

Trabajo Fin de Máster / Final Master's Thesis

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Trabajo Fin de Título / Final Master's Thesis
Organización temporal		1er. curso, 2o. semestre / 1st year, 2nd semester
Modalidad		Presencial / Face-to-face
Idioma		Castellano e inglés / Spanish and English
Contenidos		<p>El Trabajo de Fin de Máster consiste, preferentemente, en la elaboración de un plan de marketing internacional, si bien se podrá realizar un proyecto de investigación sobre cualquiera de las materias del plan de estudios, pero que integre, de manera transversal, todos los conocimientos.</p> <p>-----</p> <p>The Final Master's Thesis consists, preferably, in the elaboration of an international marketing plan, although a research project may be carried out on any of the subjects of the study plan, but which integrates, in a transversal way, all the knowledge.</p>
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC6 Comprender con detalle el impacto de los resultados de la investigación de mercados nacionales e internacionales en el diseño, comercialización y comunicación de los productos / Understanding in detail the impact of national and international market research results on product design, marketing, and communication.
	Habilidades y destrezas	<p>HD1 Escoger entre diferentes alternativas comerciales y de planes de comunicación con un alcance internacional en base a las necesidades de la empresa / Choose between different commercial alternatives and communication plans with an international scope based on the company needs</p> <p>HD2 Aplicar correctamente modelos, técnicas, métodos y herramientas de análisis financiero y coste-beneficio específicos de la gestión comercial, el marketing y la comunicación en mercados internacionales. / Apply models, techniques, methods and tools of financial and cost-benefit analysis specific to commercial management, marketing and communication in international markets.</p> <p>HD3 Resolver posibles problemas de gestión de equipos multidisciplinares y multiculturales en proyectos de marketing de alcance internacional / Resolve potential multidisciplinary and multicultural teams management issues in marketing projects of international scope</p> <p>HD4 Gestionar las nuevas tecnologías, desarrolladas en el ámbito empresarial y aplicarlas en el desarrollo de la dirección de marketing internacional / Manage new technologies developed in the business environment and apply them in the development of international marketing management.</p>
	Competencias	CP01 Calcular los indicadores económicos, comerciales y financieros que permitan analizar la situación y las tendencias de los mercados nacionales y del comercio

		<p>internacional / Calculate economic, trade and financial indicators to analyse the situation and trends in domestic markets and international trade.</p> <p>CP02 Diseñar la estructura organizativa (división del trabajo y métodos de coordinación) de los departamentos de marketing y ventas en empresas internacionalizadas teniendo en cuenta la naturaleza de los mercados, los objetivos de la empresa, la extensión y complejidad de la red comercial, los canales de distribución y la estrategia de internacionalización / Design the organisational structure (division of labour and coordination methods) of marketing and sales departments in internationalised companies taking into account the nature of the markets, the objectives of the company, the extension and complexity of the commercial network, the distribution channels and the internationalisation strategy.</p> <p>CP03 Realizar previsiones de ventas diferenciadas por mercados dentro de un contexto internacional y establecer objetivos acordes con los diagnósticos teniendo en cuenta la coyuntura previsible de cada país / Make market-differentiated sales forecasts within an international context and set targets in line with the diagnostics, taking into account the foreseeable economic situation of each country.</p> <p>CP04 Definir los objetivos comerciales de crecimiento, rentabilidad y solvencia para la cartera de productos y para todos los mercados, equipos, canales y países, de modo que contribuyan a los objetivos corporativos / Define business objectives for growth, profitability and solvency for the product portfolio and for all markets, teams, channels and countries, so that they contribute to corporate objectives.</p> <p>CP05 Adoptar decisiones de marketing internacional en base al análisis estadístico de la información / Making international marketing decisions based on statistical analysis of information.</p> <p>CP06 Elaborar la estrategia internacional de marketing mix de modo que contribuya al refuerzo de las ventajas competitivas de la empresa / Develop the international marketing mix strategy in a way that contributes to the reinforcement of the company's competitive advantages.</p> <p>CP07 Dirigir planes comerciales internacionales centrados en incrementar el valor de los clientes de la empresa, integrando las nuevas tecnologías en este proceso y teniendo en cuenta las peculiaridades de cada mercado exterior / Manage international commercial plans focused on increasing the value of the company's clients, integrating new technologies in this process and taking into account the peculiarities of each foreign market.</p>
--	--	--

		<p>CP8 Establecer la estrategia internacional de imagen, identidad y cultura de la empresa de acuerdo con los objetivos corporativos y de marketing y con la posición comparativa de la empresa / Establish the international strategy for the company's image, identity and culture in accordance with corporate and marketing objectives and the company's comparative position.</p> <p>CP09 Gestionar planes de comunicación interna y externa que refuercen el posicionamiento de la empresa en los distintos mercados internacionales, seleccionando la mejor forma de que contribuyan a las ventajas competitivas que la misma posee o desea alcanzar / internal and external communication plans that reinforce the positioning of the company in the different international markets, selecting the best way to contribute to the competitive advantages that the company possesses or wishes to achieve.</p> <p>CP10 Evaluar los cambios que puede suponer una estrategia de marketing digital sobre las políticas comerciales, productivas y logísticas a implantar en cada mercado internacional / Evaluate the changes that a digital marketing strategy may entail on the commercial, production and logistics policies to be implemented in each international market</p>
--	--	---

Actividades formativas	Horas totales
F04 - Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes y trabajos. / F04 - Study and preparation of activities. Individual study to prepare for exams and assignments.	128
F08 - Exposición y defensa pública del trabajo fin de título / Presentation and public defense of the final thesis	2
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
E04 - Trabajo Fin de Máster / Ejercicio escrito. Prueba de carácter obligatorio para verificar el grado de aprendizaje teórico y práctico del alumno sobre algunos contenidos específicos. / E04 - Master's Thesis / Written exercise. Mandatory test to verify the degree of theoretical and practical learning of the student on some specific content.	60	60
E09 - Presentación oral. Evaluación de la calidad de la presentación y la demostración de conocimientos y capacidades adquiridos con la elaboración del TFM. / E09 - Oral presentation. Evaluation of the quality of the presentation and the demonstration of knowledge and abilities acquired with the elaboration of the MT	40	40
Total	100	100