

TRABAJOS FIN DE MASTER

Máster de Dirección en Marketing

Coordinadora: Prof. Dra. Mercedes Rozano Suplet

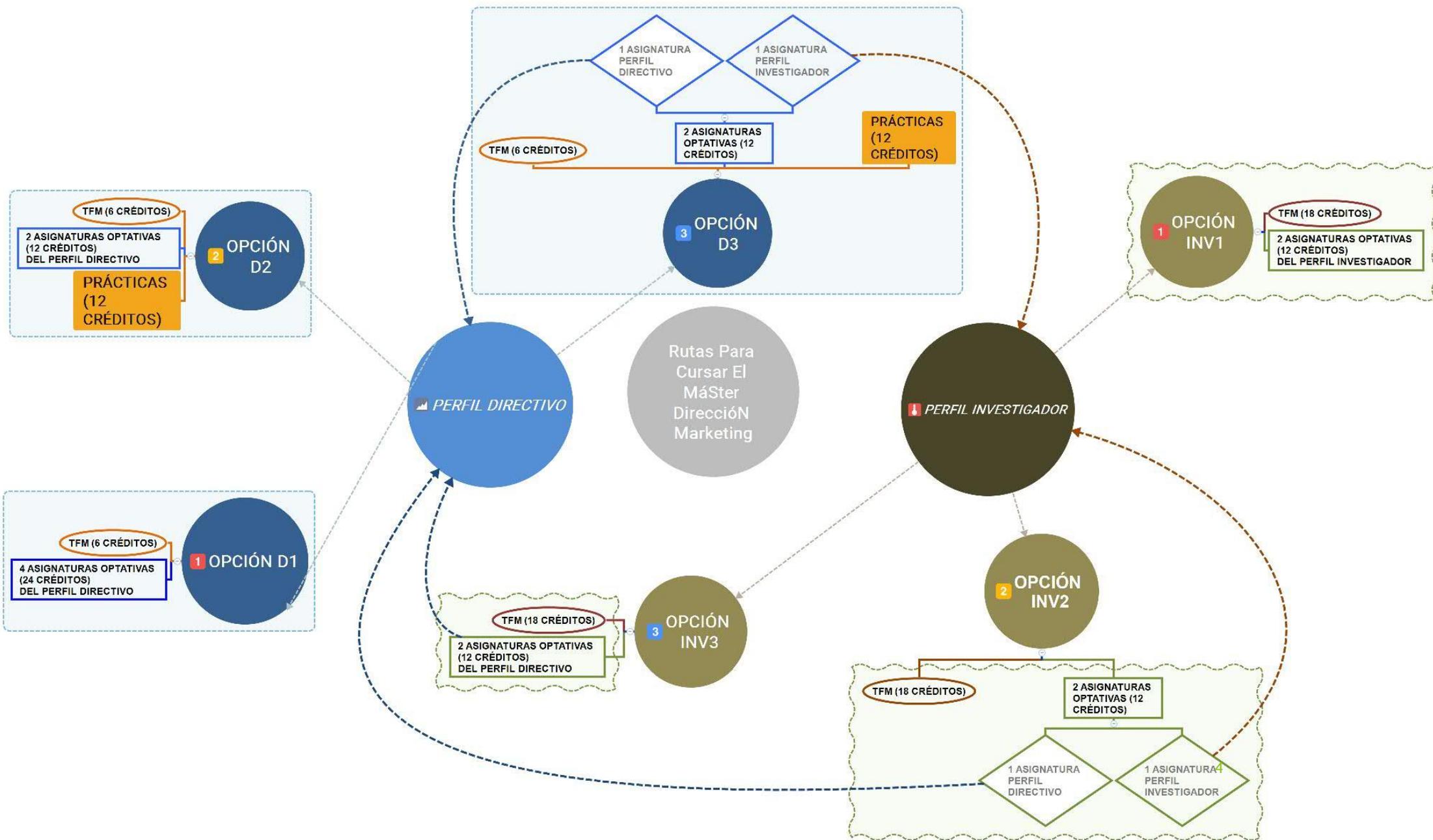
Contenido

1. ITINERARIOS
2. GUÍAS DOCENTES TFM
3. CALENDARIO
4. TEMAS A DESARROLLAR
5. ASPECTOS FORMALES
6. CALIFICACIÓN
7. PREMIOS

Contenido

1. ITINERARIOS
2. GUÍAS DOCENTES TFM
3. CALENDARIO
4. TEMAS A DESARROLLAR
5. ASPECTOS FORMALES
6. CALIFICACIÓN
7. PREMIOS

ITINERARIOS PARA CURSAR EL MÁSTER



Contenido

1. ITINERARIOS
2. GUÍAS DOCENTES TFM
3. CALENDARIO
4. TEMAS A DESARROLLAR
5. ASPECTOS FORMALES
6. CALIFICACIÓN
7. PREMIOS

TODA LA INFORMACIÓN EN LA WEB DEL MÁSTER

<https://www.uam.es/Economicas/MDM/1446774332435.htm?language=es>

The screenshot shows the website for the Master's in Marketing (MDM) at the University of Madrid (UAM). The page is in Spanish and includes the following elements:

- Navigation:** A top navigation bar with links for 'La Facultad', 'Departamentos', 'Estudiantes', 'Estudios', 'Investigación', 'Internacional', and 'Actualidad'. A secondary navigation bar includes 'FUTURO ESTUDIANTE', 'ESTUDIANTE', 'INVESTIGADOR', 'SERVICIOS', 'ACTUALIDAD', and 'INTRANET UAM'.
- Header:** The UAM logo and 'Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales' are displayed. A search bar and language options (English, Spanish) are also present.
- Sidebar:** A list of links for the 'Máster Universitario en Dirección de Marketing' is shown. The link 'Trabajo fin de máster' is circled in red and pointed to by an orange arrow.
- Main Content:**
 - Novedades y actividades:** A section with three news items: 'Participación de estudiantes de primer curso del MDM en el Summer Camp de AECOC 2019' (dated 19/07/2019), 'Acto de graduación fin de curso MDM 2018' (dated 13/07/2019), and 'Memoria de actividades del curso 2018-2019' (dated 31/05/2019).
 - Avisos:** A section with three announcements: 'Comienzo del curso 2019-20 Acto de bienvenida y clases', 'Acceso y admisión a Másteres Oficiales - Curso 2020-2021>', and 'Tasas y precios públicos de Másteres >'. Each announcement includes a small image.
 - Contacto:** A section providing contact information for the MDM, including an email address, phone number, and the name of the coordinator, Mónica Gómez Suárez.
 - Descripción del título:** A section detailing the program's specifics: 'Número de plazas ofertadas: 40', 'Tipo de enseñanza: Presencial', and 'Créditos: 90'.

TODA LA INFORMACIÓN EN LA WEB DEL MÁSTER

<https://www.uam.es/Economicas/MDM/1446774332435.htm?language=es>

1	31394	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL	6.0	Segundo semestre	+
1	31395	RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO	6.0	Segundo semestre	+
2	31396	PREVISIÓN DE VENTAS	6.0	Primer semestre	+
2	31397	MARKETING INTERNACIONAL	6.0	Primer semestre	+
2	31398	DIRECCIÓN DE PERSONAS	6.0	Primer semestre	+
2	31399	TALLER DE COMUNICACIÓN EN MARKETING	6.0	Primer semestre	+
2	31400	TALLER DE MARKETING SECTORIAL	6.0	Primer semestre	+
2	31401	TALLER DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING	6.0	Primer semestre	+
2	31402	PRÁCTICAS EN EMPRESAS	12.0	Primer semestre	+
2	31403	TRABAJO FIN DE MÁSTER	6.0	Anual	+
2	31404	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN ACADÉMICA EN MARKETING	6.0	Primer semestre	+
2	31405	MODELIZACIÓN TEÓRICA EN MARKETING	6.0	Primer semestre	+
2	31406	TRABAJO FIN DE MÁSTER	18.0	Anual	+

Contenido

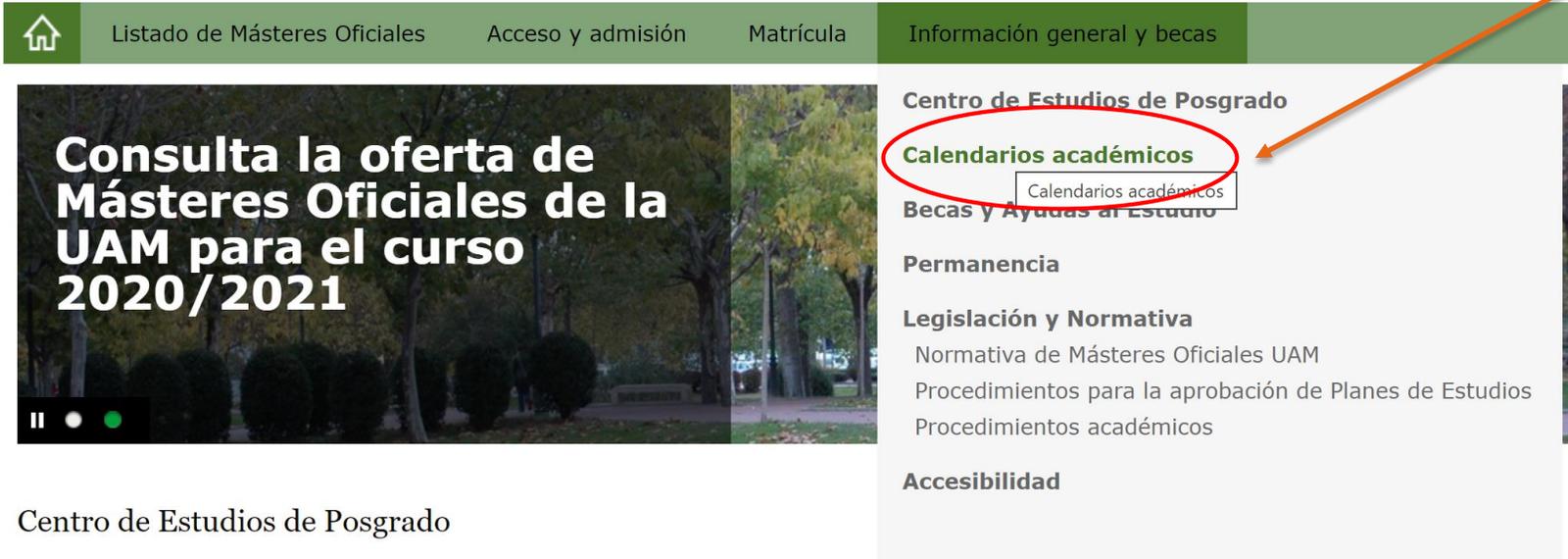
1. ITINERARIOS
2. GUÍAS DOCENTES TFM
3. CALENDARIO
4. TEMAS A DESARROLLAR
5. ASPECTOS FORMALES
6. CALIFICACIÓN
7. PREMIOS

- **INFORMACIÓN Calendario oficial de posgrado 2021-2022):**

https://www.uam.es/CentroEstudiosPosgrado/Home/1446755956185.htm?language=es_ES



Centro de Estudios de Posgrado / UAM



Home | Listado de Másteres Oficiales | Acceso y admisión | Matrícula | Información general y becas

Consulta la oferta de Másteres Oficiales de la UAM para el curso 2020/2021

Centro de Estudios de Posgrado

- Calendarios académicos** (circled in red)
- Calendarios académicos
- Becas y Ayudas al Estudio
- Permanencia
- Legislación y Normativa
 - Normativa de Másteres Oficiales UAM
 - Procedimientos para la aprobación de Planes de Estudios
 - Procedimientos académicos
- Accesibilidad

- **DOS CONVOCATORIAS (2020-2021):**

- **CONVOCATORIA ORDINARIA JULIO:**

- ENTREGA TFM AL TUTOR ULTIMA VERSIÓN*: HASTA 17 JUNIO
- DEFENSA TFM: 22-JUNIO A 9-JULIO
- CIERRE DE ACTAS: 14 JULIO

- **CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA SEPTIEMBRE:**

- ENTREGA AL TUTOR ÚLTIMA VERSIÓN*: HASTA 30 DE JULIO (AGOSTO NO LECTIVO)
- DEFENSA TFM: 7-SEPTIEMBRE-16 DE SEPTIEMBRE
- CIERRE DE ACTAS: 23 DE SEPTIEMBRE

*La última versión del TFM es el documento sobre el que ya se han efectuado las recomendaciones y correcciones indicadas previamente por el tutor.

CALENDARIO

PRIMERA ETAPA (Septiembre-Octubre 2020)

- ▶ RECEPCIÓN DE TEMAS PROPUESTOS POR ESTUDIANTES. MAIL COORDINACIÓN (HASTA 24 SEPTIEMBRE).
- ▶ ASIGNACIÓN DE TUTORES. DEPARTAMENTO DE FINANCIACIÓN E INVESTIGACIÓN COMERCIAL.
- ▶ COMUNICACIÓN POR PARTE DE LA COORDINACIÓN DEL MASTER DE LA ASIGNACIÓN A LOS ESTUDIANTES / TUTORES (E-MAIL) (octubre).
- ▶ PRIMER CONTACTO CON EL TUTOR:
 - ▶ POR E-MAIL (ENVIADO POR ESTUDIANTE) PARA CONCERTAR PRIMERA ENTREVISTA.
 - ▶ ELECCIÓN TEMA. CONSIDERACIÓN DE PROPUESTAS (ANTECEDENTES-JUSTIFICACIÓN).

CALENDARIO

DESARROLLO DEL TFM

(Octubre-Junio* / Julio** 2020)

*Defensa hasta principio julio

** Defensa en septiembre

PERFIL DIRECTIVO: Carga de Trabajo=6 créditos. En la UAM 1 crédito europeo ECTS equivale a 25 horas de trabajo del estudiante. El tiempo total de elaboración de cada TFM (perfil directivo), en número de horas, será $6 \times 25 \text{ horas} = 150 \text{ horas}$.

PERFIL INVESTIGADOR: Carga de Trabajo=18 créditos. El tiempo total de elaboración de cada TFM (perfil investigador), en número de horas, será $18 \times 25 \text{ horas} = 450 \text{ horas}$.

- ▶ **REQUISITO PREVIO:** Haber completado **60 créditos ECTS** del primer curso académico del Máster.
- ▶ Cada tutor/a del TFM determinará el número mínimo de sesiones o tutorías presenciales a las que deberá asistir cada estudiante.
- ▶ Recomendable para el desarrollo del TFM: Adaptar el tiempo dedicado a realizarlo, a fechas de realización de **prácticas** y **asignaturas** de 1^{er} semestre.
- ▶ Si se realiza de forma simultánea a la optativa de prácticas: Ver horario lectivo. **Los responsables del estudiante en la empresa deben cumplir con el horario pactado en el convenio y facilitar que éste acuda a las tutorías fijadas con el profesor.**

Contenido

1. ITINERARIOS
2. GUÍAS DOCENTES TFM
3. CALENDARIO
4. TEMAS A DESARROLLAR
5. ASPECTOS FORMALES
6. CALIFICACIÓN
7. PREMIOS

PERFIL DIRECTIVO (6 CRÉDITOS)

- ▶ Objetivo: conectar el **aprendizaje académico** obtenido de las asignaturas impartidas en el Máster con la **práctica profesional** del Marketing
- ▶ Dos tipos de trabajos:
 - ▶ OPCIÓN 1: Trabajo de Investigación (profesional)
 - ▶ OPCIÓN 2: Plan de Marketing o variantes
- ▶ Extensión aproximada de 30 páginas y hasta 20 adicionales para Bibliografía y Anexos

OPCIÓN 1. TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PROFESIONAL

- ▶ El desarrollo del **trabajo de investigación profesional** se puede referir a cualquiera de los temas abordados a lo largo de los estudios del Máster en Dirección de Marketing, debiendo estar justificada la ejecución de dicho trabajo por su **relevancia científica, empresarial o económica**.
- ▶ El objetivo del TFM se alcanzará seleccionando una empresa, sector, producto, mercado o cliente, que serán objeto de estudio de fuentes secundarias. Para ello, se debe disponer de suficiente información que podrá ser ampliada mediante la recogida de nueva información procedente de fuentes primarias (Ver desarrollo temático AECOC posterior).

OPCIÓN 1. ESTRUCTURA TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PROFESIONAL

Índice

1. Introducción
2. Objetivos y Justificación
3. Desarrollo del contenido del TFM
4. Conclusiones

Bibliografía

Anexos

OPCIÓN 2. PLAN DE MARKETING (O VARIANTES)

- ▶ Caso particular asociado a la realización de prácticas curriculares (asignatura Optativa) o a la experiencia laboral previa en el ámbito de marketing

Índice

1. Resumen Ejecutivo
2. Introducción y antecedentes
3. Misión y Objetivos
4. Análisis externo e interno
5. Desarrollo de estrategias y acciones del plan marketing (o cualquiera de sus variantes: plan de comunicación, plan digital, planificación de canales, lanzamiento de un nuevo producto/marca, etc.)
6. Recomendaciones:
 - Puntos fuertes y aspectos de mejora
 - Propuesta de iniciativas
 - Calendario y presupuesto

Bibliografía

Anexos

PERFIL INVESTIGADOR (18 CRÉDITOS)

- ▶ **Objetivo:** conectar el **aprendizaje académico** obtenido de las asignaturas impartidas en el Máster con la **práctica investigadora** en el área de Marketing.
- ▶ Requiere una reflexión profunda sobre los conocimientos y competencias adquiridas durante el periodo de estudio y su aplicación en un contexto académico.
- ▶ Extensión aproximada de 50 páginas y hasta 20 adicionales para Bibliografía y Anexos

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN ACADÉMICA

- ▶ Se puede referir a cualquiera de los temas abordados a lo largo de los estudios del Máster en Dirección de Marketing, debiendo estar justificada la ejecución de dicho trabajo por su **relevancia científica, empresarial o económica**.
- ▶ Deberá incluir la búsqueda de bibliografía profesional y académica del tema elegido, una investigación que ofrezca una muestra fiel del estado del arte en el ámbito de estudio y un análisis de los resultados alcanzados a partir del cual se haga una propuesta sintética de investigación futura.

ESTRUCTURA TRABAJO INVESTIGACIÓN ACADÉMICA

Índice

1. Introducción, Objetivos y Justificación
2. Metodología
3. Desarrollo
4. Conclusiones
5. Propuesta de futuras líneas de investigación

Bibliografía

Anexos

Contenido

1. ITINERARIOS
2. GUÍAS DOCENTES TFM
3. CALENDARIO
4. TEMAS A DESARROLLAR
5. ASPECTOS FORMALES
6. CALIFICACIÓN
7. PREMIOS

OPCIÓN 2. ASPECTOS FORMALES TFM

PERFIL DIRECTIVO (6 Créditos)

- ▶ **SEGUIR GUÍA DOCENTE** y todas las indicaciones de formato.

[https://secretaria-virtual.uam.es/doa/consultaPublica/look\[conpub\]MostrarPubGuiaDocAs](https://secretaria-virtual.uam.es/doa/consultaPublica/look[conpub]MostrarPubGuiaDocAs)

- ▶ PORTADA Y NOMENCLATURA

- ▶ EXTENSIÓN: APROXIMADAMENTE 30 PÁGINAS + 20 PÁGINAS PARA BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

- ▶ NORMAS DE EDICIÓN ESPECÍFICAS:

- ▶ Tipo de letra
- ▶ Numeración de capítulos, apartados, tablas y figuras; fuentes, citación en texto
- ▶ Notas a pie

- ▶ **IMPORTANTE: CITAS Y BIBLIOGRAFÍA**

OPCIÓN 2. ASPECTOS FORMALES TFM PERFIL INVESTIGADOR (18 Créditos)

- ▶ **SEGUIR GUÍA DOCENTE** y todas las indicaciones de formato.

[https://secretaria-virtual.uam.es/doa/consultaPublica/look\[conpub\]MostrarPubGuiaDocAs](https://secretaria-virtual.uam.es/doa/consultaPublica/look[conpub]MostrarPubGuiaDocAs)

- ▶ PORTADA Y NOMENCLATURA

- ▶ EXTENSIÓN: APROXIMADAMENTE 50 PÁGINAS + 20 PÁGINAS PARA BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

- ▶ NORMAS DE EDICIÓN ESPECÍFICAS:

- ▶ Tipo de letra
- ▶ Numeración de capítulos, apartados, tablas y figuras; fuentes, citación en texto
- ▶ Notas a pie

- ▶ **IMPORTANTE: CITAS Y BIBLIOGRAFÍA**

Contenido

1. ITINERARIOS
2. GUÍAS DOCENTES TFM
3. CALENDARIO
4. TEMAS A DESARROLLAR
5. ASPECTOS FORMALES
6. CALIFICACIÓN
7. PREMIOS

CALIFICACIÓN Y DEFENSA DE TFM

El TFM será evaluado por una Comisión de dos docentes: el tutor y otro docente designado por la Coordinación del Máster y la Dirección del Departamento de Financiación e Investigación Comercial (UDI Marketing).

Sólo se puede defender el trabajo una vez que su tutor/a haya dado su visto bueno y comunique la fecha de defensa y la composición de la comisión evaluadora al estudiante.

LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN son:

- Seguimiento (25%)
- Contenido (50%)
- Defensa y presentación (25%)

Las rúbricas concretas se encuentran publicadas en la web del Máster

La calificación sigue una escala numérica de 0 a 10 con expresión de un decimal:

0-4,9: Suspenso (SS)

5,0-6,9: Aprobado (AP)

7,0-8,9: Notable (NT)

9,0-10: Sobresaliente (SB)

Contenido

1. ITINERARIOS
2. GUÍAS DOCENTES TFM
3. CALENDARIO
4. TEMAS A DESARROLLAR
5. ASPECTOS FORMALES
6. CALIFICACIÓN
7. PREMIOS

PREMIOS

▶ PREMIO MEJOR TFM CÁTEDRA EXCELENCIA COMERCIAL - UAM

www.catedracomercial.es

▶ PREMIO AECOC MEJOR TFM.

- ▶ SÓLO OPCIÓN 1A: Trabajo de Investigación Profesional
- ▶ En función de las líneas de trabajo que define la asociación

www.premiosaecoc.es

PREMIOS CÁTEDRA EXC.COMERCIAL

Cátedra
de Excelencia Comercial

LA CÁTEDRA

AREAS

VENTAJAS

FORO DE EXCELENCIA
COMERCIAL

VANGUARDIA
COMERCIAL

VÍDEO

DESEO FORMAR PARTE
DE LA CÁTEDRA

Es un Convenio de Colaboración entre la Universidad Autónoma de Madrid y Fuerza Comercial Consultoría para el fomento de la docencia, la investigación y la difusión de los conocimientos en Excelencia Comercial, particularmente en lo referente a Dirección Comercial, Marketing y Ventas con el objetivo de poner en valor la función comercial y su gran importancia en el desarrollo de la economía, el bienestar y el avance de la sociedad en general.

ÁREAS

1) INVESTIGACIÓN

sobre el mundo Comercial y como esta evolucionando (comportamientos del consumidor, las Fuerzas de Venta y la Dirección Comercial y Marketing). Mejora de conocimiento en Excelencia Comercial particularmente en lo referente a Dirección Comercial, Marketing y Ventas.

Actividades.: Becas de Investigación.

2) DIFUSIÓN

de las conclusiones de las investigaciones en Foros de Excelencia Comercial. Marco de referencia de resultados , conclusiones y ponencias de expertos en dirección y gestión comercial.

Actividades.: Encuentros Universidad-Empresa.

3) POTENCIACIÓN.

Siendo clave las figuras comerciales dentro del desarrollo económico de nuestro país (8 millones de puestos de trabajo de los 18 millones tienen componente comercial), dignificar y poner en valor la actividad comercial profesional como dinamizador del crecimiento empresarial, la mejora social y el bienestar y el desarrollo de la economía nacional.

PREMIOS AECOC

Más información

Área Universidad-Empresa:
premiosacademicos@aecoc.es

Para conocer las bases o tener más información sobre el concurso visita nuestra web:
www.premiosaecoc.es

Síguenos en nuestras
redes sociales

 @AECOCtalento
 @AECOCtalento



Trabajos de fin de grado y master

AECOC premia los mejores trabajos tutelados sobre temáticas que impulsen la competitividad empresarial en el sector del Gran Consumo.



Organiza

AECOC

Si estás matriculado en último curso de carrera o master, tu trabajo académico nos interesa

¿Qué tipo de trabajos puedes presentar?

- Trabajos de fin de grado o master o resúmenes de los mismos.
- La temática de los trabajos ha de desarrollar aspectos que contribuyan a aumentar la competitividad empresarial en el sector del Gran consumo.

¿Cómo presentar candidaturas?

- Rellena el formulario de inscripción que encontrarás en:
www.premiosaecoc.es
- Fecha límite: **21 de septiembre**



20.000€

Para universitarios y docentes repartidos en 4 categorías:



Marketing y Comercialización



Supply Chain



PepsiCo Sostenibilidad



Tecnología aplicada

En cada categoría se concederá:

- Un primer premio de 4.000 euros (3.000 euros para el autor/a y 1.000 euros para el tutor/a).
- Y un accésit de 1.000 euros para el autor/a.

Oportunidades laborales para universitarios



AECOC