

GUÍA DOCENTE

Trabajo Fin de Máster

MÁSTER U. EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

CURSO 2025-26

Fecha de publicación: 13-07-2025

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	1 curso, anual
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
<p>El Trabajo Fin de Máster (en adelante, TFM) es el módulo con el que concluye el plan de estudios y supone la realización por parte del estudiante, y de forma individual, de un proyecto, memoria o estudio original, bajo la supervisión de uno o más directores, en el que se integren y desarrollen los contenidos formativos recibidos, capacidades y habilidades adquiridas durante el período de docencia del Máster. 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 de índole social, científica, tecnológica o ética, y que facilite el desarrollo de un pensamiento y juicio crítico, lógico y creativo. El TFM está asociado a la evaluación de las competencias generales a un título que acredita una formación general orientada a la preparación para el ejercicio de actividades de carácter profesional.</p> <p>Esta guía docente se complementa con el "Reglamento sobre trabajo fin de máster" de la URJC y con el "Procedimiento del trabajo fin de máster del Máster U. en Dirección de Marketing Internacional", que se proporcionará al estudiante en el aula virtual de la asignatura. De acuerdo con el Art. 8.5 del Reglamento sobre trabajo de fin de Máster, la defensa del TFM siempre será Presencial.</p> <p>El TFM es responsabilidad única del/la futuro/a aspirante a Máster.</p> <p>El TFM posee matrícula indefinida. No obstante, en el caso de que el/la alumno/a no se presente a la asignatura TFM, y para sucesivos cursos académicos, sólo deberá abonar las tasas correspondientes a gastos de Secretaría y de Seguro Escolar.</p>

III.-Resultados de Aprendizaje

- CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- CB6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CG02. Desarrollarse profesionalmente con la habilidad de decidir entre alternativas comerciales y de planes de comunicación con un alcance internacional
- CG03. Seleccionar y aplicar correctamente modelos, técnicas, métodos y herramientas de análisis financiero y coste-beneficio específicos de la gestión comercial, el marketing y la comunicación.
- CG05. Analizar la situación interna y externa para elaborar diagnósticos de las organizaciones, con el fin de establecer planes y alternativas coherentes.
- CG06. Reconocer el modo en que los resultados de la investigación de mercados nacionales e internacionales afectan al diseño, comercialización y comunicación de los productos.
- CG08. Trabajar con equipos comerciales multidisciplinares, multiculturales y formados por personas de distintas nacionalidades en proyectos de marketing de alcance internacional
- CG09. Gestionar las nuevas tecnologías, desarrolladas en el ámbito empresarial y aplicarlas en el desarrollo de la dirección de marketing internacional
- CT03. Trabajo en equipo. Ser capaz de trabajar como miembro de un equipo interdisciplinar, ya sea como un miembro más o realizando tareas de dirección, con la finalidad de contribuir a desarrollar proyectos con pragmatismo y sentido de la responsabilidad, asumiendo compromisos teniendo en cuenta los recursos disponibles.
- CT04. Uso solvente de los recursos de información. 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.
- CE01. Calcular e interpretar los indicadores económicos, comerciales y financieros que permitan analizar la situación y las tendencias de los mercados nacionales y del comercio internacional
- CE02. 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
- CE03. Aplicar soluciones avanzadas para recoger y analizar información (como la inteligencia competitiva, big data, ERP, etc.) y dominar su uso para identificar y estudiar mercados y tendencias de mercado prometedores a una escala internacional
- CE04. 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
- CE05. 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
- CE06. Adoptar decisiones de marketing internacional en base al análisis estadístico de la información
- CE07. Elaborar la estrategia internacional de marketing mix de modo que contribuya al refuerzo de las ventajas competitivas de la empresa
- CE08. Diseñar, implementar y evaluar 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
- CE09. Diseñar e implantar modelos de gestión de las cuentas de clientes orientados a maximizar la entrega de valor para los compradores globales y locales
- CE10. Concebir e implantar estrategias comerciales capaces de generar la máxima penetración en los targets de mercados internacionales de forma sostenible, es decir, con la estructura de servicio ajustada a las demandas de los consumidores en cada uno de ellos
- CE11. Establecer la estrategia global 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
- CE12. Concebir y ejecutar 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

CE13. Evaluar los cambios que puede suponer una estrategia de marketing digital sobre las políticas comerciales, productivas y logísticas a implantar en cada mercado internacional y valorar su aportación a la creación de valor global de la empresa

- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.
- Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.

IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

Contenido del TFM

Según la normativa de la URJC, el contenido del TFM corresponderá a uno de los siguientes tipos:

1. Trabajos experimentales relacionados con la titulación que podrán desarrollarse en departamentos universitarios, laboratorios y centros de investigación de la URJC, así como centros y empresas especializadas.
2. Trabajos de revisión e investigación bibliográfica centrados en diferentes campos relacionados con la titulación.
3. Otros trabajos que corresponderán a ofertas de profesores, no ajustadas a las modalidades anteriores.

Para el TFM de este máster se seguirán las indicaciones de estructura, extensión, formato, estilo de redacción y citación de fuentes indicadas en el documento **Guía de estilo recomendada del Máster U. en Dirección de Marketing Internacional** que se publicará en el aula virtual de la asignatura.

Procedimiento del TFM

Véase el "Procedimiento del Trabajo Fin de Máster del Máster U. en Dirección de Marketing Internacional".

Calendario de las convocatorias de defensa pública del TFM

La Dirección del Máster informará a los estudiantes de TFM de las diferentes convocatorias de defensa a través del documento **Procedimiento del TFM del Máster U. en Dirección de Marketing Internacional**, que se publicará en el aula virtual de la asignatura. Siguiendo el Reglamento de TFM de la URJC se convocarán tres fechas de defensa pública, previsiblemente en octubre, marzo y junio. Dicha defensa, obligatoriamente y sin excepción, debe realizarse de forma **oral y presencial**. De acuerdo con el Art. 8.5 del Reglamento sobre trabajo de fin de Máster, la defensa del TFM siempre será presencial. Se deberá entregar el **trabajo en soporte electrónico** a través de la plataforma de TFM, siguiendo las indicaciones ofrecidas por la Dirección del Máster. No será posible entregar el TFM si no ha superado todas las asignaturas, incluida la asignatura de "Prácticas en empresas". El día de la defensa presencial, el estudiante deberá entregar al presidente/a de la Comisión de Evaluación de TFM un **ejemplar del TFM en papel** debidamente encuadernado en pasta dura: en la portada deberá aparecer el Título del TFM, en nombre del estudiante y del tutor/a, así como el curso académico en el que se defiende.

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Prácticas / Resolución de ejercicios	F11. Trabajo práctico individual. Realización y presentación individual de los trabajos / informes en diversos aspectos relacionados con el Máster, con asesoramiento académico del tutor de la Universidad.
Lecturas	Cada TFM tendrá que consultar sus propias lecturas.



V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)	
Créditos de la asignatura	6
Realización del trabajo (2/3 de las horas totales)	100
Tutorías académicas (10% del tiempo de realización del trabajo)	15
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	1,7
Elaboración de la memoria del trabajo (1/6 de las horas totales)	25
Preparación de la defensa del trabajo (1/3 del tiempo dedicado a elaborar la memoria)	8,3
Total de horas de trabajo del alumnado	150

VI.-Metodología y plan de trabajo		
Tipo	Periodo	Contenido
Prácticas	Semana 1 a Semana 16	M03. Trabajo individual. Realización y presentación del TFM.
Prácticas	Semana 1 a Semana 16	M04. Aprendizaje basado en problemas/proyectos, durante la realización del TFM.
Otras Actividades	Semana 1 a Semana 16	M05. Trabajo autónomo. Resolución de problemas por parte de los estudiantes fuera del aula.
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 16	M07. Tutorías. Sesiones de resolución de dudas. Alumno y tutor-director se reunirán inicialmente y acordarán un plan de trabajo. Se recomienda que el alumno se reúna con el tutor-director al menos tres veces con el objeto de: de desarrollar un calendario de trabajo y definir más concretamente el tema objeto de estudio. de valorar y hacer un seguimiento del desarrollo del trabajo por parte del alumno. Y finalmente para la corrección del borrador provisional del trabajo. No será responsabilidad del tutor-director buscar al alumno para estar en contacto, sino responsabilidad del alumno estar en contacto con el tutor-director, según el plan de reuniones que hayan establecido inicialmente.



VII.-Método de evaluación

VII.A.- Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación

VII.A.- Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación

De acuerdo con el Art. 8.5 del Reglamento sobre trabajo de fin de Máster, la defensa del TFM siempre será Presencial. La Comisión de Evaluación deliberará sobre la calificación del TFM teniendo en cuenta la documentación presentada y la defensa pública del mismo. La calificación global tendrá en cuenta, al menos, la calidad científica y técnica del TFM presentado, la calidad del material entregado y la claridad expositiva, valorándose también la capacidad de debate y defensa argumental. Para facilitar u orientar la evaluación del TFM por parte de la Comisión de Evaluación se adjunta un conjunto de indicadores asociados a las competencias transversales evaluables recogido en el "Procedimiento del trabajo Fin de Máster del Máster U. en Dirección de Marketing Internacional" así como en el reglamento de TFM y una rúbrica de evaluación de TFM del Máster U. en Dirección de Marketing Internacional. Según la normativa vigente, la calificación final será la resultante de aplicar la media aritmética entre las notas atribuidas al Trabajo Fin de Máster por cada uno de los miembros de la Comisión de Evaluación. Esta calificación se otorgará en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de dos decimales, a la que tendrá que añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

- 0 –4,90: Suspenso.
- 5,00 –6,90: Aprobado.
- 7,00 –8,90: Notable.
- 9,00 –10,00: Sobresaliente.

A la terminación de cada curso académico la Comisión de Evaluación del Trabajo Fin de Máster podrá conceder la mención de "Matrícula de Honor" a uno o varios Trabajos Fin de Máster, siempre que éstos, en la evaluación final, hayan obtenido una calificación cualitativa de "Sobresaliente".

De conformidad con lo dispuesto en el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional, el número de estas menciones no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola Matrícula de Honor. De conformidad con el art 8.5 del Reglamento de TFM la defensa del trabajo siempre será presencial.

VII.B.- Revisión y reclamación de las pruebas de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento Marco de Trabajo Fin de Grado / Máster de la Universidad Rey Juan Carlos, y en el caso de grado en el reglamento de TFG del centro responsable de la titulación a la que se encuentre adscrita la asignatura.

VII.C.- Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios. Esas adaptaciones serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad de la Universidad Rey Juan Carlos, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad de la Universidad.

Dicha Unidad emitirá un informe de adaptaciones curriculares, por lo que los y las estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con la Unidad (discapacidad.programa@urjc.es), a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

VII.D.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad (<https://www.urjc.es/codigoetico>).

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa sobre conducta académica de la Universidad Rey Juan Carlos (https://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa_conducta_academica_URJC.pdf) y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión?) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

VII.B.- Revisión y reclamación de las pruebas de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento Marco de Trabajo Fin de Grado / Máster de la Universidad Rey Juan Carlos, y en el caso de grado en el reglamento de TFG del centro responsable de la titulación a la que se encuentre adscrita la asignatura.



VII.C.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.

Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberá contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

VII.D.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.



VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía de consulta

El tutor o tutora académica determinará en cada caso la bibliografía más adecuada.

Bibliografía general

La biblioteca de la URJC, dispone de libros, publicaciones periódicas y bases de datos especializadas a disposición de los alumnos/as. Cada TFM contará con su propia bibliografía.