

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

**ASIGNATURA:** Trabajo Fin de Máster

**PLAN DE ESTUDIOS:**

Máster Universitario en Dirección y Gestión en Marketing Digital y Social Media (OMA-MARKDIG)

**GRUPO:** 2526-01

**CENTRO:** Facultad de Ciencias Sociales

**CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:** Trabajo Fin de Máster

**ECTS:** 6,0

**CURSO:** 1º

**SEMESTRE:** 2º Semestre

## DATOS DEL PROFESOR

**NOMBRE Y APELLIDOS:** CAROLINA PASCUAL PÉREZ

**EMAIL:** [cpascual@uemc.es](mailto:cpascual@uemc.es)

**TELÉFONO:** 983 00 10 00

### Datos profesor

Los estudiantes tienen a su disposición en el Open Campus el aula de Trabajo Fin de Máster donde podrán encontrar la documentación aplicable y el calendario de las actividades de entregas previstas así como el calendario para su desarrollo.

Desde la Dirección del TFM, se realiza una sesión informativa para explicar en qué consiste la asignatura de TFM, el proceso para solicitar tutor/a y los plazos para conseguir defender el proyecto ante un Tribunal.

El/La tutor/a asignado/a a cada estudiante realiza una sesión de tutoría inicial para explicar cómo elaborar el trabajo, y cuál va a ser la comunicación entre estudiante y tutor/a para corregir y valorar el trabajo.

La asignación de tutores se podrá realizar de acuerdo con los siguientes criterios:

- Las áreas de conocimiento de cada tutor/a.
- La carga docente y administrativa de cada tutor/a, así como el número de trabajos asignados para su tutorización.
- El expediente del estudiante

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

El Trabajo de Fin de Máster (TFM) supone la realización por parte del estudiante de un proyecto, memoria o trabajo original, autónomo e individual, que se llevará a cabo bajo la orientación de un/a tutor/a y que permitirá al estudiante mostrar de forma integrada los contenidos formativos recibidos y las competencias adquiridas asociadas al título de Máster, que han de ser sintetizadas, reflexionadas y aplicadas en esta materia.

El estudiante deberá desarrollar el TFM y presentarlo para su defensa oral ante un Tribunal de tal manera que demuestre los conocimientos y capacidades adquiridos en las áreas de conocimiento de este Máster, teniendo en cuenta el carácter multidisciplinar del mismo y su orientación a la especialización profesional tal y como se establece en el Reglamento vigente disponible en <https://www.uemc.es/p/trabajo-fin-de-master>.

Para la realización y defensa del TFM son necesarios los conocimientos y competencias de cada una de las materias que componen el programa de la titulación.

Para cursarlo es necesario haber superado o estar matriculado de todas las asignaturas requeridas para finalizar el

plan de estudios.

El TFM solo podrá ser defendido cuando el estudiante haya aprobado el resto de las asignaturas que integran el título en su totalidad. Por tanto, el estudiante debe tener todo aprobado para solicitar su defensa en las fechas establecidas en el calendario de la asignatura. Si realiza la solicitud sin tener todas las asignaturas aprobadas, se le denegará la defensa en esa convocatoria.

## COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

### COMPETENCIAS BÁSICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

### COMPETENCIAS GENERALES:

- GC1. Competencia para analizar una marca o negocio, su sector y los competidores, identificando sus necesidades clave para mejorar los resultados, así como para seleccionar los métodos más adecuados que permitan alcanzar estos objetivos, adoptando un enfoque estratégico y pragmático al diseñar propuestas de acción efectivas.
- GC2. Competencia para diseñar e implementar un Plan de Marketing Digital, aprovechando herramientas clave como redes sociales, SEO, SEM, comercio electrónico y CRM, entre otras, además de la capacidad para integrar nuevas tecnologías que optimicen la ejecución de las estrategias, asegurando la eficiencia y efectividad en el alcance de los objetivos de marketing.
- GC3. Competencia para evaluar resultados, y redireccionar cualquier estrategia en función de métricas y analítica de datos.
- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- SC1.1\_Comprender la segmentación y el público objetivo de un proyecto, así como de las distintas plataformas digitales de marketing que será necesario activar.
- SC1.2\_Definir la propuesta de valor de un negocio, entendiendo sus valores diferenciales y sus aportaciones al sector.
- SC2.1\_Diseñar y gestionar perfiles de empresa en las distintas redes sociales, así como crear un ambiente web-blog bien posicionado en buscadores
- SC2.2\_Diseñar campañas publicitarias en buscadores y redes sociales
- SC2.3\_Valorar el CRM y sus implicaciones en la organización en los entornos digitales
- SC2.4\_Diseñar un plan de marketing y ejecutar las estrategias que en él se indiquen recurriendo al uso de las herramientas digitales, con mayor peso en el aprendizaje de las redes sociales.
- SC3.1\_Descubrir los obstáculos de crecimiento en un negocio mediante una valoración cualitativa y cuantitativa.
- CO1.1\_Comprender cómo las fórmulas tradicionales del marketing se integran con las nuevas tendencias y tecnologías, y evaluar su impacto en la adaptación a los cambios del mercado.
- CO1.2\_Conocimiento de las técnicas de investigación, tanto tradicionales como modernas, que facilitan una comprensión profunda de los clientes y sus necesidades.

- CO1.3\_Conocer los diferentes modelos de negocio, sus patrones y metodologías de trabajo
- CO2.1\_Valorar los conceptos clave que guían la estrategia de marketing, facilitando la creación de campañas más efectivas y alineadas con los objetivos.
- CO2.2\_Valorar las tecnologías emergentes en marketing digital, aprovechando las herramientas innovadoras disponibles para potenciar las acciones de comunicación y promoción.
- CO3.1\_Conocer en profundidad las estrategias para gestionar crisis reputacionales en redes sociales, web corporativa y campañas publicitarias, protegiendo la imagen de la marca.
- HD1.1\_Entender el sector al que pertenece un negocio e identificar a sus competidores principales a considerar estratégicamente
- HD1.2\_Diseñar y diversificar presupuestos tanto para campañas publicitarias como para la gestión de marketing de influencia
- HD2.1\_Elaborar un estudio de palabras clave enfocado en optimizar el posicionamiento en buscadores
- HD2.2\_Utilizar las herramientas digitales de diagnóstico, planificación, publicación, diseño y ejecución vinculadas a todos los canales de marketing digital
- HD2.3\_Aplicar las nuevas tecnologías emergentes a las necesidades que proponga el Plan de Marketing en redes sociales con resultados medibles
- HD2.4\_Manejar herramientas para el análisis y optimización de las campañas publicitarias
- HD2.5\_Diseñar una web o ecommerce acorde a las necesidades y objetivos de una empresa
- HD2.6\_Desarrollar estrategias para distribuir de manera efectiva y jerárquica contenido de valor en diferentes canales digitales, como redes sociales, sitios web y blogs, con el fin de atraer, involucrar y fidelizar a la audiencia a largo plazo.
- HD2.7\_Trabajar con los diferentes métodos de diseño, planificación y programación de contenidos audiovisuales
- HD3.1\_ Interpretar las métricas de las herramientas de medición y extraer conclusiones a partir de ellas.
- CT1.1\_Guardar la confidencialidad y la discreción en el trato con el cliente y en el uso de sus datos de negocio.
- CT1.2\_ Interactuar de forma apropiada con los clientes o encargados de proyecto, así como con los compañeros de tareas a desempeñar.
- CT1.3\_Entender las necesidades del usuario que recibirá los mensajes diseñados en el plan de marketing o usará sus elementos
- CT2.1\_Poder expresarse de forma oral y escrita con claridad, recurrir a un lenguaje específico a la hora de comunicar los mensajes de una estrategia de marketing.
- CT3.1\_Saber convencer de las necesidades que requiere un proyecto, apoyándose en valores cualitativos y cuantitativos.

**PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA**

**METODOLOGÍAS:**

El estudiante deberá desarrollar el trabajo y presentarlo para su defensa oral ante un Tribunal de tal manera que demuestre los conocimientos y capacidades adquiridos en las áreas de conocimiento del plan de estudios.

**MÉTODO DIDÁCTICO:**

No aplica

**MÉTODO DIALÉCTICO:**

No aplica

**MÉTODO HEURÍSTICO:**

Esta asignatura tiene un carácter eminentemente práctico, aunque fundamentado en los conocimientos teóricos del estudiante. El estudiante contará con la ayuda y supervisión de un/a tutor/a académico/a, cuyas principales funciones comprenden: orientar en la definición del contenido del trabajo y los objetivos a conseguir, guiar al estudiante en su desarrollo, realizar el seguimiento e instar al estudiante a realizar las correcciones necesarias para la presentación y defensa del trabajo. Dicho/a tutor/a no podrá formar parte del Tribunal calificador. El/La tutor/a trasladará el trabajo del estudiante, si éste cumple con los mínimos exigibles, para la valoración previa por parte del Tribunal e informará al estudiante dichas valoraciones.

**CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:**

El/La director/a de TFM publicará en el aula de TFM el calendario de defensa de los Trabajos de fin de Máster en los plazos establecidos y enviará a los miembros del Tribunal y tutores las instrucciones precisas para completar todo el procedimiento, así como la documentación a cumplimentar durante la defensa.

La organización y distribución temporal por semanas del trabajo comprende un calendario que se completará por cada estudiante con su tutor/a académico/a en lo que respecta a la tutoría personal y a la entrega de actividades previstas en este calendario.

Tras la entrega final del trabajo por parte del estudiante, es necesario que el/la tutor/a dé el visto bueno para que se pueda solicitar la defensa.

El/La tutor/a cumplimentará una rúbrica de calificación en base a una serie de Items específicos establecidos por el director/a de TFM de la titulación.

En el caso de obtener al menos 5 puntos sobre 10, el/la tutor/a calificará como APTO el trabajo y el estudiante podrá proceder a la solicitud de defensa de su TFM, en la primera convocatoria disponible en la que cumpla el requisito de tener el resto de las asignaturas de la titulación superadas.

Una vez que el estudiante haya solicitado la defensas de su TFM y comprobado que se cumple este requisito, el/la director/a de TFM creará un Tribunal de evaluación para la defensa.

La defensa pública del Trabajo de Fin de Máster se desarrollará a través de una plataforma de videoconferencia, que permita la interacción en tiempo real entre el estudiante y el Tribunal. Si la defensa del estudiante no pudiese llevarse a cabo por problemas técnicos o de otra índole, se debe trasladar esta situación por parte del presidente/a del Tribunal al Director/a de TFM, quien tras evaluar las circunstancias acontecidas podrá emplazar al estudiante y al Tribunal a una nueva fecha.

El Tribunal cumplimentará una rúbrica de calificación en base a una serie de Items específicos establecidos por el/la director/a de TFM de la titulación, evaluando la exposición y defensa del trabajo realizado por el estudiante.

En el caso de obtener al menos 5 puntos sobre 10, el estudiante habrá superado la asignatura. La defensa del TFM ante Tribunal es obligatoria, por lo que no se considerará aprobada esta asignatura cuando no se haya realizado dicha defensa.

La defensa del TFM sólo se podrá realizar por el estudiante cuando haya aprobado todas las asignaturas, por lo que no podrá realizar dicha defensa en la convocatoria ordinaria si no ha aprobado alguna de ellas. No obstante, el estudiante podrá realizar el TFM en las fechas de la convocatoria, aunque tendrá que realizar la defensa en la convocatoria extraordinaria siempre que tenga aprobadas todas las asignaturas.

La defensa del Trabajo de Fin de Máster se realizará de forma oral ante un Tribunal, del que no podrá formar parte el/la tutor/a académico/a, y que consistirá en una exposición y un turno de preguntas. En la exposición, el estudiante deberá indicar los objetivos, la metodología, el contenido y las conclusiones de su TFM en el plazo de tiempo establecido de antemano. Le seguirá un breve turno de valoraciones, comentarios o preguntas por parte del Tribunal a las que el estudiante deberá contestar.

El/La director/a de TFM de la titulación teniendo en cuenta ambas rúbricas calificará en acta al estudiante. Una

vez el estudiante visualice la calificación en su campus virtual (GUÍA), podrá solicitar la expedición de su título mediante solicitud a secretaría a través de la aplicación de “Presentar solicitud y/o reclamación” disponible en MI UEMC.

**EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:**

**CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:**

El sistema de evaluación de esta asignatura está regulado y descrito en el Reglamento de la UEMC 2/2014, de 19 de mayo, de estudios oficiales de máster que, entre otras especificaciones establece que el TFM debe ser evaluado una vez que se tenga constancia fehaciente de que el estudiante ha superado todas las materias del título y dispone, por tanto, de todos los créditos necesarios para la obtención del título de Máster Universitario, salvo los correspondientes al propio TFM.

La matrícula dará derecho a dos convocatorias oficiales y no podrá exceder en ningún supuesto de dos cursos académicos. Si no supera el TFM en ninguna de esas dos convocatorias deberá volver a matricularse en el siguiente curso académico.

El estudiante deberá presentar el TFM atendiendo a la normativa de edición que fija la UEMC y que será comunicada en tiempo y forma. Cualquier otra información relevante le será proporcionada a través del Open Campus.

La calificación del TFM podrá ser SUSPENSO (< 5), APROBADO (> ó = 5 y < 7), NOTABLE (> ó = 7 y < 9), SOBRESALIENTE (> ó = 9 y < 10) o MATRÍCULA DE HONOR. Los trabajos que opten a la matrícula de honor deberán haber obtenido previamente la calificación numérica de 10 por unanimidad del Tribunal. Los plagios y copias en los TFM tendrán la calificación de 0 en la asignatura.

Contra el dictamen de calificación del Tribunal del TFM, el estudiante tendrá derecho, en el plazo de 3 días, contados a partir del día siguiente a la fecha de defensa del TFM, a reclamar ante la Comisión Académica del Máster, conforme a lo dispuesto en el Reglamento de Ordenación Académica. Esta reclamación la realizará atendiendo a lo establecido en la normativa de la Universidad.

**EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:**

**CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:**

En la convocatoria extraordinaria el estudiante dispone de un período de defensa de acuerdo con lo establecido en el calendario académico aprobado y disponible en el aula del TFM.

**SISTEMAS DE EVALUACIÓN:**

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Ejecución de prácticas	70%
Pruebas orales	20%
Técnicas de observación	10%