

## DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

<b>Módulo:</b>	PROYECTO FIN DE MASTER		
<b>Identificador:</b>	32593		
<b>Titulación:</b>	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS (MBA). PLAN 2015 (E)		
<b>Tipo:</b>	OBLIGATORIA		
<b>Créditos:</b>	6	<b>Horas totales:</b>	150
<b>Actividades Presenciales:</b>	16	<b>Trabajo Autónomo:</b>	134
<b>Profesor:</b>		<b>Correo electrónico:</b>	

## PRESENTACIÓN:

Los Másters son titulaciones encaminadas a una formación avanzada, multidisciplinar o especializada, dirigida a la consecución de logros académicos en profundidad, de especialidades profesionales o de iniciación a la investigación.

Los estudios de Master exigen la evaluación continua del proceso de aprendizaje que se concreta finalmente en el denominado Trabajo Fin de Máster (TFM). Ese trabajo final está pensado para evidenciar las competencias adquiridas a lo largo de todo el programa formativo y para demostrar el logro de los objetivos globales del aprendizaje. Existe un conjunto de directrices específicas para la realización de este proyecto en el denominado Manual del Trabajo Fin de Master.

El TFM deberá estar orientado a la aplicación de las competencias generales asociadas a la titulación, a capacitar para la búsqueda, gestión, organización e interpretación de datos relevantes, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica, tecnológica o ética, y que facilite el desarrollo de un pensamiento y juicio crítico, lógico y creativo. La finalidad del Trabajo Fin de Máster es alcanzar un nivel de calidad óptimo. Por esta razón el TFM deberá ser sometido a su aceptación por el director/ a asignado/ a al alumno/ a por la coordinación del módulo TFM y posteriormente, el alumno/ a lo defenderá ante un Tribunal.

## COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

<b>Competencias Generales de la titulación</b>	G02	Capacidad innovadora para proponer y encontrar formas nuevas y eficaces de realizar cualquier tarea y/ o función dentro de su entorno profesional.
	G04	Capacidad de trabajar siempre con responsabilidad y compromiso, creando un alto sentido del deber y el cumplimiento de las obligaciones.
	G06	Capacidad para analizar y resolver los problemas o imprevistos complejos que puedan surgir durante la actividad profesional dentro de cualquier tipo de organización socio-económica.
	G07	Capacidad de tomar decisiones lógicas de una manera imparcial y desde un punto de vista racional.
<b>Competencias Específicas de la titulación</b>	E01	Capacidad para entender los efectos económicos de la globalización y las interrelaciones entre empresas y economías.
	E03	Capacidad para comprender el concepto de estrategia en la empresa y la utilidad del análisis estratégico, sectorial y empresarial.
	E04	Capacidad para comprender los flujos económicos de la empresa: desde aspectos de componente más estratégico como estructura de capital, política de financiación o estrategias de inversión, hasta los más operativos, normativos o regulativos.
	E05	Capacidad para interpretar los estados financieros y dominar el proceso de toma de decisiones sobre financiación e inversión.
	E06	Capacidad para diseñar sistemas de control de gestión.
	E08	Capacidad para asumir la importancia de un enfoque de orientación al cliente como ventaja competitiva.
	E09	Capacidad para identificar las necesidades de información relevantes para la toma de decisiones en todo el proceso de planificación de marketing.
	E11	Capacidad para entender la importancia del aprovisionamiento y los sistemas de producción como clave en la gestión productiva y financiera de la empresa.
E12	Capacidad para analizar la importancia de los sistemas de información, la logística de las operaciones y los sistemas integrados, tanto en productos como en servicios.	

	E19	Capacidad para actuar según los principios de la ética empresarial y comprensión del concepto de responsabilidad social corporativa como finalidad de la actuación empresarial y su impacto en la sociedad a través del plan estratégico de la organización y su ejecución.
	E20	Capacidad para aplicar procedimientos creativos en el ámbito de la planificación estratégica del negocio y de la gestión empresarial, valorando los riesgos y los resultados estimados.
	E22	Capacidad para desarrollar las estrategias de crecimiento internacional de las empresas considerando la repercusión en los diferentes departamentos afectados.
<b>Resultados de Aprendizaje</b>	R01	Ser capaz de desarrollar un plan de negocio atendiendo a las principales áreas de la empresa afectadas.
	R02	Proponer soluciones innovadoras a problemas reales, cuantificando la repercusión para la empresa y su área de influencia.
	R03	Planificar y gestionar proyectos profesionales que puedan generar valor y se tengan identificadas las principales variables que afecten a la viabilidad del proyecto.
	R04	Realizar un seguimiento adecuado de la ejecución de un proyecto profesional e implantar medidas correctivas en caso necesario.
	R05	Valorar el impacto de un proyecto profesional en su entorno

### REQUISITOS PREVIOS:

### PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

### Contenidos de la materia:

#### 1 - Manual del Proyecto Fin de Máster

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

### METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

#### Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

#### IMPORTANTE:

El alumno debe hacer una lectura atenta del Manual de Proyecto Final que se facilita en la PDU.

#### Tutorías:

Alumno/ a y tutor/ a-director/ a se reunirán inicialmente y acordarán un plan de trabajo. Se recomienda que se reúna con el tutor-director al menos tres veces con el objeto de:

- desarrollar un calendario de trabajo y definir más concretamente el tema objeto de estudio,
- valorar y hacer un seguimiento del desarrollo del trabajo por parte del alumno,
- la corrección del borrador provisional del trabajo.

No será responsabilidad del tutor/ a-director/ a buscar al alumno/ a para estar en contacto, sino responsabilidad del alumno/ a estar en contacto con el tutor/ a-director/ a, según el plan de reuniones que hayan establecido inicialmente y el medio de comunicación será el correo electrónico institucional.

#### Encuadernación:

El Proyecto debe ser encuadernado en un único tomo. Se presentarán CUATRO COPIAS a doble cara, encuadernadas en canutillo o espiral, más una copia en soporte digital (CD-Rom), para el estudio y conocimiento de los miembros del Tribunal del proyecto, antes de la defensa de éste por su autor. Si tras los tribunales, el TFM (Trabajo Final de Máster) obtiene una puntuación de al menos 7 sobre 10 y, en caso de que el autor dé su permiso para el archivo de un ejemplar en la biblioteca de la Universidad San Jorge, una de las copias deberá entregarse encuadernada en tapa dura y color azul marino. Las copias EN NINGÚN CASO se devolverán al alumno; éste también hará una copia para el director/ a de su TFM si así se lo requiere.

### Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Exposiciones de trabajos de los alumnos	10
	Tutorías con el director/a del TFM	6
Trabajo Autónomo	Preparación de trabajos individuales	125
	Lecturas obligatorias	9
<b>Horas totales:</b>		<b>150</b>

### SISTEMA DE EVALUACIÓN:

#### Obtención de la nota final:

Trabajos individuales:	70 %
Defensa Ante Tribunal:	30 %
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>

\*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

### BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

#### Bibliografía básica:

BERGANZA, M<sup>a</sup> Rosa y RUIZ, José A. (coord.). Investigar en Comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación. Madrid: McGraw Hill, 2005.

CEA, M<sup>a</sup> Ángeles. Metodología cuantitativa, estrategias y técnicas de investigación social, Madrid: Síntesis, 2001.

WIMMER, Roger y DOMINICK, Joseph R. Introducción a la Investigación en medios masivos de comunicación. Madrid: International Thomson Editores, 2001.

#### Bibliografía recomendada:

CALLEJO, Javier (coord.). Introducción a las técnicas de investigación social. Madrid: Uned, 2010

GUIJARRO, Antonio. La comunicación externa e interna en el ámbito laboral y empresarial. [Granada]: Ada Book, D.L. 2009.

LOSADA, José Carlos. Gestión de la comunicación en las organizaciones : comunicación interna, corporativa y de marketing. Barcelona: Ariel, 2004.

BARON, Antoni. Manual del Financial Business Plan. Profit Editorial. 2013

BARROW, Colin. The business plan workbook. Kogan page ltd. 2015

ZORITA, Enrique. Plan de Negocio. ESIC Editorial. 2015

#### Páginas web recomendadas:

Centro de Investigaciones Sociológicas	<a href="http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html">http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html</a>
Instituto Nacional de Estadística	<a href="http://www.ine.es/">http://www.ine.es/</a>

\* Guía Docente sujeta a modificaciones