



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



RESOLUCIÓN DE LA COMISIÓN ACADÉMICA DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING SOBRE LOS TRABAJOS FIN DE MÁSTER PARA EL CURSO 2019-2020

1. Objeto y ámbito de aplicación

En cumplimiento del apartado cinco de las directrices de la Universidad de Granada para el desarrollo de la asignatura “Trabajo Fin de Máster” de sus títulos de Máster, la presente resolución establece la oferta de Trabajos Fin de Máster y el procedimiento de asignación en el Máster en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing para el curso académico 2019-2020.

2. Oferta de Trabajos Fin de Máster y profesorado responsable de tutelar cada uno de los trabajos ofertados

El listado de trabajos preasignados se encuentra disponible en el anexo I. Asimismo, el listado de trabajos ofertados y tutores responsables está recogido en el anexo II.

3. Procedimiento para la elección o asignación de los trabajos y de los tutores entre los estudiantes matriculados

Aquellos estudiantes que no hayan preasignado un trabajo elegirán, en sesión convocada por el Coordinador, uno de los incluidos en el listado de trabajos ofertados (anexo II). Para ello se tendrá en cuenta la nota media del expediente académico de la titulación con la que accedieron a los estudios de Máster.

4. Criterios de evaluación de los trabajos

Los criterios de evaluación a considerar son los que se presentan en la rúbrica incluida en el punto 5 de la normativa que regula los Trabajos Fin de Máster aprobada por la Comisión Académica del Máster el 9 de abril de 2019.

5. Comisiones de Evaluación

Las Comisiones evaluadoras estarán constituidas por tres profesores del Máster. Opcionalmente, podrán formar parte de las mismas profesores que no impartan docencia en el Máster, si así lo estima la Comisión Académica. Estos profesores deberán cumplir los mismos requisitos que exige la normativa actual para ser tutor de un Trabajo Fin de Máster.

6. Procedimiento a seguir para la asignación de la calificación de “Matrícula de Honor” a los Trabajos Fin de Máster que reúnan los requisitos necesarios

Para obtener la calificación de Matrícula de Honor será necesario tener una puntuación mínima de 9 sobre 10 y ser propuesto por la Comisión evaluadora. En caso de que el número de propuestas supere al de Matrículas de Honor que legalmente se pueden asignar, se otorgará al estudiante con mejor expediente académico.

7. Aspectos formales del trabajo a presentar por el estudiante

Se recomienda estructurar el trabajo de la siguiente manera:

- Índice
- Resumen (máx. 200 palabras) y palabras clave (máx. 5) en español y en inglés
- Introducción
- Antecedentes / Marco teórico / Revisión de la literatura
- Metodología
- Resultados
- Conclusiones, implicaciones, limitaciones y futuras líneas de investigación
- Referencias (preferentemente según las normas APA)
- Anexos
- Declaración de originalidad firmada por el estudiante

Las normas de presentación de los trabajos son las que siguen:

- El trabajo se redactará preferentemente en español, si bien se admitirán también trabajos escritos en inglés.
- Tipo de letra: Times New Roman, Arial o Calibri.

- Tamaño de letra: 11 o 12 puntos
- Interlineado: 1,5
- Márgenes:
 - Superior e inferior: 2,5 cm
 - Izquierdo y derecho: 3 cm
- La portada del trabajo deberá contener el escudo de la Universidad de Granada y los logos de la Escuela Internacional de Posgrado y de la Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta. Además, se deberá indicar el nombre del Máster, el título del trabajo, el nombre del alumno y del tutor, así como el mes y el año.

Una vez que el estudiante cuente con el visto bueno de su tutor entregará tres copias en papel y una en soporte electrónico (CD con el trabajo en formato PDF) en la Secretaría de la Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta en las fechas indicadas en el punto siguiente.

8. Fechas de entrega y defensa pública de los Trabajos Fin de Máster

Convocatoria especial de finalización de estudios:

- El estudiante deberá solicitar a la Escuela Internacional de Posgrado este adelanto de la fecha de convocatoria durante el mes de noviembre de cada curso académico.
- La fecha de entrega y de defensa será establecida por la Comisión Académica del Máster entre el 2 de diciembre de 2019 y el 27 de febrero de 2020.

Primera convocatoria:

- Fecha límite de entrega de los trabajos: 15/07/2020
- Fecha límite para la defensa de los trabajos: 24/07/2020

Segunda convocatoria:

- Fecha límite de entrega de los trabajos: 16/09/2020
- Fecha límite para la defensa de los TFM: 25/09/2020

9. Acto de defensa y debate ante la Comisión evaluadora

Cada estudiante dispondrá de un tiempo máximo de 20 minutos para su exposición, que podrá estar seguido de un debate de hasta 20 minutos.

A los estudiantes que por motivos justificados no puedan defender su trabajo presencialmente se les dará la opción de defenderlo por videoconferencia o similar.

Ceuta, a 12 de noviembre de 2019

Coordinador del Máster

Secretario de la Comisión

Fdo.: Juan Miguel Alcántara Pilar

Fdo.: Javier Blanco Encomienda

ANEXO I. LISTADO DE TRABAJOS PREASIGNADOS

TÍTULO/TEMÁTICA	TUTOR/ES	ESTUDIANTE
Neuromarketing	Francisco Muñoz Leiva	Bárbara García Martí
Estudio de la fidelización del consumidor digital en las diferentes redes sociales	Juan Miguel Alcántara Pilar y David Molina Muñoz	Amar El Marroute
Determinantes de la aceptación de los sistemas de pago móvil	Francisco Liébana Cabanillas y Javier Blanco Encomienda	Samia Mohamed Mohamed
Marketing social	Luis Doña Toledo	Nerea Ruiz Viruete
Antecedentes de la intención de compra del consumidor online	Javier Blanco Encomienda	Peike Li
El fraude fiscal en el ámbito digital	María del Carmen Morón Pérez y David Molina Muñoz	Álvaro Carrillo Sánchez
Dispositivos en Internet de las cosas	Beatriz Prieto Campos y Carlos Rodríguez Domínguez	Javier Berral Andrade
Análisis del comportamiento del consumidor frente a la comunicación en redes sociales	Esmeralda Crespo Almendros	Mohamed Nafi

ANEXO II. LISTADO DE TRABAJOS OFERTADOS Y TUTORES RESPONSABLES

TÍTULO/TEMÁTICA	PROFESOR/ES
Herramientas de investigación de mercados: el caso de la aplicación de las redes neuronales	Teodoro Luque Martínez
Control de daño de las actividades del marketing comercial: aplicaciones del marketing social	Juan Miguel Rey Pino
Plan de Social Media (SMP)	Myriam Martínez Fiestas y Manuel Hernández Peinado
La comunicación de las universidades en las redes sociales	Salvador del Barrio García
Medición del engagement del consumidor en social media	Lucía Porcu
Aplicación de metodologías de investigación en marketing	Miguel Ángel Rodríguez Molina
Análisis del consumidor de plataformas audiovisuales	Ana Eugenia Marín Jiménez
Neurociencia del consumidor	Juan Sánchez Fernández y Juan Miguel Alcántara Pilar
El efecto de la cultura en el uso de los Social Media	Carmen Sabiote Ortiz
El comercio social aplicado a Instagram o el Instagram Commerce	Myriam Martínez Fiestas y Manuel Hernández Peinado
Análisis del uso de la ingeniería de servicios e IOT para mejorar estrategias de marketing	Kawtar Benghazi Akhlaki
Desarrollo de APIs para extracción de formularios de Google Forms y volcado de información en ontologías y lenguajes independientes de plataformas	Manuel Noguera García
Desarrollo de herramientas de gestión empresariales basadas en Cloud Computing	Carlos Rodríguez Domínguez y José Luis Garrido Bullejos