

**Proyecto/Guía docente de la asignatura Trabajo Fin de Grado**

Asignatura	Trabajo Fin de Grado		
Materia	Trabajo Fin de Grado		
Módulo	Trabajo Fin de Grado		
Titulación	Grado en Marketing e Investigación de Mercados		
Plan	467 (RD 1393/2007)	Código	45627
Periodo de impartición	2º cuatrimestre	Tipo/Carácter	Obligatoria
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	4º
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	Cualquiera de las habituales para la comunicación científica en su ámbito de conocimiento.		
Profesor/es responsable/s	Coordinador de grado, coordinador de 4º curso y tutores de cada TFG.		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	Coordinador del Grado: Javier Rodríguez Pinto, grado.marketing@uva.es , Tfn. 983184569 Coordinador de 4º curso		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Todas las enseñanzas oficiales de grado concluirán con la elaboración y defensa pública de un Trabajo de Fin de Grado (TFG), que ha de formar parte del plan de estudios ([RD 1393/2007](#), artículo 12).

Las directrices relativas a la definición, realización, defensa, calificación y tramitación administrativa de los TFG en la Universidad de Valladolid (UVa) están fijadas en el *Reglamento sobre la elaboración y evaluación del trabajo de fin de grado (aprobado por el Consejo de Gobierno, sesión de 18 de enero de 2012, BOCYL nº 32, de 15 de febrero, modificado el 27 de marzo de 2013* (<http://bocyl.jcyl.es/boletines/2013/04/25/pdf/BOCYL-D-25042013-2.pdf>, en adelante [Reglamento de la UVa](#)).

El TFG ha de ser original e inédito y debe ser realizado por el estudiante bajo la supervisión y la orientación de su correspondiente tutor académico (artículo 2.1 del *Reglamento de la UVa*).

La *Normativa sobre elaboración y evaluación del trabajo fin de grado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Valladolid*, aprobada por la Junta de Facultad en sesión de 27 de septiembre de 2013, y cuya última modificación fue aprobada por la Junta de Facultad en sesión de 25 de junio de 2020 (<http://www.eco.uva.es/tfg/res/tfg-normativa-eco-20200720.pdf>, en adelante *Normativa CC.EE. y EE.*), desarrolla el reglamento anterior para adaptarlo al ámbito de los grados que se imparten en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

1.2 Relación con otras materias

El TFG es un trabajo de integración con cuya elaboración y defensa el estudiante deberá demostrar que ha adquirido el conjunto de competencias asociadas al Título (art 3.1. del *Reglamento de la UVa*). El TFG deberá permitir evaluar los conocimientos y capacidades adquiridos por el estudiante teniendo en cuenta su carácter de prueba global (art 3.2. del *Reglamento de la UVa*)

1.3 Prerrequisitos

Tendrán derecho a solicitar la asignación de un TFG los estudiantes matriculados en la totalidad de los créditos restantes para finalizar la titulación correspondiente (artículo 9.1. del *Reglamento de la UVa*).

El TFG sólo podrá ser defendido una vez que se tenga constancia de que el estudiante ha superado todos los créditos necesarios para la obtención del Título de Graduado/a, salvo los correspondientes al propio trabajo, si bien puede ser elaborado con anterioridad a este momento (artículo 4.2. del *Reglamento de la UVa*).

2. Competencias

2.1 Generales

- G1. Poseer y comprender conocimientos de economía general, economía de la empresa y dirección de marketing que, partiendo de la base de la Educación Secundaria General, alcancen el nivel propio de los libros de texto avanzados e incluyan también algunos elementos de vanguardia específicamente en el ámbito del marketing analítico y estratégico.
- G2. Saber aplicar los conocimientos adquiridos a su trabajo profesional en la dirección de marketing, la prospección de mercados o los sondeos de opinión, haciéndolo desde una perspectiva interdisciplinar e integradora de conocimientos y sabiendo liderar y motivar a los equipos de trabajo, así como poseer las competencias que suelen demostrarse mediante la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas complejos en dicho campo.
- G4. Poder transmitir informaciones, ideas, propuestas y soluciones a públicos especializados y no especializados, tanto oralmente como por escrito, en relación con el marketing estratégico, la transformación del entorno y las perspectivas de los mercados, haciéndolo de forma ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.
- G5. Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permiten emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía y aprovechamiento.
- G6. Ser capaz de pensar y actuar según principios de carácter universal que se basan en el valor de la persona y se dirigen a su pleno desarrollo, a la vez que respetar los derechos fundamentales y de igualdad entre mujeres y hombres, los derechos humanos, los valores democráticos y de una cultura de paz, así como los principios de respeto al medio ambiente, responsabilidad social y cooperación al desarrollo, en el marco de un compromiso ético en pro de una sociedad global, intercultural, libre y justa.

2.2 Específicas

- E6. Interpretar y aplicar las normas públicas que rigen las transacciones comerciales y su tributación, la protección de los consumidores o usuarios, el funcionamiento de los mercados de bienes y servicios, y la regulación del sector comercial.
- E7. Conocer los sistemas de información contable, las técnicas de auditoría interna y los métodos de análisis, financiación o administración de inversiones susceptibles de ser útiles para el control de gestión y la creación o desarrollo de proyectos empresariales.
- E8. Adquirir la formación básica necesaria para recoger e interpretar informaciones, formular hipótesis, asesorar y resolver problemas en el ámbito del análisis de los mercados y el marketing estratégico, siguiendo el método científico y mediante la aplicación de los enfoques analíticos, instrumentos matemáticos, métodos estadísticos (univariantes o multivariantes) y técnicas de previsión correspondientes.
- E9. Aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en el campo del marketing analítico y estratégico, así como las correspondientes técnicas y herramientas prácticas, utilizando, en su caso, Internet u otros recursos electrónicos y los métodos pertinentes, sean matemáticos, estadísticos, econométricos o cualitativos.
- E10. Investigar e interpretar los comportamientos de compra, la evolución de los mercados de bienes y servicios, la estructura de los sectores económicos y las estrategias empresariales generales y de marketing, en conexión con el entorno social, tecnológico, cultural, jurídico e institucional en el que se desarrollan y teniendo en cuenta su vertiente histórica, ética y de responsabilidad social.
- E11. Detectar, y resolver problemas relacionados con el marketing y la investigación de mercados, en el marco de la adopción de decisiones, la elaboración de informes o las actividades de consultoría.
- E12. Identificar nuevas necesidades o necesidades insatisfechas de los clientes, así como segmentos de mercado apropiados para la innovación y el desarrollo de la empresa o entidad o para mejorar su posicionamiento estratégico.



- E14. Aplicar con rigor diferentes técnicas, bien cualitativas o bien matemáticas, estadísticas y econométricas, para el marketing e investigación de mercados.
- E15. Reunir, seleccionar y aprovechar diferentes fuentes primarias de información (bibliográficas, estadísticas, económicas, comerciales, demográficas, etc.) mediante diversas herramientas, incluyendo los recursos telemáticos, así como diseñar, organizar, efectuar la recogida de datos y utilizar éticamente las informaciones procedentes de fuentes secundarias, asegurando su fiabilidad y teniendo en cuenta el coste y los objetivos.
- E16. Redactar estudios comerciales e informes sobre estrategias de marketing en sus diversas categorías.

3. Objetivos

De acuerdo con la [Memoria](#) del título, los resultados de aprendizaje son los siguientes:

- Diseñar un plan de trabajo sobre un tema de contenido económico que tenga en cuenta el planteamiento de un problema, su documentación y su resolución.
- Ser capaz de buscar, seleccionar y analizar información de diferentes tipos (cuantitativa y cualitativa) y fuentes (bibliografía, bases de datos, Internet, prensa, etc.).
- Aportar una visión personal al tema objeto de estudio.
- Incorporar en el análisis del tema planteado la dimensión ética, de igualdad, de sostenibilidad y responsabilidad.
- Situar los problemas económicos y/o sociales en un contexto más amplio y estratégico.
- Aprender a trabajar en equipo, así como a comunicar, argumentar, negociar e interactuar con otras personas, y tomar decisiones en situaciones con mayor o menor grado de información, estimulando actitudes que permitan orientar la actividad profesional, el espíritu crítico y la capacidad creativa y proactiva.
- Obtener una visión generalista de los problemas, integrando y relacionando perspectivas y contenidos de diversas materias del Grado.

4. Contenidos

El trabajo deberá abordar, independientemente de la estructura de la memoria final, con carácter general, los siguientes aspectos (art. 8 del *Reglamento de la UVa*)

- Justificación: Deben establecerse tanto la relevancia de la temática elegida como la fundamentación teórica y los antecedentes, así como su vinculación de la propuesta con las competencias propias del Título.
- Diseño: Se establecerá un plan de trabajo que dé cuenta del proceso a seguir para el estudio, análisis y desarrollo de la situación del tema elegido.
- Contexto: Se analizará el alcance del trabajo y las oportunidades o limitaciones del contexto en el que ha de desarrollarse.
- Conclusiones e implicaciones: Se establecerán mecanismos para la reflexión sobre la situación analizada procurando conectar con la fundamentación teórica y los antecedentes.

5. Métodos docentes y principios metodológicos

El método docente y los principios metodológicos se establecerán por el/los tutor/es del TFG. No obstante, la normativa establece una serie de obligaciones tanto para estudiantes como para tutores.

El **estudiante** deberá (artículo 5 del *Reglamento de la UVa*):

- a) Elaborar el trabajo respetando el formato y extensión establecidos por el Centro responsable de la titulación.
- b) Informar regularmente a su tutor del desarrollo del trabajo.
- c) Estructurar el trabajo teniendo en cuenta los objetivos establecidos.



d) Presentar adecuadamente y en plazo el trabajo realizado, para su evaluación, usando los medios que estime más convenientes y que resulten compatibles con las normas de evaluación aprobadas y publicadas por el Comité de Título correspondiente.

El **tutor** deberá (artículo 6 del *Reglamento de la UVa*):

- Proporcionar guía, consejo y apoyo al estudiante durante la realización del trabajo.
- Preparar conjuntamente con el estudiante el plan de trabajo de cada reunión.
- Supervisar el trabajo y proporcionar las indicaciones oportunas para favorecer que el estudiante alcance los objetivos fijados inicialmente, dentro del plazo temporal marcado.
- Autorizar la presentación del TFG.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Seminarios y Tutorías	6	Estudio y trabajo autónomo individual	70
Sesiones de evaluación	1,5	Estudio y trabajo autónomo grupal	57,5
		Documentación: Consultas bibliográficas, bases de datos, Internet, etc.	15
Total presencial	7,5	Total no presencial	142,5
TOTAL presencial + no presencial			150

7. Sistema y características de la evaluación

La solicitud de defensa y evaluación del TFG deberá presentarse por el estudiante, al menos con tres días de antelación respecto a la fecha prevista para la defensa, mediante la Sede Electrónica de la UVa y de acuerdo con las fechas que establezca el calendario académico de la UVa, en general, y el calendario para los TFG de la Facultad, en particular (artículo 9 de la [Normativa CC.EE. y EE.](#)).

Todos los TFG deberán defenderse en sesión pública ante el tutor correspondiente y un segundo evaluador. Si las circunstancias lo exigiesen podría ser defendido por medios virtuales o telemáticos. Con una antelación mínima de cinco días respecto a la fecha de defensa el estudiante habrá hecho llegar al segundo evaluador el texto completo del TFG. El tutor hará público en el calendario de defensas virtual (<http://www.eco.uva.es/tfg/defensas/>) el lugar, día y hora fijados para la defensa de cada trabajo que corresponda evaluar, al menos con tres días de antelación respecto a la fecha fijada para la defensa. Comenzada la sesión pública, el estudiante expondrá en un tiempo máximo de quince minutos un resumen del TFG y de los principales resultados y conclusiones alcanzados. Tras la exposición, tanto el tutor como el segundo evaluador realizarán las observaciones, preguntas y consideraciones oportunas, en un máximo de 10 minutos. A continuación, el estudiante dispondrá de un máximo de 10 minutos para contestar a las preguntas y observaciones (artículo 11 de la [Normativa CC.EE. y EE.](#)).

Finalizada la defensa, el tutor y el segundo evaluador, atendiendo a los criterios contenidos en la guía docente, otorgarán individualmente una calificación máxima de 10 puntos. La calificación final del estudiante comprenderá la calificación otorgada por el tutor (con una ponderación del 70 por ciento) y la otorgada por el segundo evaluador (con una ponderación del 30 por ciento) (artículo 12 de la [Normativa CC.EE. y EE.](#)).

La calificación final se otorgará según recoge el RD 1125/2003 (artículo 13.1 del *Reglamento de la UVa*).

El TFG será evaluado atendiendo a los **siguientes criterios**: presentación y estructura, claridad y pertinencia de los contenidos; originalidad y carácter innovador; integración de competencias y contenidos trabajados en el Título; carácter reflexivo y argumentación interna; manejo de bibliografía especializada; calidad de la exposición y defensa del trabajo (artículo 12 del *Reglamento de la UVa*).



Los criterios de calificación son los mismos en las distintas convocatorias.

Para aprobar la asignatura el estudiante deberá obtener una calificación final mínima de 5,0 puntos. Si el resultado de la calificación fuera suspenso, se facilitará al estudiante, con anterioridad a la fecha fijada para la revisión de la calificación, un documento que contenga los motivos de tal decisión junto con las recomendaciones oportunas para la mejora del trabajo de cara a una nueva convocatoria (artículo 13.3 del *Reglamento de la UVa*).

Los responsables de la evaluación del TFG podrán proponer la concesión motivada de la mención de Matrícula de Honor al TFG que haya obtenido una calificación igual o superior a 9. El Comité de Título, oídos los responsables de la evaluación, decidirá sobre la asignación de estas menciones. El número de estas menciones no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en la correspondiente asignatura TFG, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola Matrícula de Honor (artículo 13.5 del *Reglamento de la UVa*).

8. Consideraciones finales

La validez de la adjudicación del TFG se establece en un curso académico (artículo 8 de la [Normativa CC.EE. y EE.](#)).

El TFG puede defenderse en cualquier momento del curso académico y se recomienda que al menos con 20 días de antelación a la fecha prevista de defensa, los estudiantes presenten al tutor la versión final de su TFG para poder subsanar las deficiencias que pudieran apreciarse. Esta recomendación debe ser especialmente atendida cuando la fecha de defensa del TFG sea cercana a la fecha de cierre de actas.

Toda la información actualizada relativa a los TFG (calendario, normativa, oferta y adjudicaciones de temas, documentación, documento de estilo, etc.) puede y debe consultarse en: <http://www.eco.uva.es/tfg/>