

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Trabajo fin de Máster
<b>Titulación</b>	Master Universitario en Marketing Deportivo
<b>Escuela/ Facultad</b>	Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el deporte
<b>Curso</b>	Primero
<b>ECTS</b>	6 ECTS
<b>Carácter</b>	Obligatorio
<b>Idioma/s</b>	Castellano/Inglés
<b>Modalidad</b>	Presencial / Online
<b>Semestre</b>	Segundo y tercer trimestre
<b>Curso académico</b>	2024/2025
<b>Docente coordinador</b>	Kelly Cuesta

## 2. PRESENTACIÓN

“Trabajo Fin de Máster” es el último módulo del programa, con un valor de 6 ECTS. En este módulo se concluye todo el proceso formativo del máster en marketing deportivo de una forma integradora y global en el Proyecto (Módulo: Trabajo Fin de Máster), destinado a la elaboración individual o grupal de un trabajo en forma de: 1) Investigación sobre tema relacionado con el programa, 2) Plan de marketing o 3) Business Plan y estará supervisado por un tutor de proyectos. El alumno tiene la posibilidad de potenciar su carácter investigador mediante la realización de su Trabajo Fin de Máster en relación con grupos de investigación de la universidad, así como con empresas del sector.

El Trabajo de fin de Máster debe respetar un formato, que podrá ser científico (introducción, hipótesis/objetivos, material y método, discusión y conclusiones) o profesional (específico para el contenido y temática del Proyecto).

El desarrollo del Trabajo Fin de Master se efectuará tomando como base los conocimientos adquiridos durante los diferentes módulos, no obstante, el alumno será siempre guiado por su tutor que es el que debe autorizarlo para que entregue su Trabajo a la comisión del máster que lo estudiará y lo calificará. Una vez aceptado el Trabajo, el estudiante efectuará su defensa oral y pública. El tribunal evaluará su exposición y podrá efectuar las preguntas que crea conveniente al estudiante, el cual recibirá la calificación correspondiente.

### 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### Competencias básicas:

- 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.
- CB7: Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- 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.
- 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.
- CB10: Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

#### Competencias transversales:

- CT1 - Responsabilidad: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.
- CT2 - Autoconfianza: Que el estudiante sea capaz de actuar con seguridad y con la motivación suficiente para conseguir sus objetivos.
- CT3 - Conciencia de los valores éticos: Capacidad del estudiante para sentir, juzgar, argumentar y actuar conforme a valores morales de modo coherente, persistente y autónomo.
- CT4 - Habilidades comunicativas: Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.
- CT5 - Comprensión interpersonal: Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos utilizando un estilo de comunicación asertivo.

#### Competencias específicas:

- CE1 - Capacidad para tener una visión integrada de todas las dimensiones de la empresa del sector deportivo: la externa, la interna u organizativa, y la de las personas o capital humano que la forman, para ser capaz de analizar los problemas, y buscar en equipo soluciones que permitan alcanzar sus objetivos estratégicos. Para ello asumirá un aprendizaje autónomo y colectivo que le permita tomar decisiones y valorar el impacto económico y social de las mismas.
- CE2 - Capacidad para liderar desde un enfoque ético integral y de responsabilidad social proyectos y equipos de departamentos o unidades dedicadas al Marketing deportivo, valorando el impacto de sus decisiones en los beneficios, el mercado, las personas y la sociedad.

- CE3 - Capacidad para dominar las claves de las grandes áreas del deporte mundial, especialmente en el área del Marketing, para convertirlas en ventajas competitivas para el crecimiento de la empresa dentro de su sector.
- CE4 - Capacidad para dominar el entorno económico, legal y tecnológico del sector del deporte, con especial dominio del área del Marketing deportivo y realizar una evaluación y planificación estratégica a medio y largo plazo utilizando las herramientas de referencia existentes.
- CE5 - Capacidad para dominar las nuevas tendencias y prácticas empresariales del Marketing deportivo de las políticas de responsabilidad social corporativas que afecten al sector del deporte, con especial atención al área del Marketing deportivo y ser capaz de definir una política de responsabilidad social corporativa propia para cada negocio.
- CE6 - Capacidad para dominar los conceptos y las herramientas del Marketing estratégico de referencia para el dimensionamiento organizativo de una empresa en la industria del deporte y ser capaz de seleccionar cual es la mejor alternativa estratégica a aplicar en cada mercado y compañía.
- CE7 - Conocimiento de las herramientas para la dirección del Marketing de una compañía, así como, las prácticas de la mercadotecnia de referencia en la industria del deporte, que aseguren la eficiencia de la actividad y el cumplimiento de los objetivos planteados.
- CE8 - Capacidad para diseñar los planes de marketing utilizando criterios de coordinación con el resto de planificaciones (financiera, operaciones, etc) y alineados con la estrategia general de la compañía, para empresas, departamentos o unidades empresariales relacionadas con el marketing en el deporte.
- CE9 - Capacidad para dominar los conceptos claves de referencia para el dimensionamiento de las nuevas estructuras organizativas en el área del Marketing y ser capaz de implementar planes que impliquen cambios y adaptaciones con criterios de optimización de recursos y gestión del conocimiento, en el sector del deporte.

#### Resultados de aprendizaje:

- RA1: Demostrar el dominio de las competencias del programa en la aplicación a un proyecto empresarial realizable.
- RA2: En concreto, se podrán realizar trabajos de fin de Máster enmarcados en alguna de estas tres opciones (todas las opciones dadas se encuadran dentro de estas tres opciones):
  - Opción A: Plan de Marketing anual de una empresa de productos deportivos.
  - Opción B: Estrategia de explotación comercial internacional de un equipo o deportista de éxito contrastado.
  - Opción C: Desarrollo de un evento deportivo de participación masiva enmarcado en una acción estratégica de City Marketing.

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:

Actividad formativa	Número de horas
CB6, CB7, CB8, CB9, CB10; CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10; CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9	RA1
CB6, CB7, CB8, CB9, CB10; CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10; CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9	RA2

## 4. CONTENIDOS

El Trabajo de fin de Máster debe respetar un formato, que podrá ser científico (introducción, hipótesis/objetivos, material y método, discusión y conclusiones) o profesional (específico para el contenido y temática del Proyecto) según el itinerario escogido.

El desarrollo del Trabajo Fin de Master se efectuará tomando como base los conocimientos adquiridos durante los diferentes módulos y prácticas académicas externas, no obstante, el alumno será siempre guiado por su tutor que es el que debe autorizarlo para que entregue su Trabajo a la comisión del máster que lo estudiará y lo calificará. Una vez aceptado el Trabajo, el estudiante efectuará su defensa oral y pública en inglés. El tribunal evaluará su exposición y podrá efectuar las preguntas que crea conveniente al estudiante, el cual recibirá la calificación correspondiente.

## 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:

### Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Tutoría virtual	10 h
Elaboración del TFM	138 h
Exposición oral pública del TFM	2 h
<b>TOTAL</b>	<b>150 h</b>

## 7. EVALUACIÓN

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

### Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Documento trabajo fin de master (40% Tribunal y 20% tutor de TFM)	60%
Presentación trabajo fin de master (Exposición oral pública del TFM)	40%

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 la parte correspondiente a la evaluación del Tutor y la parte correspondiente a las preguntas del Tribunal obtengas un equivalente de 5 sobre 10 puntos en cada una de ellas.

### 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 la parte correspondiente a la evaluación del Tutor y la parte correspondiente a las preguntas del Tribunal obtengas un equivalente de 5 sobre 10 puntos en cada una de ellas.

## 8. CRONOGRAMA

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

Actividades evaluables	Fecha
Presentaciones GUÍA DEL TFM	Febrero 2023
Confección de los grupos y selección de temáticas	Febrero 2024
Trabajos TFM	Febrero – septiembre 2024
Depósito del TFM (Convocatoria ordinaria)	6 de septiembre 2024
Presentación TFM	del 19 al 23 de octubre 2024
Depósito del TFM (Convocatoria extraordinaria)	11 de octubre 2024
Presentación Extraordinaria del TFM	del 16 al 20 de noviembre 2024

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

## 9. BIBLIOGRAFÍA

La búsqueda bibliográfica es parte del trabajo autónomo del alumno. El profesor podrá orientar al alumno en esta búsqueda.

## 10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y 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](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## 11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu 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.