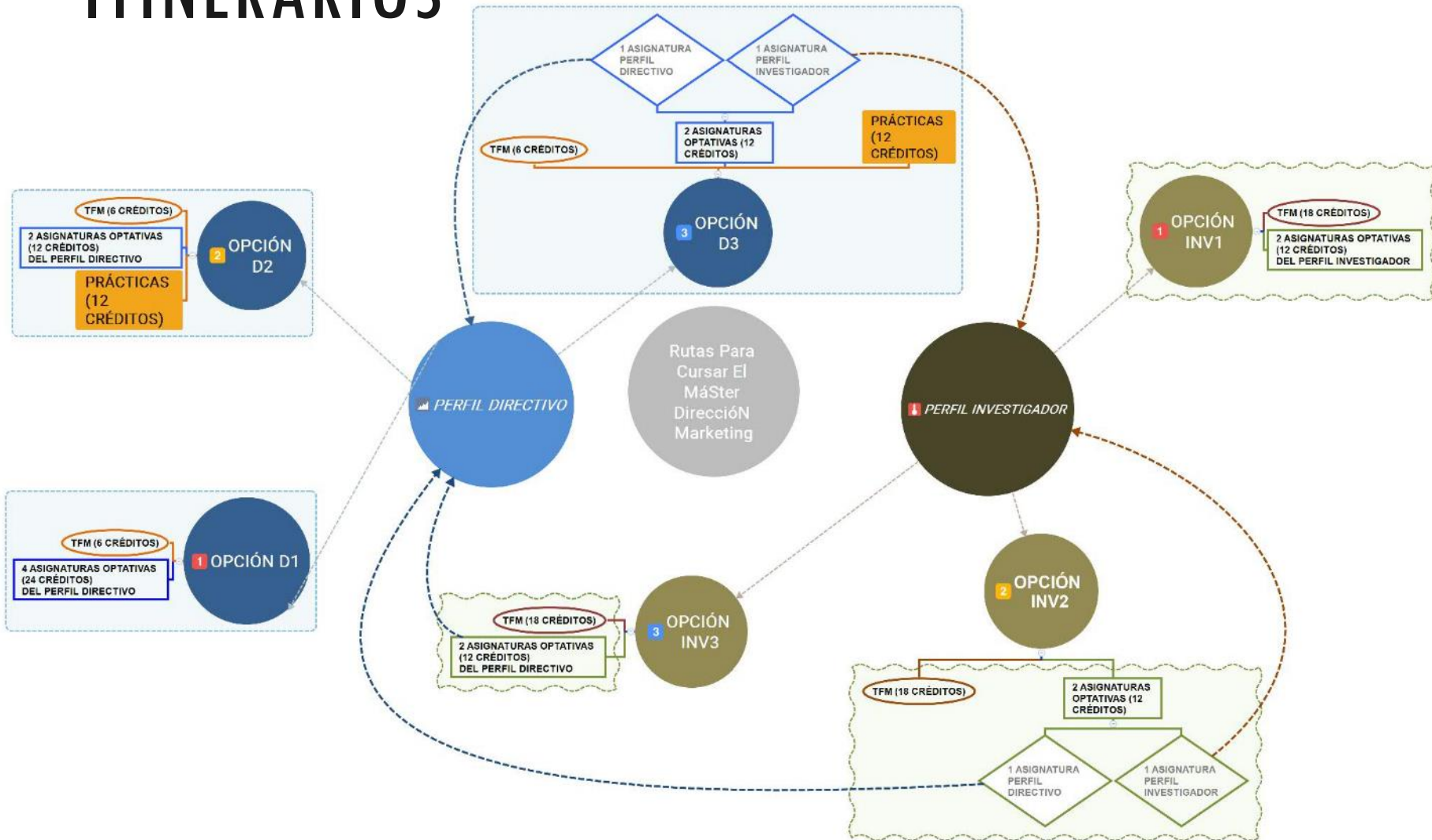


# MÁSTER DE DIRECCIÓN EN MARKETING

Presentación Trabajo Fin  
de Máster (TFM)

1. **Itinerarios**
2. Guías docentes TFM
3. Calendario
4. Temas a desarrollar
5. Aspectos formales
6. Calificación
7. Premios

# ITINERARIOS



# ITINERARIOS

## 1. Perfil **directivo**

- Carga de Trabajo=**6 créditos**.
- El tiempo total de elaboración de cada TFM (perfil directivo), en número de horas, será  $6 \times 25$  horas=**150 horas**.
- Aproximadamente 50 paginas

## 2. Perfil **investigador**

- Carga de Trabajo=**18 créditos**.
- El tiempo total de elaboración de cada TFM (perfil investigador), en número de horas, será  $18 \times 25$  horas=**450 horas**.
- Aproximadamente 70 paginas

1. Itinerarios
2. **Guías docentes TFM**
3. Calendario
4. Temas a desarrollar
5. Aspectos formales
6. Calificación
7. Premios

# GUÍAS DOCENTES TFM

The screenshot shows a web browser displaying the page for the Master's in Marketing (MDM) at the University of Madrid (UAM). The browser's address bar shows the URL: <https://www.uam.es/Economicas/MDM/1446774332435.htm?language=es>. The page features a navigation menu with options like 'FUTURO ESTUDIANTE', 'ESTUDIANTE', 'INVESTIGADOR', 'SERVICIOS', 'ACTUALIDAD', and 'INTRANET UAM'. The main header includes the UAM logo and the text 'Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales'. A secondary navigation bar contains 'La Facultad', 'Departamentos', 'Estudiantes', 'Estudios', 'Investigación', 'Internacional', and 'Actualidad'. The main content area is titled 'Máster Universitario en Dirección de Marketing' and includes a sidebar with links to 'Presentación', 'Información general', 'Admisión y matrícula', 'Profesorado', 'Plan de estudios', 'Horarios y aulas', 'Guías Docentes', 'Trabajo fin de máster', 'Prácticas', 'Movilidad', 'Doctorado e investigación', and 'Calidad'. The main content is divided into three columns: 'Novedades y actividades' (listing events like 'Participación de estudiantes de primer curso del MDM en el Summer Camp de AECOC 2019' and 'Acto de graduación fin de curso MDM 2018'), 'Avisos' (listing 'Comienzo del curso 2019-20 Acto de bienvenida y clases' and 'Acceso y admisión a Másteres Oficiales - Curso 2020-2021>'), and 'Contacto' (providing email, phone, and address information for the MDM program).

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

# GUÍAS DOCENTES TFM

|   |       |  |      |                  |   |
|---|-------|--|------|------------------|---|
| 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            |  |

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

1. Itinerarios
2. Guías docentes TFM
3. **Calendario**
4. Temas a desarrollar
5. Aspectos formales
6. Calificación
7. Premios



# CALENDARIO

https://uam.es/CentroEstudiosPosgrado/Calendarios-académicos/1446755969438.htm?language=es\_ES&nodepath=...



[Directorio](#) | [Biblioteca](#) | [Alumni UAM](#)

## Centro de Estudios de Posgrado / UAM



[Listado de Másteres Oficiales](#)

[Acceso y admisión](#)

[Matrícula](#)

**[Información general y becas](#)**

[Inicio](#) / [Información general y becas](#)

Compartir: [f](#) [t](#) [in](#) [w](#)

### Calendarios Académicos

#### Área de descargas

 [Calendario Académico 2021/22](#) [237KB]

 [Calendario Académico 2020/21](#) [246KB]

| <i>SEGUNDO SEMESTRE</i>                                  |                         |
|--|-------------------------|
| Docencia y evaluación ordinaria al final del periodo (1) | 31-enero a 2-junio-2022 |
| Cierre de actas (1)                                      | Hasta 9-junio-2022      |
| Evaluación del TFM (2)                                   | Hasta 8-julio-2022      |
| Cierre de actas del TFM (2)                              | Hasta 14-julio-2022     |

| <i>EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA</i> |                           |
|----------------------------------|---------------------------|
| Periodo de evaluación            | De 8-junio a 2-julio-2022 |
| Cierre de actas                  | Hasta 6-julio-2022        |
| Evaluación del TFM               | Hasta 20-septiembre-2022  |
| Cierre de actas del TFM          | Hasta 22-septiembre-2022  |

# DOS CONVOCATORIAS (2020-2021)

## Convocatoria ordinaria julio:

- Entrega TFM al tutor última versión\*: hasta 17 junio 2022
- Defensa TFM: 20-junio a 8-julio 2022
- Cierre de actas: 14 julio 2022

## Convocatoria extraordinaria septiembre:

- Entrega al tutor última versión\*: hasta 29 de julio 2022 (agosto no lectivo)
- Defensa TFM: 12-septiembre-20 de septiembre 2022
- Cierre de actas: 22 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 2021)

## 1. Recepción de uno o dos **temas propuestos** por estudiantes.

- Ver perfiles e investigación de los investigadores
- A través de Moodle. En septiembre

## 2. **Asignación de tutores** del Dpto. de Financiación e Investigación Comercial.

- Comunicación por parte de la coordinación del master
- Asignación a los estudiantes/tutores (e-mail)
- En octubre

## 3. **Primer contacto** con el tutor

- Por e-mail (enviado por estudiante) para concertar primera entrevista
- Elección tema. Consideración de otras propuestas...

# TEMAS PROPUESTOS

## MDM – Propuesta TFM – JP Charron

**Tema preferido:** Segmentación dinámica y su impacto sobre el comportamiento del consumidor en la industria de la moda.

**Tutor preferido:** Mercedes Rozano

**Antecedentes:** En 2017, el gasto publicitario global en Internet representó casi el 40% (Zenith Media, 2018). El marketing online ofrece enormes oportunidades para llegar a los consumidores con contenido publicitario personalizado para satisfacer sus preferencias e intereses. La segmentación dinámica es una de las herramientas de marketing digital que permite mostrar anuncios personalizados a los consumidores mediante el uso de información de su navegación previa en el sitio web de la empresa. Sin embargo, todavía se desconoce cómo afecta el comportamiento del consumidor.

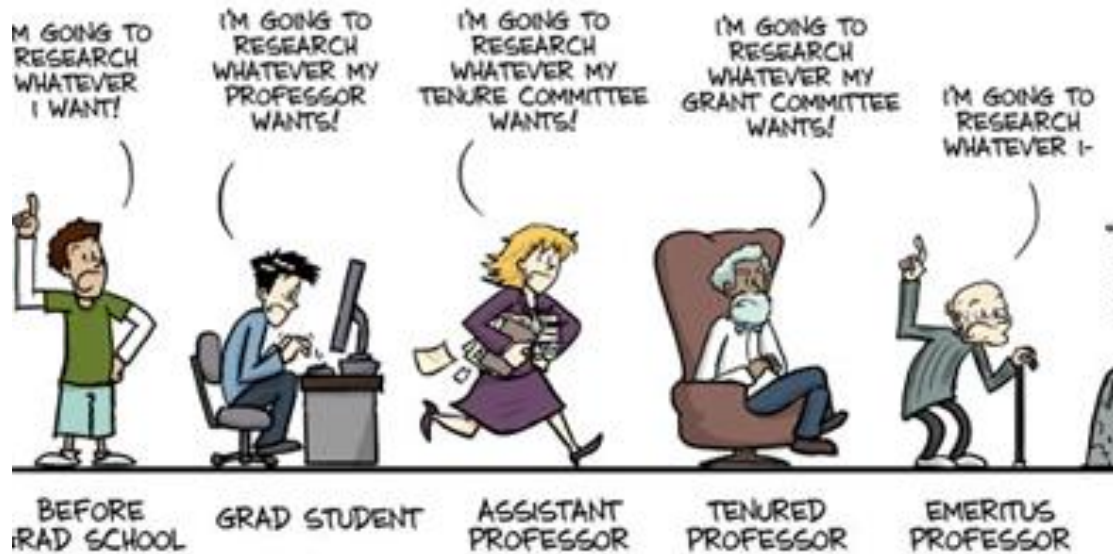
**Objetivos:** Este TFM tiene como objetivo explorar como la segmentación dinámica afecta la actitud de los consumidores hacia estos anuncios y la intención de compra. El enfoque debe estar específicamente en la industria de la moda.

**Metodología:** El TFM será de enfoque cuantitativo. La revisión de la literatura brindará una descripción general de la literatura actual, las brechas de investigación y la relevancia del trabajo para la industria de la moda. Se utilizará un marco teórico para delimitar el problema y formular un argumento. Asimismo, se usarán encuestas online para medir las actitudes y las intenciones de los participantes. Usaré SPSS para analizar los datos y hacer una regresión múltiple. Una conclusión propondrá una serie de recomendaciones para los responsables de marketing digital de la industria de la moda.

### Referencias

Zenith Media, 2018, Previsiones de gasto publicitario de diciembre de 2018, consultado el 3 de marzo de 2019, <https://s3.amazonaws.com/media.mediapost.com/uploads/ZenithDecember2018AdForecast.pdf>

# THE EVOLUTION OF INTELLECTUAL FREEDOM



WWW.PHDCOMICS.COM

## TEMAS PROPUESTOS

La elección del tema es responsabilidad del alumno

La elección de la metodología es responsabilidad del alumno

La elección de los objetivos de investigación es responsabilidad del alumno

Los tutores dan consejos, pero **no toman las decisiones** para el alumno

# REQUISITOS PREVIOS

Haber **completado 60 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 1er 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.

1. Itinerarios
2. Guías docentes TFM
3. Calendario
4. **Temas a desarrollar**
5. Aspectos formales
6. Calificación
7. Premios

# TEMAS A DESARROLLAR

## 1. Perfil directivo (6 ECTS)

**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 (**EXCEPCIÓN**)

Extensión aproximada de 30 páginas y hasta 20 adicionales para Bibliografía y Anexos

## 2. Perfil investigador (18 ECTS)

**Objetivo:** Conectar el aprendizaje académico obtenido de las asignaturas impartidas en el Máster con la *práctica investigadora* del 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



# ESTRUCTURA TRABAJO:

## 1. PERFIL DIRECTIVO (6 ECTS)

### **Opción 1:** Trabajo de Investigación (profesional)

- Índice
- Introducción
- Objetivos y Justificación
- Desarrollo del contenido del TFM
- Conclusiones
- Bibliografía
- Anexos

### **Opción 2:** Plan de Marketing o variantes (**EXCEPCIÓN**)

- Índice
- Resumen Ejecutivo
- Introducción y antecedentes
- Misión y Objetivos
- Análisis externo e interno
- Desarrollo de estrategias y acciones del plan marketing (o cualquiera de sus variantes: plan de comunicación, plan de lanzamiento de un nuevo producto/marca, etc.)
- Recomendaciones:
  - Puntos fuertes y aspectos de mejora
  - Propuesta de iniciativas
  - Calendario y presupuesto
- Bibliografía
- Anexos

# ESTRUCTURA TRABAJO:

## 2. PERFIL INVESTIGADOR (18 ECTS)

Se puede referir a cualquiera de los temas abordados a lo largo de los estudios del MDM

- debiendo estar justificada la ejecución de dicho trabajo por su **relevancia científica, empresarial y/o económica**.

Deberá incluir

- la búsqueda de bibliografía académica del tema elegido
- una investigación que ofrezca una muestra fiel del estado del arte en el ámbito de estudio
- un análisis de los resultados alcanzados a partir del cual se haga una discusión de los resultados

- Índice
- Introducción, Objetivos y Justificación
- Metodología
- Desarrollo
- Conclusiones
- Propuesta de futuras líneas de investigación
- Bibliografía
- Anexos

1. Itinerarios
2. Guías docentes TFM
3. Calendario
4. Temas a desarrollar
5. **Aspectos formales**
6. Calificación
7. Premios

# ASPECTOS FORMALES

Portada y nomenclatura

Extensiones máximas

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

**Seguir guía docente y todas las indicaciones de formato**

# ASPECTOS FORMALES

El TFM cumplirá las siguientes normas de edición:

- El tipo de letra será Times New Roman, 12 puntos con márgenes 2,5 cm, interlineado 1,5.
- Los títulos de los capítulos irán en 14 puntos y negrita y los títulos de los apartados de cada capítulo en tamaño 12 puntos y negrita.
- Los capítulos se numerarán en orden creciente (1,2,3,..), así como sus apartados correspondientes (1.1, 1.2, 1.3,...)
- Las tablas o cuadros que contengan datos numéricos y las figuras o gráficos con algún tipo de representación se numerarán con doble dígito...
- Las notas se reflejarán siguiendo un orden correlativo. Su explicación se incluirá a pie de página.

**Recomendaciones desde los temas propuestos:**

1. Usar un gestor de referencias (p.ej., Zotero at <https://www.zotero.org/> )
2. Usar los “Estilos” en Word

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:

- Normalmente, 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

- Se comunique la fecha de defensa y la composición de la comisión evaluadora al estudiante.

Criterios de evaluación:

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

Las rúbricas concretas se encuentran publicadas en la web del MDM

1. Itinerarios
2. Guías docentes TFM
3. Calendario
4. Temas a desarrollar
5. Aspectos formales
6. Calificación
7. Premios



# PREMIOS

## Premio AECOC mejor TFM

Solo opción 1A: Trabajo de Investigación Profesional

En función de las líneas de trabajo que define la asociación

[www.premiosaecoc.es](http://www.premiosaecoc.es)

<https://www.aecoc.es/sobre-aecoc/proyectos-sociales/premios-aecoc/premios-academicos/>

## Premio mejor TFM Cátedra Excelencia Comercial – UAM

[www.catedracomercial.es](http://www.catedracomercial.es)



# PREMIOS AECOC

## Más información

Área Universidad-Empresa:  
[premiosacademicos@aecoc.es](mailto:premiosacademicos@aecoc.es)

Para conocer las bases o tener más información sobre el concurso visita nuestra web:  
[www.premiosaecoc.es](http://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](http://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



**KEEP  
CALM  
AND  
TFM**