

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Trabajo fin de Máster

Contextualización: El TFM pretende que el alumno pueda aplicar los conceptos aprendidos en las diferentes asignaturas, y sea capaz de ejecutar alguna de las tareas propuestas a continuación:

- Plan de Marketing Digital
- Plan de Investigación Digital
- Plan de Ventas Digital o Ecommerce
- Plan de Comunicación Digital • Plan de lanzamiento de Campañas Digitales
- Plan de desarrollo web / Plataforma Ecommerce
- Desarrollo de Analíticas Web para el control de actividades

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6

Modalidad: Online

Competencias:

CB6 - Poseer y comprender 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.

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.

Competencias específicas de especialidad:

CE01 - Construir un Plan de Marketing Digital alineado con el desarrollo de negocio y el crecimiento de la empresa.

CE05 - Aplicar herramientas digitales adaptadas a las características propias del consumidor digital en la estrategia de marketing.

CE06 - Explotar las ventajas del uso de estrategias y técnicas de Social Media Marketing, Search Engine Marketing, Publicidad de Display en Internet y Marketing de Afiliación.

CE08 - Mejorar la reputación de la empresa y su comunicación con los diferentes grupos de interés por medio de las redes sociales.

CE12 - Segmentar las campañas de marketing digitales orientadas al consumidor digital mediante plataformas y herramientas digitales adecuada.

CE13 - Identificar los factores más influyentes en el comportamiento de compra los consumidores digitales.

CE14 - Actuar en base a los principios éticos y las responsabilidades legales del ejercicio profesional en un contexto de marketing digital y análisis de datos.

CE15 - Abordar la realización de proyectos de Marketing Digital y Analítico: planteamiento, selección de recursos, ejecución, análisis de resultados, presentación y discusión de los mismos.

CE02 - Implantar acciones de marketing digital en base al análisis del mercado y del comportamiento del consumidor.

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Tutorías	15	30
Desarrollo del Trabajo Fin de Máster	134	0
Exposición y defensa del Trabajo Fin de Máster	1	0

Metodologías docentes:

- Seguimiento
- Estudio de casos
- Diseño de proyectos
- Revisión bibliográfica

Sistema de Evaluación:

Sistema de Evaluación	Ponderación Mínima	Ponderación Máxima
Evaluación del informe del Trabajo Fin de Máster	30	30
Evaluación de la defensa del Trabajo Fin de Máster	70	70