

1. Claridad en la formulación de los objetivos y de los problemas
2. Coherencia interna del trabajo
3. Orden y claridad en la estructura del trabajo
4. Normativa (ortográfica, sintáctica, etc.) y corrección formal
5. Grado de desarrollo de los contenidos obligatorios
6. Diversidad y adecuación de las fuentes bibliográficas consultadas

Viabilidad económica del proyecto:

1. Adecuación de los análisis de datos realizados
2. Relevancia: utilidad de los análisis

3. Aplicación práctica de los resultados
4. Viabilidad económica de la alternativa propuesta
5. Retorno de la inversión comprometida

Novedad de la idea de negocio:

1. Novedad del área temática o del sector que se aborda
2. Novedad de la perspectiva desde la que se aborda el tema
3. Relevancia: originalidad de la idea inicial
4. Grado de innovación aplicado y de resolución de problemas detectados
5. Nivel de novedad de las herramientas propuestas

El apto del tutor no implica ni garantiza el aprobado del TFG. La nota final será calculada de manera individual por medio de las rúbricas que se adjuntan en los anexos al presente documento.

EVALUACIÓN DEL TRIBUNAL

La no presentación a la defensa implicará el suspenso. El tribunal para la defensa oral estará constituido por tres miembros: Presidencia del tribunal, Secretario y un Vocal (uno de los miembros del tribunal podrá ser un miembro externo de la Universidad).

Las defensas de TFG tienen carácter público. En cualquier caso, el público asistente se abstendrá de cualquier tipo de manifestación o comentario.

El alumnado hará una presentación oral de su proyecto con una **duración de 20 minutos**. El alumnado no podrá leer. Se le recomienda el uso de una pequeña ficha o mediante un software de presentaciones digitales.

En la defensa oral, se dedicará parte de su exposición a una reflexión crítica sobre su trabajo, pero además ampliará algún detalle o completará el TFG en aspectos diferentes a aquellos que han sido desarrollados en la introducción escrita sin ser un resumen de su Proyecto.

El alumnado contestará a las preguntas pertinentes sobre el trabajo presentado o generales sobre la titulación que el estudiante ha cursado.

El alumnado puede disponer en el acto de defensa de un ejemplar del proyecto para consultar y dar respuesta a las observaciones del tribunal. Escuchará todas las preguntas del tribunal y responderá en un turno de palabra.

7.1. Convocatoria ordinaria

Se dispone de una convocatoria ordinaria (JUNIO) y otra extraordinaria (JULIO).

La entrega final del trabajo en convocatoria ordinaria se debe realizar como fecha límite el 30 de mayo de 2024.

La defensa ante el tribunal en convocatoria ordinaria se realizará aproximadamente en 2 a 3 semanas posterior a la fecha de entrega final del trabajo. La fecha exacta se informará a los estudiantes por medio de su tutor.

La calificación de **NO APTO** impedirá al estudiante presentarse a la defensa del TFG ante el tribunal hasta que su tutor o tutora considere que es APTO.

Aspectos como los defectos de forma (falta o divergencias en las copias o falta de copia electrónica, por

ejemplo) puede inhabilitar la defensa del TFG sin perjuicio de que se tenga que desplazar ante tribunal de defensa para notificárselo.

El estudiante deberá asegurarse de que todas las copias cumplen los requisitos.

Si los estudiantes fallan en dos o más entregas parciales establecidas por los tutores, esto supondrá automáticamente la presentación del TFG en convocatoria extraordinaria.

7.2. Convocatoria extraordinaria

La entrega final del trabajo en convocatoria extraordinaria se debe realizar como fecha límite el 30 de junio de 2024.

La defensa ante el tribunal en convocatoria ordinaria se realizará aproximadamente en 2 a 3 semanas posterior a la fecha de entrega final del trabajo. La fecha exacta se informará a los estudiantes por medio de su tutor.

La calificación de NO APTO impedirá al estudiante presentarse a la defensa del TFG ante el tribunal hasta que su tutor o tutora considere que es APTO.

Aspectos como los defectos de forma (falta o divergencias en las copias o falta de copia electrónica, por ejemplo) puede inhabilitar la defensa del TFG sin perjuicio de que se tenga que desplazar ante tribunal de defensa para notificárselo.

El estudiante deberá asegurarse de que todas las copias cumplen los requisitos.

Si los estudiantes fallan en dos o más entregas parciales establecidas por los tutores, esto supondrá automáticamente la calificación de NO APTO en convocatoria extraordinaria.

8. CRONOGRAMA

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

Convocatoria	Actividades evaluables	Fecha
Ordinaria	Trabajo escrito	30 de mayo de 2024
	Defensa oral	Pendiente de informar (Tras 2-3 semanas de la entrega del trabajo escrito)
Extraordinaria	Trabajo escrito	30 de junio de 2024
	Defensa oral	Pendiente de informar (Tras 2-3 semanas de la entrega del trabajo escrito)

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

9. BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO COTO, M. (2008). El plan de marketing digital. Madrid. Prentice Hall
- DELGADO, J.M.; GUTIÉRREZ, J. (1994): Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales, Madrid, Síntesis.
- ECO, Umberto (1991): Cómo se escribe una tesis. Madrid: Gedisa.
- GARCÍA, J. (1995): Cómo elaborar un proyecto de investigación, Alicante, Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- GARCÍA, M.; IBÁÑEZ, J.; y ALVIRA F. (1992). El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid: Alianza Universidad.
- GODÍN, S (2011). La vaca púrpura: Diferénciate para transformar tu negocio (Empresa y Talento). Gestión 2.000.
- ICART, M.T.; FUENTEELSAZ, C.; PULPÓN, A.M. (2001): Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina, Barcelona, Ediciones Universidad de Barcelona.
- KEVIN ROBERTS: Lovemarks. El futuro más allá de las marcas (2005). Ed. PowerHouse Books
- KOTLER, P (2012). Los 10 pecados capitales del Marketing. Madrid: Ediciones Gestión.
- KOTLER, P; y KELLER, K. (2009). Dirección de Marketing. México. Pearson Educación.
- KOTLER, P y ARMSTRONG, G. (2008). Principios de Marketing. Madrid: Pearson Educación
- O'GUINN/ALLEN, SEMENIK. Advertising and Integrated Brand Promotion
- OSTERWALDER, A (2011). Generación de modelos de negocio. Barcelona. Deusto Ediciones
- SANTANA, Andrés (2013): Fundamentos de la investigación social. Madrid: Alianza.
- SAINZ DE VICUÑA, J.M. (2015). Plan de Marketing en la Práctica. Madrid: ESIC Editorial

Los profesores tutores te ayudarán a focalizar la bibliografía particular sobre el tema seleccionado para la elaboración de tu trabajo.

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

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.