

Guía docente de la asignatura

Fecha de aprobación por la Comisión Académica: 08/03/2024

Competencias para la Preparación de Proyectos y del Trabajo Fin de Máster (M01/56/2/34)

Máster

Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor

MÓDULO

- Modulo 3. Competencias para la Preparación de Trabajo Fin de Master
- Modulo 3. Competencias para la Preparación de Proyectos y del Trabajo Fin de Master

RAMA

Ciencias Sociales y Jurídicas

CENTRO RESPONSABLE DEL TÍTULO

Escuela Internacional de Posgrado

Semestre

Anual

Créditos

6

Tipo

Obligatorio

Tipo de enseñanza

Enseñanza Virtual

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Máster)

Durante la realización de este módulo el/la alumno/a abordará los siguientes contenidos:

Seminario 1. Claves para el trabajo fin de máster.

Seminario 2. Gestión de bases de datos aplicadas a las ciencias sociales.

Seminario 3. Introducción al análisis de datos.

Seminario 4. Prácticas de análisis multivariante.

Seminario 5. Simulación de marketing.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS

- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en 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 de problemas 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

Conocimientos y contenidos (C):

- C01 Posee y comprende 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.
- C02 Conoce el software específico en el ámbito de estudio.
- C03 Lleva a cabo actividades orientadas a un aprendizaje basado en la acción-experiencia que facilitará la apropiación e integración de destrezas y conocimientos.

Habilidades y destrezas (HD):

- HD01 Aplica los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- HD02 Adquiere habilidades para la comprensión cognitiva
- HD03 Potencia la conexión con el entorno, con las empresas, instituciones y administraciones públicas.
- HD04 Aplica las nuevas tecnologías de la información y comunicación al desarrollo teórico-práctico de la docencia y aprendizaje de doctorado, así como a la gestión de los cursos, mediante la utilización de la gama de posibilidades que las TIC ofrecen.
- HD07 Elabora adecuadamente y con cierta originalidad composiciones escritas o argumentos motivados, de redactar planes, proyectos de trabajo o artículos científicos o de formular hipótesis razonables que pueden ser aplicables al ámbito académico y el profesional.
- HD08 Presenta públicamente ideas, procedimientos o informes de investigación, de transmitir emociones o de asesorar a personas y a organizaciones.
- HD09 Posee la habilidad de aprendizaje para el estudio autodirigido o autónomo.
- HD10 Demuestra capacidad para la resolución de problemas y tomar decisiones.



- HD11 Maneja y gestiona la información.
- HD12 Aplica los conocimientos a la práctica.

Competencias (COM):

- COM01 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.
- COM02 Ser capaz de 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.
- COM03 Capacitar para trabajar en equipo.
- COM05 Integrar sus conocimientos en un ámbito profesional.
- COM06 Poseer la capacidad de análisis y síntesis.
- COM07 Capacitar para la organización y planificación.
- COM08 Adquirir habilidades para la comunicación oral y escrita.
- COM09 Capacitar para el razonamiento crítico y autocrítico.
- COM10 Capacitar para el diseño y gestión de proyectos.
- COM11 Desarrollar habilidades como la empatía, la comunicación no verbal o la negociación.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

TEÓRICO

Durante la realización de este módulo el/la alumno/a abordará los siguientes contenidos:

Seminario 1. Claves para el trabajo fin de máster.

Seminario 2. Gestión de bases de datos aplicadas a las ciencias sociales.

Seminario 3. Introducción al análisis de datos.

Seminario 4. Prácticas de análisis multivariante.

Seminario 5. Simulación de marketing.

PRÁCTICO



BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

Seminario 1. Claves para el Trabajo Fin de Máster.

- Real Decreto 1393/2007 y Real Decreto 861/2010 sobre ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales
- Directrices de la Universidad de Granada para el desarrollo de la asignatura “Trabajo Fin de Máster” (aprobada en Consejo de Gobierno 4 de marzo de 2013).
- Criterios para la realización del Trabajo Fin de Máster (TFM) aprobados por la Comisión Académica del Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor.

Seminario 2. Gestión de bases de datos aplicadas a las ciencias sociales.

- Guías Proquest: <http://proquest.libguides.com/spanish/refworks> Webinars grabados de Flow <https://goo.gl/dFxfhv>
- Cursos online Biblioteca UGR: <http://sw1.ugr.es/biblioteca> Seminario 3.

Seminario 3. Introducción al análisis de datos.

- Tabachnick, B.G.; Fidell, L.S. (2013): Using multivariate statistics. Pearson.
- Hair, J.F.; Black, W.C.; Babin, B.J.; Anderson, R.E. (2010): Multivariate data analysis. Pearson.
- Luque Martínez, T. (1997). Investigación de marketing. Ariel, Barcelona.

Seminario 4. Prácticas de Análisis Multivariante.

- Luque-Martínez, T. (coord.) (2012). Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados. Pirámide Madrid
- Kline, R.B. (2015): Principles and practice of structural equation modeling. Guilford Press.

Seminario 5. Simulación de Marketing.

- Best, R. J. (2007). Marketing Estratégico. Pearson. Madrid
- Larreche, J.-C.; Gatignon, H. y Triolet, R. (2015). Markstrat by Stratx. Participant Handbook. Durable consumer goods. Stratx (versión descargable desde <http://www.stratxsimulations.com>)

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ENLACES RECOMENDADOS

Seminario 2. Gestión de bases de datos aplicadas a las ciencias sociales:

- Instrucciones para la creación de una VPN en la universidad de Granada: <https://csirc.ugr.es/informatica/RedUGR/VPN/ConfVPN/>

Seminario 5. Simulación de marketing:



- <http://web.stratxsimulations.com/simulation/strategic-marketing-simulation/>

EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

EVALUACIÓN ORDINARIA

Las metodologías de aprendizaje serán:

- MD02 Sesiones de discusión y debate
- MD06 Ejercicios de simulación
- MD07 Realización de trabajos en grupo
- MD08 Análisis de fuentes y documentos
- MD09 Realización de trabajos individuales

El artículo 17 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que la convocatoria ordinaria estará basada preferentemente en la evaluación continua del estudiante, excepto para quienes se le haya reconocido el derecho a la evaluación única final.

DESCRIPCIÓN DE SEMINARIOS.

Seminario 1: Claves para la realización del trabajo fin de máster (1 ECTS)

Seminario 2: Gestión de bases de datos bibliográficas (1 ECTS)

Seminario 3: Introducción al análisis de datos (2 ECTS)

Seminario 4: Prácticas de análisis multivariante (2 ECTS)

Seminario 5: Simulación de marketing (2 ECTS)

Entre los procedimientos de evaluación, se contará con las siguientes herramientas:

- Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc. (individual o en grupo) (70%).
- Aportaciones del alumno en sesiones de discusión y actitud del alumno en las diferentes actividades desarrolladas (30%).

La calificación final del alumno se obtendrá como una media ponderada por el número de créditos de las notas obtenidas por éste en distintos seminarios organizados por el programa de máster que pretenden cubrir los contenidos básicos del módulo.

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

El artículo 19 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria dispondrán de una convocatoria extraordinaria. A ella podrán concurrir todos los estudiantes, con independencia de haber seguido o no un proceso de evaluación continua. De esta forma, el estudiante que no haya realizado la evaluación continua tendrá la posibilidad de obtener el 100% de la calificación mediante la realización de una prueba y/o trabajo.

EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

El artículo 8 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de



Granada establece que podrán acogerse a la evaluación única final, el estudiante que no pueda cumplir con el método de evaluación continua por causas justificadas. Para acogerse a la evaluación única final, el estudiante, en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura o en las dos semanas siguientes a su matriculación si ésta se ha producido con posterioridad al inicio de las clases o por causa sobrevenidas. Lo solicitará, a través del procedimiento electrónico, a la Coordinación del Máster, quien dará traslado al profesorado correspondiente, alegando y acreditando las razones que le asisten para no poder seguir el sistema de evaluación continua.

INFORMACIÓN ADICIONAL

En caso de incidentes con PRADO o cualquier problema de conectividad en el momento del examen teórico o práctico, se elegirán sistemas telemáticos alternativos, como un examen oral por videoconferencia, con la grabación de la prueba.

Información de interés para estudiantado con discapacidad y/o Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE): [Gestión de servicios y apoyos](https://ve.ugr.es/servicios/atencion-social/estudiantes-con-discapacidad) (<https://ve.ugr.es/servicios/atencion-social/estudiantes-con-discapacidad>).

