

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Trabajo Fin de Grado

Descripción:

La asignatura pretende verificar la adquisición de las competencias asociadas al Grado Oficial de Marketing, estableciendo con ello la defensa y evaluación del Trabajo Fin de Grado que completa los contenidos formativos recibidos, así como las capacidades, competencias y habilidades desarrolladas durante el periodo de docencia del Grado.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6

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

Temario:

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

Competencias:

- CE31: Aplicar los elementos esenciales de la profesión empresarial, incluyendo los principios éticos, las responsabilidades legales y el ejercicio profesional centrado en el marketing y el branding.

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:

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* (20ª ed.). ESIC Editorial.

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

Ambrose, H. (2014). *Fundamentos del Diseño Gráfico*. Editorial Parramon.

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

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