



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 2020-2021**

### **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 que han sido preasignados en el Máster en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing para el curso académico 2020-2021.

### **2. Trabajos Fin de Máster preasignados y profesorado responsable de tutelar cada uno de los trabajos**

El listado de trabajos preasignados se encuentra disponible en el anexo I.

### **3. 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.

### **4. 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.

## **5. 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.

## **6. 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 estudiante y del tutor, así como el mes y el año.

Una vez que el estudiante cuente con el visto bueno de su tutor hará entrega del trabajo, subiendo a PRADO una copia en formato PDF de acuerdo con las fechas indicadas en el punto siguiente.

## **7. Fechas de entrega y defensa pública de los Trabajos Fin de Máster**

*Convocatoria especial de finalización de estudios:*

- La fecha de entrega y de defensa será establecida por la Comisión Académica del Máster, siendo la fecha límite el 15 de febrero de 2021.

*Primera convocatoria:*

- Fecha límite de entrega de los trabajos: 14/07/2021
- Fecha límite para la defensa de los trabajos: 23/07/2021

*Segunda convocatoria:*

- Fecha límite de entrega de los trabajos: 12/09/2021
- Fecha límite para la defensa de los trabajos: 21/09/2021

## **8. 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 16 de diciembre de 2020

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
Adopción de los sistemas de pago P2P ( <i>Peer to peer</i> ) en Colombia	Francisco Liébana Cabanillas Myriam Martínez Fiestas	Carlos Andrés Raigoza Loaiza
Análisis del consumidor de plataformas audiovisuales	Ana Eugenia Marín Jiménez	Sohir Ahmed Chairi
Análisis del valor de marca y comportamiento del consumidor de la lencería de lujo	Juan Miguel Alcántara Pilar	Nor Amar Gali
Antecedentes de la intención de compra del consumidor online	Javier Blanco Encomienda	Peike Li
Consumo de cerveza en diferentes culturas antes y después del COVID	Belén Prados Peña	Marina Rueda Sarcillo
Cómo ha afectado el COVID-19 en la intención de compra en el sector de la cosmética y el <i>skincare</i>	Lucia Porcu	Jihane Dahou
Comparación entre el turismo de Egipto y Turquía	Juan Miguel Alcántara Pilar	Hiosra Ali Abselam
Efectos de los nuevos formatos comerciales en la satisfacción del consumidor	Javier Blanco Encomienda	Irene Matoso Alguacil
El efecto que genera los influencers en el comportamiento de sus seguidores para el sector de la moda	Myriam Martínez Fiestas María Eugenia Rodríguez López	Andrea García Gómez
Estudio del comercio electrónico en el sector del ocio	Francisco Muñoz Leiva Javier Blanco Encomienda	Jorge Berrocal Palo
Impacto de la COVID-19 en la Alhambra de Granada	Belén Prados Peña Juan Miguel Alcántara Pilar	Elena Llorente Melgarejo
Impacto e implementación de las plataformas de distribución digital de videojuegos	David Molina Muñoz Ana Eugenia Marín Jiménez	Maroan Ouaddi Joaqar
Plan de marketing digital para una empresa	Esmeralda Crespo Almendros	Yessica Leslie Salas Arones
Prejuicios	Carlos Rodríguez Domínguez	Meriam Abdelmaula Muyahid
Propuesta de un dispositivo de Internet de las cosas para bienes de consumo	Beatriz Prieto Campos Carlos Rodríguez Domínguez	Javier Berral Andrade
Representaciones políticas en redes sociales durante la pandemia	Teodoro Luque Martínez	Constanza Vielma Hurtado
Smart Cities, Slow Cities y Turismo Sostenible	María Eugenia Rodríguez López Luis Doña Toledo	Hayar LHichou Aomar
Tendencias de los universitarios hacia el <i>e-commerce</i>	José Aguado Romero Ana Eugenia Marín Jiménez	Mustafa Mojtar Ahmed

Tiktok y las diferentes culturas	Francisco Liébana Cabanillas Juan Miguel Alcántara Pilar	Mercedes Plata Segura
Un análisis sobre la calidad percibida de los servicios deportivos: el caso de la Ciudad Autónoma de Ceuta	Francisco Liébana Cabanillas Manuel Hernández Peinado	Mohamed Nabil Ahmed Sealiti
Un estudio bibliométrico de la herramienta <i>Eye-Tracking</i>	Francisco Muñoz Leiva María Eugenia Rodríguez López	Bárbara García Martí
Un estudio de los efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor del sector comercial de la Ciudad Autónoma de Ceuta	Myriam Martínez Fiestas Manuel Hernández Peinado	Mariam Chetouani Moreno
Wearable technology	Juan Sánchez Fernández Juan Miguel Alcántara Pilar	Hajar Labbar