

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Trabajo Fin de Grado

Descripción:

El Trabajo Fin de Grado tiene como objetivo verificar la adquisición de las competencias asociadas al Grado Oficial de Marketing, estableciendo con ello la defensa y evaluación del mismo, el cual completa los contenidos formativos recibidos así como las capacidades, competencias y habilidades desarrolladas durante el periodo de docencia de la presente titulación.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 12

Contextualización:

- Integrar los conocimientos adquiridos sobre diversas disciplinas impartidas a lo largo del Grado en un trabajo de descripción y análisis.
- Facilitar el desarrollo de las habilidades mediante la aplicación de soluciones y métodos estudiados teóricamente a situaciones reales.
- Profundizar en el estudio teórico de alguna de las materias cursadas en el Grado.

Modalidad: *Online*

Opciones para la elaboración del TFG:

- Plan de Marketing y Branding.
- Plan de Investigación Comercial.
- Plan de Ventas.
- Plan de Comunicación.
- *Business Plan.*

Competencias:

- CE33: Abordar la realización de proyectos científico-técnicos: planteamiento, selección de recursos, ejecución, análisis de resultados, presentación y discusión de los mismos.

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Tutorías	10	100%
Desarrollo Trabajo Fin de Grado	139	0%
Exposición y defensa del Trabajo Fin de Grado	1	100%

Metodologías docentes:

Seguimiento	El profesor realiza tareas de orientación y seguimiento al alumnado.
Revisión bibliográfica	Se propone la lectura o visualización de un recurso como base del trabajo.
Estudio de casos	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.
Diseño de proyectos	Se realizan propuestas de intervención específica en el marco de la asignatura.

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Informe del tutor del Trabajo Fin de Grado	70	70
Evaluación del tribunal del Trabajo Fin de Grado	30	30

Normativa específica:

Es requisito imprescindible haber superado, como mínimo, el 50% de las materias del Grado Oficial.

Bibliografía:

Castells, M. (2007). Dirección de Ventas. ESIC Editorial.

Cervera, A. L. 5ª ed. (2015). Comunicación Total. ESIC Editorial.

Esteban, I. G., & Fernández, E. A. (2017). Fundamentos y técnicas de investigación comercial. ESIC Editorial.

Ramos, J. M. M., & de Lapouge, T. C. V. (2014). Cómo hacer un plan de empresa: Guía práctica para su elaboración y puesta en marcha. Profit Editorial.

Sainz de Vicuña, J. M. (2015). El plan de marketing en la práctica. ESIC Editorial.

Sainz de Vicuña, J. M. (2018). El plan de marketing digital en la práctica. ESIC Editorial.