



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

# GUÍA DOCENTE DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

[2022-2023]

## DATOS GENERALES

<b>Nombre:</b>	Trabajo de Fin de Grado
<b>Código:</b>	2222
<b>Curso:</b>	2022-23
<b>Titulación:</b>	Grado en Administración y Dirección de Empresas Grado en Marketing y Comunicación Digital
<b>Nº de créditos (ECTS):</b>	12
<b>Requisitos:</b>	Sin requisitos previos
<b>Ubicación en el plan de estudios:</b>	Cuarto curso, 2º cuatrimestre
<b>Fecha de la última revisión:</b>	Octubre de 2022
<b>Profesor Responsable:</b>	Dra. Cristina Cáliz

## 1 DESCRIPCIÓN GENERAL

La asignatura Trabajo de Fin de Grado comporta la realización por parte de los estudiantes de un proyecto, un estudio, una memoria o un trabajo en el que se apliquen, se integren y se desarrollen los conocimientos, las capacidades, las competencias y las habilidades adquiridas en el Grado.

- Está orientado a la evaluación de las competencias asociadas al Grado y concluye con la defensa y aprobación del trabajo
- Este trabajo comporta puede tratar sobre cualquier tema relacionado con el ámbito de estudio del Grado
- Contempla diferentes modalidades: experimental, aplicado, de revisión e investigación bibliográfica, y científico
- El TFG es un trabajo individual, autónomo y original

El trabajo deberá recogerse en el soporte documental correspondiente, de acuerdo con la normativa establecida a tal efecto, y presentarse y defenderse ante un tribunal.

## 2 OBJETIVOS

- Plasmar y aplicar el conjunto de conocimientos y demás competencias adquiridas por el estudiantado durante su formación en los cuatro cursos del Grado.
- Demostrar la suficiencia del aprendizaje adquirido mediante la elaboración de un proyecto experimental, aplicado, de revisión e investigación bibliográfica, y científico
- Contrastar la solidez de los aprendizajes mediante la tutorización del trabajo y, en su caso, corregir y reconducir a aquellos/as alumnos/as que pongan de manifiesto carencias o distorsiones en los aprendizajes.

## 3 CONTENIDOS

### Resultados del aprendizaje

El estudiante, durante y una vez haya desarrollado de manera tutelada su TFG, será capaz de (según tipología de TFG):

- Investigar y aplicar los conocimientos teóricos adquiridos al desarrollo de un caso real de creación / internacionalización de empresa / investigación.
- Aplicar adecuadamente las técnicas de investigación secundaria / primaria y, en su caso, cuantitativa / cualitativa.
- Descubrir nuevas oportunidades de negocio y lograr la generación de ventajas competitivas duraderas.
- Analizar y sintetizar fenómenos, situaciones de negocios y problemáticas organizativas de gestión.
- Gestionar la información y los datos como elementos clave para la toma de decisiones e identificar, formular y resolver problemas empresariales / de investigación.

- Resolver problemas y tomar decisiones en los niveles estratégico, táctico y operativo de una organización empresarial, teniendo en cuenta la interrelación entre las diferentes áreas funcionales y de negocio.
- Poner en práctica las capacidades interpersonales de escuchar, negociar y persuadir, así como ser capaces de trabajar en equipos multidisciplinares para poder operar de manera efectiva en distintos cometidos, y, cuando sea apropiado, asumir responsabilidades de liderazgo en un grupo de trabajo.
- Aplicar un pensamiento crítico acerca del conocimiento sobre las organizaciones empresariales, su contexto externo y su proceso de administración y dirección.
- Aprender a aprender de forma autónoma, para seguir formándose en las habilidades cognitivas y los conocimientos relevantes aplicados a la actividad profesional y empresarial.
- Gestionar la adquisición, la estructuración, el análisis y la visualización de datos e información en el ámbito de especialidad y valorar de forma crítica los resultados de dicha gestión.

## Contenido

Los TFG se referirán a los siguientes apartados en los Trabajos de Investigación/Experimentales/Bibliográficos/Científicos, en caso de que no se siga la normativa propia de una revista o la estructura clásica de un artículo científico, o bien se trate por ejemplo de un trabajo aplicado, como un Plan de Empresa/Plan de Marketing/Plan de Comunicación (que tienen una estructura propia):

### 1. PORTADA

Figurará el título completo del TFG, el Grado al cual se adscribe, nombre y apellidos del estudiante y nombre y apellidos del tutor, y la fecha de entrega.

### 2. PRIMERA PÁGINA

Volverá a aparecer el título completo del TFG, el nombre y apellidos del estudiante, y nombre y apellidos del tutor, la fecha de entrega.

También aparecerá el resumen breve del TFG (breve descripción que incluye las ideas principales del trabajo se redacta al final de la investigación y debe contener un máximo

100 palabras), y se anotarán también un máximo de 5 descriptores o palabras clave (keywords) que cataloguen el trabajo.

### 3. INDICE O SUMARIO

Se estructurará secuencialmente el desarrollo del contenido y se situará al lector en el proyecto. En él se indican los apartados del trabajo, como también anexos, ilustraciones, tablas o gráficos, si hubiera, con referencia al número de página.

### 4. INTRODUCCIÓN

- a. Motivaciones: intereses académicos y profesionales que llevan a investigar el tema.
- b. Justificación de la relevancia del estudio
- c. Objetivos generales y específicos: se justificará la investigación y se expondrán los objetivos, especificando el ámbito, el alcance y los límites de la investigación.
- d. Preguntas de investigación o hipótesis
- e. Introducción a la metodología utilizada en el trabajo: breve introducción a la metodología.
- f. Secuencia de desarrollo: se realizará una breve descripción del contenido de los capítulos.
- g. Agradecimientos (opcional): pueden añadirse los agradecimientos que el autor considere a las personas y/o instituciones que hayan colaborado en la investigación.

### 5. CUERPO DEL TRABAJO

Contiene el desarrollo del contenido del trabajo y se estructurará en capítulos, apartados y subapartados, y también se incluirán las ilustraciones, cuadros, figuras, gráficos, mesas, citas bibliográficas y notas a pie de página. En el cuerpo del trabajo se debe incluir el marco teórico, el desarrollo de la metodología, y los principales resultados.

- a. El problema: planteamiento del problema, formulación del problema.
- b. El marco teórico: que incluirá los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, la definición de términos básicos, el sistema de hipótesis y el sistema de variables.
- c. El marco metodológico: nivel de la investigación, diseño de la investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas de procesamiento y análisis de datos.
- d. Principales resultados del trabajo: Presentación de los datos más relevantes de los resultados del estudio/desarrollo/investigación.

### 6. SÍNTESIS Y CONCLUSIONES

Se recogen las consideraciones finales y las conclusiones propias del trabajo y se presentaran las limitaciones, aportaciones y líneas de investigación futuras.

Las conclusiones deben reflejar un análisis riguroso de los datos para después, en la discusión, ser interpretados en base al marco teórico y los objetivos establecidos. Las conclusiones sintetizan la información aportada anteriormente, responden a la consecución de los objetivos planteados y sugieren futuras investigaciones. Se pueden resaltar resultados positivos, negativos, cuestiones pendientes, etc.

## **7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Se recogerán las referencias bibliográficas y documentales utilizadas en todo el TFG, en orden alfabético según la normativa básica aplicable.

## **8. ANEXOS O APÉNDICES**

Apartado opcional que incluye contenido complementario para corroborar los argumentos de la investigación (instrumentos, estadísticas, transcripciones de entrevistas, etc.).

Se ordenarán y numeraran, y deben ser citados previamente en el trabajo. Serán documentos específicos que tienen relación con el tema tratado en el TFG y se considera interesante aportar.

En los casos de TFG APLICADOS, antes mencionados, la estructura del TFG puede ser la siguiente:

### **PLAN DE MARKETING**

#### **1. PORTADA**

Figurará el título completo del TFG, el Grado al cual se adscribe, nombre y apellidos del estudiante y nombre y apellidos del tutor, y la fecha de entrega.

#### **2. PRIMERA PÁGINA**

Volverá a aparecer el título completo del TFG, el nombre y apellidos del estudiante, y nombre y apellidos del tutor, la fecha de entrega.

También aparecerá el resumen breve del TFG (breve descripción que incluye las ideas principales del trabajo se redacta al final de la investigación y debe contener un máximo 100 palabras), y se anotarán también un máximo de 5 descriptores o palabras clave (keywords) que cataloguen el trabajo.

### **3. INDICE O SUMARIO**

Se estructurará secuencialmente el desarrollo del contenido y se situará al lector en el proyecto. En él se indican los apartados del trabajo, como también anexos, ilustraciones, tablas o gráficos, si hubiera, con referencia al número de página.

### **4. INTRODUCCIÓN**

### **5. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN (EXTERNO E INTERNO)**

### **6. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN**

### **7. OBJETIVOS DE MARKETING**

### **8. ESTRATEGIAS DE MARKETING**

### **9. PLANES DE ACCIÓN**

### **10. VENTAS, PRESUPUESTO Y VIABILIDAD**

### **11. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING**

### **12. CONCLUSIONES**

### **13. LIMITACIONES, APORTACIONES Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURAS.**

### **14. BIBLIOGRAFÍA**

### **15. ANEXOS O APÉNDICES**

## **BUSINESS PLAN O PLAN DE EMPRESA**

### **1. PORTADA**

Figurará el título completo del TFG, el Grado al cual se adscribe, nombre y apellidos del estudiante y nombre y apellidos del tutor, y la fecha de entrega.

### **2. PRIMERA PÁGINA**

Volverá a aparecer el título completo del TFG, el nombre y apellidos del estudiante, y nombre y apellidos del tutor, la fecha de entrega.

También aparecerá el resumen breve del TFG (breve descripción que incluye las ideas principales del trabajo se redacta al final de la investigación y debe contener un máximo 100 palabras), y se anotarán también un máximo de 5 descriptores o palabras clave (keywords) que cataloguen el trabajo.

### **3. INDICE O SUMARIO**

Se estructurará secuencialmente el desarrollo del contenido y se situará al lector en el proyecto. En él se indican los apartados del trabajo, como también anexos, ilustraciones, tablas o gráficos, si hubiera, con referencia al número de página.

### **4. DESCRIPCIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.**

a. Identificación de la oportunidad de negocio.

- b. Descripción de la idea del negocio.
- c. Propósito de la creación de la empresa.

**5. EL MODELO DE NEGOCIO CANVAS.**

**6. EL PLAN DE MARKETING.**

**7. EL PLAN DE OPERACIONES.**

**8. EL PLAN DE RECURSOS HUMANOS.**

**9. EL PLAN JURÍDICO Y FISCAL.**

**10. PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO.**

**11. EL PLAN DE CONTINGENCIAS.**

- a. Identificación de posibles riesgos.
- b. Acciones alternativas.

**12. CONCLUSIONES.**

- a. Viabilidad del proyecto.

**13. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE CONSULTA.**

**14. ANEXOS.**

## 4 METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

La asignatura de TFG se desarrolla mediante la combinación de una metodología expositiva, una o varias sesiones magistrales, en la que el/la profesor/a coordinador/a del TFG explica la metodología de desarrollo del TFG, la elección del tipo de TFG y la temática; con una metodología tutorial, sesiones de tutorías participativas con el/la tutor/a asignado/a por la Comisión del Trabajo de Fin de Grado, quien controlará y verificará el correcto enfoque y desarrollo del proyecto, solventando dudas y preguntas, corrigiendo los avances del TFG, y proporcionando una retroalimentación oportuna.

El TFG incluye diferentes entregas que pretenden ayudar en el desarrollo del trabajo.

- Tras la asignación de los temas y tutores o tutoras, por parte de la Comisión del TFG, los estudiantes, con el soporte del tutor o tutora, elaboran un plan de trabajo que incluye, como mínimo, los objetivos, las preguntas clave del tema, la metodología y las fuentes que se utilizarán en la recogida de datos, los recursos que se utilizaran, una revisión bibliográfica del tema, una primera versión del índice de contenidos del TFG y un cronograma con los plazos de entrega de los bloques de contenido del índice.
- Los estudiantes pueden entregar un trabajo de fin de grado parcial (de forma voluntaria) que será evaluado por el profesor evaluador, quien estudia y emite un informe de valoración y propuestas de mejora que envía al tutor o tutora del TFG. Este informe no tiene peso en la calificación final, pero pretende ayudar tanto a los estudiantes como a los tutores en el desarrollo del trabajo.

## 5 EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura es continua e incluye los siguientes componentes:

1. La valoración de los tutores o tutoras de la planificación y el desarrollo del trabajo realizado por los estudiantes. Esta valoración consta de una parte descriptiva y una calificación numérica de 0 a 10.
2. La valoración del profesor evaluador del trabajo escrito. Esta valoración consta de una parte descriptiva y una calificación numérica de 0 a 10.
3. La valoración de los miembros del tribunal de la presentación y defensa del trabajo. Esta valoración consta de una calificación numérica de 0 a 10.

El 75% de la calificación final se calcula haciendo la media aritmética entre la valoración del tutor o tutora y la valoración del profesor o profesora evaluadores. Para hacer esta media las dos calificaciones han de ser iguales o superiores a 5.

El 25% de la calificación es la valoración que otorgan los miembros del Tribunal por la presentación y defensa del Trabajo de Fin de Grado, siempre que sea superior a 5.

El profesor o profesora evaluadores y el tutor o tutora valoran: La *edición del trabajo*: estructura, estilo, ortografía, numeración, bibliografía, sistema de citación, etc.; la *fundamentación teórica*: aplicación de los conocimientos del grado, nivel de profundidad y aportación personal y; *metodología* utilizada y rigor en la aplicación.

Los miembros del tribunal del TFG valoran los siguientes aspectos: la presentación oral del trabajo y la defensa de las preguntas realizadas por los miembros del tribunal.

## 6 BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Profesorado Euncet (2016). Cómo hacer un Plan de Empresa EUNCET. Omnia Science. Texto guía en formato digital y formato impreso.

- Carlos, Fernández Collado; Pilar, Baptista Lucio (2007). Fundamentos de metodología de la investigación. McGraw-Hill Interamericana.
- Mario, Ortí Mata; Yolanda, Agudo Arroyo (2007). Métodos y técnicas de investigación social. Universitaria Ramón Areces.
- Magaz-González, A.M. y Fanjul-Suárez, J.L. (2012). Organización de eventos deportivos y gestión de proyectos: factores, fases y áreas. Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte vol. 12 (45) pp. 138-169.
- Año, V. (2011). Organización de eventos y competiciones deportivas. València. Editorial Universitat de València.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Redondo López, J.A. y Rodríguez Sandiás, A. (2003): *Elaboración y Análisis de Planes de Empresa*. Tórculo Edicions, Santiago de Compostela.
- Castro Cal, J.F. (2010): *Manual para la elaboración del Plan de Empresa*, CSIC.
- Ortega Giménez, Alfonso; Espinosa Piedecausa, José Luis. (2015). Plan de internacionalización empresarial. Esic Editorial.
- Llamazares García-Lomas, Olegario. (2017). Plan de Internacionalización para Empresas. Ed. Global Marketing Strategies . Madrid.
- Cerviño, Julio. (2011). Marketing Internacional. Nuevas perspectivas para un mercado globalizado. Ediciones Pirámide.
- Jerez Riesco, José Luis y García-Mendoza, Álvaro. (2010). Marketing internacional para la expansión de la empresa. ESIC Editorial.
- Azorin, F.y Sánchez-C., J., (1986): Métodos y aplicaciones del muestreo. Madrid, Alianza Editorial.
- Casas Sánchez, J.M., (1996): Inferencia estadística para economía y administración de empresas. Madrid, Editorial Centro de estudios Ramón Areces.
- Hildebrand, D.K. y Lyman O. R., (1997): Estadística aplicada a la administración y a la economía.
- Ortega Martínez, E., (1992). Manual de Investigación Comercial. Madrid, Ediciones Pirámide.
- Pérez, G. (1994): Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. Madrid, Siglo XXI.
- Santos Peñas, J. Y otros, (1999): Diseño y tratamiento estadístico de encuestas para estudios de mercado. Madrid, Ramón Areces.
- Uriel, E., (1995): Análisis de datos, series temporales y análisis multivariante. Madrid, AC.
- Galvís, F. (2009). Tipos de eventos, conceptos y planificación.
- Jijena Sánchez, R. (2003). Eventos: cómo organizarlos con éxito. Buenos Aires. Editorial

Nobuko.

- Jijena Sánchez, R. i Jijena Sánchez, R. (2004). Organización de eventos. España. Ugerman Editor.
- López, C. i Martínez, B. (2010). Manual de organización de eventos deportivos. Sevilla. Editorial Wanceulen.

## Referencias web

- Sánchez, Javier. Business Model Canvas: Aprende a crear modelos de negocio. [en línea] Octubre, 2011. Disponible en: <http://www.emprenderalia.com/aprende-a-crear-modelos-de-negociocon-business-model-canvas/>
- Lienzo de negocios. Bussines Model Canvas [en línea]. Disponible en: [https://docs.google.com/drawings/d/1ZimNRli0HIFO8GUOuU9We13lOrFR1-s9m-0Ft\\_hnb8U/edit](https://docs.google.com/drawings/d/1ZimNRli0HIFO8GUOuU9We13lOrFR1-s9m-0Ft_hnb8U/edit)
- Cuestiones relativas a la gestión de recursos humanos: [www.capitalhumano.es](http://www.capitalhumano.es)
- *Información del entorno general* para el análisis del entorno o PESTEL: Banco de España: [www.bde.es](http://www.bde.es) ; Instituto Nacional de Estadística: [www.ine.es](http://www.ine.es)