

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Marketing		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias Jurídicas y Empresariales		
Asignatura:	Trabajo Fin de Grado		
Tipo:	Trabajo Fin de Grado	Créditos ECTS:	6
Curso:	4	Código:	7645
Periodo docente:	Octavo semestre		
Materia:	Trabajo Fin de Grado		
Módulo:	Maduración y aplicación a la práctica de los conocimientos adquiridos		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Francisco José Gil Ruiz	franciscojose.gil@ufv.es
Jesús Carlos Sánchez Cotobal	j.sanchez.prof@ufv.es
Francisco Solá Menéndez	f.sola.prof@ufv.es
Gustavo García-Mansilla Mansilla	gmansilla@salesboostinstitute.es
Christina Aguado Pacios	christina.aguado@ufv.es
Pablo José López Tenorio	pj.lopez@ufv.es
Raquel Ayestarán Crespo	ayestaranraquel@gmail.com
Gema López Martínez	gema.lopez@ufv.es
José Luis González Castaño	jl.gonzalez@ufv.es

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El Trabajo Fin de Grado es la asignatura que concluye el plan de estudios de todo título oficial de Grado, en el que el estudiante deberá mostrar de forma integrada las competencias adquiridas y los contenidos formativos propios del título de Grado.

Las fases de obligado cumplimiento para la elaboración del TFG son las siguientes:

- Fase 1 (Elección del tema): el alumno envía al Comité de Evaluación del Trabajo Final de Grado (CETFG) una propuesta incluyendo el tema sobre el que trabajar, la justificación del mismo, y los objetivos que pretende alcanzar con el trabajo.

Primera tutoría: Una vez el alumno reciba la aceptación final del CETFG, se le asignará un tutor al que contactar y con quien fijar la primera tutoría, donde el tutor aportará feedback sobre las posibilidades del tema propuesto y le explicará los contenidos que debe desarrollar para la siguiente entrega. También recomendará al alumno lecturas propicias para el desarrollo del trabajo (fuentes bibliográficas y audiovisuales de toda índole según el criterio del profesor).

- Fase 2 (Planificación): en la primera entrega del trabajo, el alumno deberá:

1- Elaborar la introducción del trabajo, donde se recojan elementos que justifiquen la pertinencia del tema estudiado, apoyándose en fuentes bibliográficas pertinentes.

2- Redactar los objetivos que el alumno espera alcanzar con la realización del Trabajo Final de Grado (no confundir con los objetivos de Marketing).

Segunda tutoría: una vez el tutor reciba esta primera entrega, convocará al alumno para aportarle el feedback pertinente y orientarle tanto en correcciones a realizar, como en el contenido de la siguiente entrega, donde el trabajo comenzará a ejecutarse en cuanto a los puntos requeridos.

- Fase 3 (Seguimiento y desarrollo): realización del trabajo de campo, donde también se deberán indicar fuentes bibliográficas allá donde sea preciso.

Tercera tutoría: Una vez el tutor reciba esta segunda entrega, convocará al alumno para aportarle feedback sobre la misma e implementar las correcciones y añadidos necesarios de cara a la siguiente entrega.

- Fase 4 (Revisión y correcciones): el alumno entregará al tutor en esta tercera entrega del trabajo los avances realizados, que incluirán los apartados de resultados, conclusiones, referencias bibliográficas, y en el caso de que existan, los anexos.

Cuarta tutoría: Una vez el tutor reciba esta tercera entrega, convocará al alumno para aportarle el feedback correspondiente sobre todo el trabajo acumulado y le orientará en cuanto a las correcciones a realizar antes de cerrar el trabajo.

- Fase 5 (Preparación y defensa oral): una vez el alumno aplique las últimas correcciones del tutor según el feedback de la última entrega y realice el depósito definitivo del trabajo, preparará la exposición del mismo. Quinta tutoría: cuando el tutor evalúe el trabajo final, convocará al alumno para ayudarle en la preparación de la defensa del trabajo ante el tribunal.

\*Las entregas parciales deberán ser depositadas obligatoriamente en el aula virtual Canvas en los plazos estipulados. La entrega final se registrará por el mismo procedimiento.

\*Independientemente de estas entregas y sesiones, tutor y alumno podrán reunirse tantas veces como el tutor estime convenientes en función del grado de implicación del alumno.

## OBJETIVO

### OBJETIVOS GENERALES

El objetivo general de la asignatura Trabajo Fin de Grado es que el alumno aplique los conocimientos, habilidades y competencias adquiridos durante sus años de estudio universitario, mediante un trabajo consistente en la elaboración de un Plan de Marketing de un producto o servicio concreto seleccionado por el mismo, en el que se recoja la gran mayoría de los conocimientos adquiridos en el grado.

En el Trabajo Fin de Grado, el alumno debe buscar información en diversas fuentes, organizarla y analizarla con las herramientas informáticas y de conocimiento adecuadas a la especificidad de los datos contemplados, mostrando así su conocimiento.

La elaboración de soluciones, la fijación de objetivos, el establecimiento de herramientas de control y seguimiento y la solución de los diversos problemas planteados en el Trabajo Fin de Grado suponen de hecho la puesta en práctica del pensamiento analítico y sintético, el uso correcto de la reflexión y el ejercicio de la toma de decisiones

cumpliendo con los objetivos propuestos. Las áreas analizadas deben cubrir aspectos básicos del un Plan de Marketing, sin olvidar apartados que permitan medir la viabilidad del Plan, como son la elaboración de un presupuesto de marketing, la cuenta de pérdidas y ganancias, y el balance previsional de la empresa en cuestión.

La presentación y defensa del Plan preparado, permitirá comprobar la familiaridad con competencias tales como la capacidad de organización y planificación, la aplicación práctica de conocimientos específicos de herramientas de informática y las habilidades de comunicación oral y escrita imprescindibles para el ejercicio profesional.

Los fines específicos de la asignatura son:

Buscar información de diversas fuentes, leer, comprender y usar la nomenclatura específica del Marketing para una adecuada toma de decisiones.

Reconocer la unicidad de la empresa en lo que refiere a su funcionamiento y como el Marketing debe integrarse en la misma.

Análisis y síntesis del pensamiento comercial y empresarial.

Reflejar los aspectos fundamentales del marketing: análisis, fijación de objetivos, selección de estrategias y análisis de resultados.

En la defensa del trabajo el alumno debe demostrar su capacidad de comunicación y sensibilidad ética, de equidad y justicia, el aporte a la sociedad así como la actitud de responsabilidad social implícita en su proyecto.

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los alumnos deberán tener aprobados la totalidad de los créditos del grado a excepción de los correspondientes al proyecto fin de grado (234 créditos aprobados) y por tanto tener interiorizados todos los contenidos del grado para su incorporación al mismo.

## CONTENIDOS

A nivel orientativo, el contenido del Plan de Marketing será el siguiente, dependiendo del tipo de proyecto que se aborde y sus requerimientos. La estructura básica deberá incluir los apartados de Resumen ejecutivo, Introducción, Objetivos, Marketing estratégico, Objetivos de marketing, Marketing operativo, Presupuesto, balances y previsiones, Resultados, Conclusiones, Referencias y Anexos. El tutor académico podrá determinar la pertinencia y la amplitud de desarrollo de todos los subapartados, así como el orden de presentación de los mismos. En todo caso, deberá argumentarse mínimamente cada paso del Trabajo de Fin de Grado con el fin de asegurar la coherencia interna del propio documento:

### 1. RESUMEN EJECUTIVO EN ESPAÑOL E INGLÉS

Es lo último que se realiza. Consiste en un resumen de dos o tres páginas con los aspectos más relevantes del trabajo completo.

### 2. INTRODUCCIÓN

2.1. Se aportarán las claves fundamentales que motivan o justifican el tema del trabajo y su ejecución, haciendo hincapié en el sentido y la importancia del marketing en general y en el sector en particular. Deberá atender a las fuentes más determinantes (principalmente libros y papers) e incidir en su visión del marketing según ésta se ha ido desarrollando a lo largo de sus estudios en el Grado.

2.2. Breve descripción de la idea de negocio, junto a los datos que justifiquen su realización: ¿hay una necesidad real para ese plan de negocio? Tres pilares fundamentales: diferenciación, demanda y mercado.

2.3. Explicar el tipo de empresa/sociedad que se forma o existe y exponer su cultura: misión, visión, valores,

identidad visual de la marca.

2.4. Información de los promotores: personal, experiencia, habilidades, y grado de involucración en el proyecto (cuánto aporta cada promotor y qué participación obtiene de la compañía).

2.5. Ayuda económica disponible para arrancar (si es el caso) y socios estratégicos. Se puede estimar, pero con realismo.

### 3. OBJETIVOS DEL TRABAJO

Se expondrán los objetivos que el alumno quiere alcanzar mediante la realización del Trabajo Final de Grado. Los objetivos son clave para asegurar un sentido coherente a las acciones realizadas en adelante. Podrá incluirse objetivos generales y específicos.

Importante: los objetivos se plantean siempre en infinitivo, y no se corresponden con los propios del Plan de Marketing, sino al aprendizaje que el trabajo implica de por sí. Deben ser alcanzables dentro de la realización del TFG.

Ejemplo: "Profundizar en la importancia del valor de la experiencia del consumidor"; "Conocer el impacto de "x" en el contexto "y"; "Desarrollar una estrategia de marketing para una empresa de nueva creación en el sector de..."

### 4. DESARROLLO DEL TRABAJO

#### 4.1. Marketing estratégico:

##### 4.1.1. Análisis interno y externo de la empresa

Presentar la propuesta en profundidad: proveedores, empleados, recursos materiales, productos y servicios y entorno directo. Se pueden incluir costes que se verán reflejados en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias (PyG):

- Lienzo de Canvas: a modificar conforme se avance en el trabajo.
- Análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y legal)

Aspectos relacionados con la idea de negocio. Lo que se mencione debe afectar al proyecto. Todos los datos figurarán debidamente citados. Se incluirá un gráfico resumen y una breve conclusión sobre la viabilidad del proyecto.

- Análisis del mercado:

Analizando el mercado en general, definir el universo de estudio de manera psico-demográfica, hábitos de compra, consumo y sus opiniones con respecto a las marcas existentes, así como exponer las tendencias del sector y las cuotas de mercado

- Investigación sobre la competencia

Identificación de los principales competidores, de su oferta de producto/servicio o propuesta de valor y marketing mix (benchmarking). Introducir explicando qué competidores se van a analizar y por qué, exponiendo las cuotas de mercado. Este análisis debe ser profundo y con conclusiones.

- Fuerzas de Porter

Breve análisis del entorno según el análisis de Porter. Reflejar los 3 niveles: Situación, nivel de negociación y estrategia a seguir, acompañado finalmente con un cuadro resumen

##### 4.1.2. Análisis del consumidor

- Tamaño de la oportunidad:  
Se investigará la cuota de mercado respecto al total con cifras de INE.

- Fuente de ingresos:  
Especificar quién es la persona u organización de la que provienen los futuros ingresos. Según esto puede haber diferentes targets.

Para ello siempre es recomendable la realización de alguna investigación "ad hoc", como por ejemplo la encuesta. El objetivo puede ser detectar el insight válido para nuestra propuesta de negocio o validar nuestro diferencial. Se deberá incluir la ficha técnica de la investigación.

- Segmentación y selección de Mercados y Clientes.

Decisión justificada del mercado y clientes objetivo. Presentación de las fichas de buyer persona y/o consumer persona.

- Análisis DAFO y selección de la estrategia resultante del mismo.

A partir de todo lo anterior, se plantea la elaboración de un DAFO donde extraer las claves y seleccionar la estrategia a implementar (ofensiva, defensiva, supervivencia, reorientación). Se realiza con el CAME.

- Establecimiento de la Ventaja Competitiva, Propuesta de Valor y Posicionamiento.

Elementos básicos del plan de Marketing que deben establecerse claramente. Basado en el insight que hayamos detectado en la investigación.

#### 4.2. Objetivos de Marketing (SMART)

A partir de lo desarrollado previamente, se establecerán las previsiones de ventas e impactos que se pretenden alcanzar con el Plan de Marketing. Los porcentajes que se incluyan deben estar justificados con la información recabada hasta el momento.

#### 4.3. Marketing operativo, materializado en:

4.3.1. Estrategia de producto: se definirá el producto o servicio a comercializar, estableciendo claramente sus modificaciones sobre los existentes, sus formas de presentación, atributos, beneficios, etc.

4.3.2. Estrategia de distribución: se describirán los canales de distribución a utilizar, inclusive los canales online.

4.3.3. Estrategia de precio: se fundamentará el precio de los productos o servicios ofertados, así como la estrategia a seguir en el medio plazo.

4.3.4. Estrategia de comunicación: se fijará la estrategia y el canal o canales de comunicación, especificando las líneas clave de las acciones que se proyectan realizar.

4.3.5. Calendario de las acciones de marketing a realizar: se especificarán las fechas y se identificarán los responsables de dichas acciones.

#### 4.4. Presupuesto de Marketing

Presupuesto de Marketing: cálculo detallado de los recursos necesarios para la puesta en marcha del Plan de Marketing.

#### 4.5. Información económica y financiera

Se incluirá la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la previsión del balance, ambas proyectadas a un mínimo de 3 años.

#### 4.6. RESULTADOS DEL PLAN DE MARKETING

Atendiendo al proyecto elaborado, se determinará su viabilidad en relación con los objetivos de Marketing propuestos, argumentando los hallazgos, comentando la información económica y financiera, e incidiendo tanto en lo más probable y en lo más improbable (si se da el caso). Este apartado puede utilizarse en adelante para configurar el resumen ejecutivo.

#### 5. CONCLUSIONES

Se atenderá a cada uno de los objetivos iniciales del trabajo (no confundir con los objetivos de Marketing), indicando en cada caso si se ha alcanzado o no, y por qué en respectivamente. Para ello, el alumno conectará cada objetivo planteado con las acciones pertinentes del Plan de Marketing desarrollado.

El alumno podrá a su vez aportar una reflexión final sobre el trabajo desarrollado y el aprendizaje adquirido en su realización.

#### 6. REFERENCIAS

Listado de referencias de las fuentes utilizadas a lo largo del trabajo, ordenadas alfabéticamente, y obedeciendo a las normas APA vigentes.

#### 7. ANEXOS

En el caso de que los hubiera. Ejemplo: transcripción de entrevistas, ficha de investigación, resultados en bruto de encuestas, documentos o tablas más desarrolladas, etc.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

El alumno deberá desarrollar un Plan de Marketing sobre alguna compañía o sector. A través del trabajo el alumno debe demostrar que cuenta con los conocimientos adquiridos en la carrera.

Al alumno se le asignará un tutor de TFG con el objetivo de debatir, revisar y supervisar los contenidos y el desarrollo del mismo.

Para realizar el trabajo fin de grado es necesario estar matriculado en la asignatura. Para su defensa posterior, es imprescindible haber superado la totalidad de las asignaturas del Grado.

## DETALLES OPERATIVOS

Se programarán cinco sesiones presenciales, obligatorias e incluidas en la evaluación del tutor, donde éste hará seguimiento del TFG del alumno.

El alumno deberá hacer entrega a su tutor a través del aula virtual de entregables parciales y acumulables del TFG (ver apartado Descripción de la asignatura) en el plazo que se determine y comunique en cada una de las sesiones, siendo la última entrega la final donde se consolidará el trabajo completo.

- Propuesta del TFG.

Tras la primera sesión, el alumno deberá hacer entrega de un informe sobre el tema elegido y subirlo al Aula Virtual. Una vez presentado el informe sobre el tema elegido, el Comité de Evaluación del TFG (CETFG) decidirá sobre la aprobación del mismo. Se denegarán aquellos temas en los que el CETFG no considere que puedan demostrar la adquisición de los valores y competencias generales y específicas desarrolladas durante su plan de estudios.

Tampoco se aceptarán aquellos que haya planteado anteriormente algún otro alumno de forma idéntica, debiendo el alumno presentar otro alternativo. A tal efecto se registrará el orden de entrada de las propuestas de tema sobre el TFG en el aula virtual.

Lógicamente, la aprobación del tema no conlleva la segura superación de la asignatura, para ello se deberá desarrollar el trabajo según se especifica a lo largo de este documento.

Una vez seleccionado el tema del TFG, el alumno no podrá modificarlo, salvo justificación razonada por escrito al CETFG, que es el único que puede autorizarlo.

Junto a la aceptación del tema del TFG, el CETFG comunicará a los alumnos el nombre y el email del tutor asignado. Es responsabilidad del alumno ponerse en contacto con su tutor para planificar el trabajo que se realizará bajo su supervisión.

La fecha de la entrega final del TFG será estipulada por el Consejo de Evaluación de Trabajo Final de Grado en cada convocatoria. No se admitirá, salvo causa de fuerza mayor y debidamente justificada/acreditada, la entrega del documento en otra fecha distinta, y en todo caso, nunca con más de dos días de retraso.

- Entrega TFG:

Las entregas del TFG se realizarán a través del aula virtual, en las fechas indicadas previamente a través de la misma. Es responsabilidad del alumno responder a cada entrega en tiempo y forma.

En el caso de la entrega final, el alumno deberá subir el trabajo a la plataforma virtual de trabajo en la entrega señalada a tal efecto.

La extensión mínima del trabajo será de 50 páginas (sin incluir portada, índice, apartado de referencias, ni los anexos si los hubiera). Además, el alumno deberá subir la Aula Virtual un resumen ejecutivo que será enviado a cada uno de los miembros del tribunal junto con el Trabajo Fin de Grado.

Para la realización del TFG, el alumno deberá respetar las normas ortográficas y de citación y referenciación, que se corresponderán con el modelo APA vigente. Las faltas de ortografía podrán ser motivo de suspenso del TFG, así como la detección de plagio.

- Tribunales TFG:

Los tribunales estarán compuestos por tres personas, siendo obligatorio que al menos uno sea profesor de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales. Se admite, por tanto, que en el tribunal participen profesionales del área, así como antiguos alumnos de la titulación con experiencia profesional en Marketing. El tutor podrá estar presente durante la defensa del trabajo, pero no intervenir durante la defensa ni formará parte del tribunal.

La publicación de tribunales se realizará a través del aula virtual de la asignatura después de la Junta de Evaluación de las convocatorias ordinarias y extraordinarias.

El alumno deberá estar disponible en ese período para la presentación y defensa del trabajo.

La defensa del TFG ante el tribunal tendrá una duración de 20 minutos. Para ello, el alumno deberá tener preparada una presentación, que traerá en un dispositivo USB, de 15 minutos, dejando los 5 restantes para posibles preguntas por parte de los integrantes del Tribunal.

Se recomienda ensayar previamente la duración de la presentación para ajustar los tiempos.

- Publicación de las calificaciones:

La publicación de las calificaciones se realizará en el plazo de 5 días después de la finalización de las presentaciones.

El sistema de evaluación del aprendizaje aparece reflejado en la guía docente de la asignatura, disponible en el aula virtual de la misma y en la página web de la universidad.

El alumno podrá pedir por escrito la comprobación de la calificación, dentro de los dos días hábiles a contar a partir del día siguiente a la publicación de las calificaciones. La resolución se notificará en un plazo máximo de cinco días hábiles a contar desde la solicitud de la comprobación.

Si un alumno suspende el TFG, podrá presentarse en la siguiente convocatoria con el mismo tema y realizando las modificaciones necesarias para poder superar la asignatura. Por ese motivo, será necesario que como mínimo mantenga dos reuniones con su tutor, salvo que éste determine que con una es suficiente.

#### IMPORTANTE:

##### Convocatorias Ordinaria y Extraordinaria

- Los alumnos que hayan entregado el trabajo en ordinaria y que hayan desarrollado convenientemente el TFG atendiendo a los plazos y tutorías, pero que no lo defendieron por cualquier motivo, podrán presentar el mismo trabajo en la convocatoria extraordinaria.

- Los alumnos que habiendo entregado y defendido el TFG en convocatoria ordinaria hayan suspendido en la misma, podrán presentarse en la convocatoria extraordinaria con el mismo tema incorporando mejoras y solventando las deficiencias detectadas en la convocatoria anterior.

##### Convocatoria Extraordinaria de enero

- Los alumnos que ya hubieran entregado y defendido el TFG y no lo hubiesen superado, pueden presentar el mismo tema, realizando en el mismo las modificaciones oportunas para poder superar con éxito su defensa.

- Se informará por Aula Virtual del procedimiento a seguir para aquellos alumnos debiendo tener, como mínimo, dos encuentros con su tutor entre los meses de octubre y enero para verificar que se han hecho las correcciones oportunas.

- Los alumnos que hayan entregado el trabajo en junio y que hayan realizado el seguimiento del TFG por parte del tutor, pero que no lo pudieron defender por no haber superado todas las asignaturas del Grado, podrán presentar el mismo trabajo entregado en convocatoria extraordinaria sin ser necesaria ninguna modificación, salvo que así lo desee el propio alumno.

- Los alumnos que no hayan entregado su trabajo con anterioridad, ni hayan sido evaluados por su tutor o no hayan superado la evaluación del tutor, deberán realizar un proceso especial de seguimiento entre los meses de septiembre y enero, abordando como mínimo dos entregables obligatorios y evaluables por el Tutor en el Aula Virtual, además de la entrega final. El tutor determinará la necesidad o no de más entregables en este escenario.

- Los alumnos que se ausenten de la defensa de su TFG pese a haberlo entregado a su tutor, tener su evaluación favorable y estar convocados para el tribunal de su defensa, serán evaluados con Suspenso en la asignatura, a no ser que la ausencia se deba a un motivo de fuerza mayor debidamente justificado/acreditado.

#### IMPORTANTE

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias".

## DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
11,50 horas	138,50 horas
Tutorías y clases 11,50h	Desarrollo personal del Trabajo Fin de Grado 138,50h

## COMPETENCIAS

### Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

### **Competencias generales**

Capacidad de aprendizaje autónomo.

Tener iniciativa, creatividad y espíritu emprendedor.

Capacidad de Pensamiento analítico, sintético, aplicado a la toma de decisiones empresariales.

Habilidad para analizar, buscar y contrastar todo tipo de información pero principalmente de empresas y mercados, provenientes de fuentes diversas.

Desarrollar la comunicación oral y escrita en lengua nativa y extranjera para poder relacionarse profesionalmente con empresas de cualquier país.

Habilidad para el diseño y gestión de proyectos en el ámbito del Marketing y de la organización de ventas.

Saber aplicar los conocimientos de informática relativos al ámbito del marketing e investigación de mercados.

### **Competencias específicas**

Utilizar el idioma inglés para el desarrollo profesional en el contexto internacional.

Desarrollar hábitos efectivos de comunicación oral y escrita.

Saber manejar herramientas cuantitativas e informáticas para la toma de decisiones aplicables al marketing y a la realización de presentaciones eficaces.

Describir y ejercitar el contenido y proceder de las herramientas del trabajo universitario: comentario de texto, análisis, síntesis y elaboración de un trabajo de investigación, desarrollando de esta manera hábitos de pensamiento riguroso.

Ser capaz de aplicar los conocimientos a la práctica.

Ser capaz de diseñar y gestionar proyectos.

Saber enfocar los productos y servicios desarrollados por la empresa como una forma de mejora de la sociedad.

Saber desarrollar una estrategia publicitaria coherente con los productos y servicios de la empresa

Saber promover, encauzar, analizar e incorporar en la estrategia de marketing innovaciones en las maneras de desarrollar y articular sus distintos elementos.

## **RESULTADOS DE APRENDIZAJE**



Presenta un documento con formato de Plan de Marketing en el que se distingan las diferentes partes que lo integran, una estructuración adecuada de las mismas y la orientación del conjunto a los resultados propuestos.

Refleja en las diferentes partes del Trabajo Fin de Grado el nivel de conocimiento y de familiaridad adecuado en lo relativo a los fundamentos teóricos y práctico abordados.

Utiliza rigurosamente la información necesaria para la elaboración del proyecto así como en los resultados y propuestas de actuación que en el mismo se sugieren.

Demuestra de forma fehaciente la comprensión de la naturaleza holística de la empresa así como el conocimiento detallado de los diferentes subsistemas que forman cualquier organización sociotécnica abierta y sus mecanismos de interrelación planificación y control.

Identifica dentro del trabajo el pensamiento ético y la implicación social del mismo.

Refleja en las propuestas de actuación el resultado de los procesos de análisis de la información usada y de síntesis de la misma mediante propuestas de actuación y mecanismos de implementación coherentes con el entorno del proyecto y con los resultados que se pretenden conseguir.

Presenta y defiende el proyecto, tanto por escrito como oralmente, con el nivel de profesionalidad adecuado.

Presenta y defiende el proyecto utilizando las herramientas informáticas más convenientes, tanto en el análisis de información como en la presentación y comunicación de resultados.

Identifica la empresa como una comunidad de servicio en busca del bien común.

Sigue adecuadamente el desarrollo de su TFG, con especial atención a las fechas acordadas con su Tutor.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Con el fin de realizar la evaluación del aprendizaje del alumno y dada la naturaleza integral del mismo en esta asignatura, se crea el Comité de Evaluación del TFG (CETFG), un órgano colegiado encargado de estudiar las propuestas de Trabajo Fin de Grado de los alumnos y admitir o eventualmente sugerir un redireccionamiento en las mismas.

La no aceptación de una propuesta derivará en la presentación de otra nueva propuesta de contenido para el Trabajo Fin de Grado. La decisión adoptada será comunicada al alumno dentro del plazo establecido a tal efecto.

A continuación se detalla el esquema de ponderación de calificaciones del TFG:

### CONVOCATORIA ORDINARIA

- Calificación del tutor del TFG: 60%

Dicha calificación obedecerá al seguimiento que el tutor llevará sobre el alumno en el desarrollo del Trabajo Fin de Grado. Dispondrá de una rúbrica de evaluación que estará disponible en el aula virtual de la asignatura y que podrá ser consultada únicamente a título informativo por el alumno para conocer los ítems en base a los cuales será evaluado.

- Calificación del tribunal del TFG: 40%

Dicha calificación obedecerá a la calidad del trabajo, así como de la exposición del mismo por parte del alumno. Responderá a una rúbrica de evaluación que estará disponible en el aula virtual de la asignatura y que podrá ser consultada únicamente a título informativo por el alumno para conocer los ítems en base a los cuales será evaluado. La calificación final del tribunal será unánime.

### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Se regirá por las mismas ponderaciones y rúbricas de evaluación que en la convocatoria ordinaria.

- Calificación del tutor del TFG: 60%

Dicha calificación obedecerá al seguimiento que el tutor llevará sobre el alumno en el desarrollo del Trabajo Fin de Grado. Dispondrá de una rúbrica de evaluación que estará disponible en el aula virtual de la asignatura y que podrá ser consultada únicamente a título informativo por el alumno para conocer los ítems en base a los cuales será evaluado.

- Calificación del tribunal del TFG: 40%

Dicha calificación obedecerá a la calidad del trabajo, así como de la exposición del mismo por parte del alumno. Responderá a una rúbrica de evaluación que estará disponible en el aula virtual de la asignatura y que podrá ser consultada únicamente a título informativo por el alumno para conocer los ítems en base a los cuales será evaluado. La calificación final del tribunal será unánime.

EN TODOS LOS CASOS: las calificaciones del tutor y del tribunal deberán ser como mínimo de 5 para aprobar la asignatura. Suspender una de las dos partes supondrá al alumno tener que presentarse a la siguiente convocatoria correspondiente, sin que se le guarde ninguna nota.

Los alumnos de Erasmus con autorización para presentarse a la convocatoria extraordinaria de enero o, con dispensa en la asignatura del TFG, podrán ausentarse de las tutorías, siendo su responsabilidad enterarse del contenido de las mismas, y en cualquier caso, cumplir con todas las entregas pertinentes en los plazos establecidos. En estos casos el tutor contará con una rúbrica de evaluación adaptada a esta situación, que podrá utilizar si el alumno no asiste a las tutorías únicamente por estos motivos.

#### ALUMNOS DE SEGUNDA MATRÍCULA

Se regirán por los mismos preceptos de los de primera matrícula.

#### MUY IMPORTANTE. EN TODOS LOS CASOS:

-Faltas de ortografía (tildes incluidas): la acumulación de más de 10 faltas podrá ser motivo suficiente para suspender el trabajo tanto por parte del tutor, como del tribunal.

-La detección de plagio en el trabajo conllevará el suspenso en la asignatura, así como la penalización correspondiente que pudiera aplicarse según las normas de la UFV.

-El hecho de cumplir escrupulosamente con el índice del TFG mostrado en esta guía no implica la superación per sé de la asignatura. En su proceso de evaluación, puede ocurrir que el tutor o los miembros del tribunal resuelvan que el trabajo no alcanza los mínimos esperados de desarrollo, llegando incluso a suspender el trabajo. Ejemplo: aunque el apartado referente al análisis del consumidor incluya todos los subapartados no significa que se haya resuelto convenientemente a ojos de uno o varios de los evaluadores.

-Para asegurar el aprendizaje significativo por parte del alumno, se respetarán escrupulosamente las fechas de entrega de las actividades propuestas, trabajos individuales y grupales.

- El alumno podrá pedir por escrito la comprobación de la calificación, dentro de los dos días hábiles a contar a partir del día siguiente a la publicación de las calificaciones. La resolución se notificará en un plazo máximo de cinco días hábiles a contar desde la solicitud de la comprobación de la calificación.

Todas las pruebas susceptibles de evaluación estarán supeditadas a lo establecido en la Normativa de Evaluación de la UFV.

Todos los alumnos del grado estarán sometidos a la normativa de convivencia de la Universidad, con especial atención a las infracciones por plagio y/o copia en examen que serán consideradas como graves de acuerdo al artículo 7 de dicha normativa.

## BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### Básica

TEMIÑO, I; PUEBLA, I; SOLÁ, F; (2014) "El plan de empresa. La creación de empresas y emprendimiento" Universidad Francisco de Vitoria

SALMON, Christian; (2019). Storytelling: El arte de fabricar historias y formatear las mentes.