Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Complutense de Madrid

MÁSTER EN INVESTIGACIÓN DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS, MARKETING Y CONTABILIDAD

TRABAJO FIN DE MASTER	
Código	608609
Módulo	Trabajo Fin de Máster
Materia	Trabajo Fin de Máster
Carácter	Obligatorio
Créditos ECTS	12
Curso	Primero
Semestre	Segundo
Departamento	Organización de Empresas, Marketing y Administración Financiera y Contabilidad
Coordinador/a	Emilio Alvarez Suescun
Correo	emilio.alvarez@ccee.ucm.es

SINOPSIS

DESCRIPTOR

El Trabajo Fin de Máster (TFM) tiene como objetivo acreditar que el estudiante ha adquirido los conocimientos y competencias asociados al título, como un paso previo imprescindible para la realización de cualquier trabajo de investigación riguroso, como puede ser la Tesis Doctoral.

El TFM consistirá en realizar un trabajo de investigación riguroso, metodológicamente bien construido, utilizando los fundamentos teóricos y las técnicas de investigación aprendidas en las asignaturas obligatorias y optativas del Máster, bajo la supervisión y orientación de uno o más tutores.

El TFM tiene que ser un trabajo original, realizado de forma individual, que aborde un análisis crítico de la evidencia teórica y empírica existente en la literatura científica respecto a un problema teórico, metodológico o real en las áreas de la dirección de empresas, el marketing y la contabilidad.

Puede haber dos tipos de orientación a la hora de realizar el TFM:

1. Académica: cuyo objetivo es plantear razonadamente una o varias líneas de investigación futuras y que está destinado a estudiantes que quieren continuar con el Doctorado, que se lo están pensando o que son o piensan ser docentes.
2. Práctica: la finalidad sería plantear una serie de recomendaciones para dar respuesta a un problema específico y relevante que enfrente una empresa, sector o mercado. Está especialmente destinado a estudiantes que están muy seguros de que no quieren continuar con Doctorado o iniciar una carrera docente.

Sin embargo, el TFM del Máster IDEMCON no puede ser un plan de empresa ni un análisis descriptivo de las estrategias, políticas o herramientas funcionales que implanten una o varias empresas, como ocurriría en otras másteres de naturaleza “profesionalizante”.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

Conocimientos adquiridos en las asignaturas obligatorias y optativas del Máster.

OBJETIVOS FORMATIVOS

Realizar un trabajo de investigación original, escrito con rigor científico y defendido públicamente con solvencia, sobre un tema de interés dentro de las áreas de dirección de empresas, marketing o contabilidad, donde, tras la identificación y análisis de los principales trabajos en ese ámbito, se describan las principales líneas de investigación seguidas, los marcos teóricos utilizados y los principales resultados obtenidos y se expliciten las principales limitaciones de dichos trabajos, así como posibles líneas de investigación futuras o respuestas que se dan a una problemática empresarial.

En concreto, tras la participación en esta asignatura, se espera que los alumnos hayan podido desarrollar las siguientes competencias:

– Descripción del fenómeno a analizar y de la naturaleza de los principales conceptos involucrados.
– Descripción sucinta de los fundamentos de las principales teorías que han explicado el fenómeno analizado.
– Identificación y descripción de los principales aspectos estudiados en la literatura en ese ámbito.
– Identificación de las principales limitaciones, teóricas y metodológicas, detectadas en los trabajos previos.
– Identificación de futuras líneas de investigación sobre el fenómeno estudiado o posibles acciones a emprender con base en el conocimiento científico ante la problemática empresarial analizada.

COMPETENCIAS

Generales: CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG6, CG7, CG8, CG9, CG10, CB6, CB7, CB8, CB9, CB10
Transversales: CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8
Específicas: CE1, CE2, CE3, CE4, CE5
Ver descripción de competencias

METODOLOGÍA DOCENTE

Las actividades con la presencia del profesor incluyen los seminarios específicos, orientados a la investigación académica, que ya se ofrecen en la Facultad, organizados por el Decanato o bien aquellos específicamente organizados para el Máster. En las tutorías personalizadas, el tutor orientará al estudiante sobre el trabajo a realizar, recomendará la mejor forma de afrontarlo, hará un seguimiento del proceso de elaboración del trabajo e irá resolviendo las dudas que vayan surgiendo. Finalmente, el estudiante tendrá que defender públicamente su trabajo ante un tribunal evaluador.

Las actividades sin la presencia del profesor serán la búsqueda bibliográfica sobre el fenómeno estudiado, el estudio y análisis crítico de los artículos científicos seleccionados y la redacción y defensa del TFM.

CONTENIDO TEMÁTICO

El TFM se realizará sobre alguna de las diferentes líneas de investigación propuestas en el itinerario en el que el estudiante ha cursado las asignaturas optativas:

Especialidad en DIRECCIÓN DE EMPRESAS:

Línea de investigación en dirección estratégica de la empresa

- Modelos de gobierno corporativo y responsabilidad social corporativa y su efecto sobre los resultados de la empresa
- Los recursos y capacidades y su relación con la ventaja competitiva (creación, mantenimiento y protección), la orientación estratégica de la empresa y el logro de rentas empresariales.
- El entorno competitivo: industria, clusters y distritos industriales. Efecto en los resultados empresariales.
- Formulación e implantación de estrategias medioambientales y su impacto en la reputación y resultados de la empresa. Gestión e innovación ambiental.
- Estrategias de desarrollo empresarial: integración vertical, diversificación (relacionada y no relacionada) y reestructuración empresarial.
- Métodos de desarrollo empresarial: crecimiento orgánico, fusiones y adquisiciones y alianzas estratégicas.
- Cooperación universidad-empresa.
- Redes interorganizativas.
- Internacionalización de la empresa y la empresa multinacional.
- Dirección de pequeñas y medianas empresas

Línea de investigación en creación de empresas e innovación:

- Creación de nuevas empresas (start-ups). Determinantes del éxito y fracaso.
- Descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades empresariales.
- Emprendimiento corporativo (corporate entrepreneurship).
- Emprendimiento social (social entrepreneurship).
- Factores externos determinantes de la innovación: oportunidad tecnológica, oportunidad económica y trayectorias tecnológicas.
- Factores internos determinantes de la innovación: capacidad de absorción y características empresariales.
- Marco institucional y evolución y estructura de la industria como soporte de la innovación.
- Estrategias para la consecución, protección y explotación de la tecnología. Implantación de la estrategia de innovación tecnológica. Relación entre innovación y resultados empresariales.
- Gestión del conocimiento y el capital intelectual.

Línea de investigación en operaciones y tecnología

- Estrategia de producción y operaciones.
- Desarrollo de nuevos productos.
- Fabricación de alto rendimiento.
- Gestión y dirección de la calidad y calidad total.
- Dirección de los nuevos sistemas de fabricación.

- Gestión de la cadena de suministro. Logística y relaciones con proveedores.
- Producción, productividad e innovación en los servicios.
- Innovación organizativa: relación e implicaciones con la innovación de producto.
- Modelos de negocios basados en las nuevas tecnologías. Mercados electrónicos. Impacto en las estructuras empresariales.
- Las empresas virtuales. Dirección de operaciones y virtualización de la cadena de suministro.

Línea de investigación en organización y recursos humanos
- Nuevas formas organizativas y resultados empresariales.
- El impacto de la tecnología en el diseño organizativo.
- Estilos de liderazgo.
- Equipos de trabajo: diseño, procesos y resultados.
- Cultura organizacional.
- Políticas de recursos humanos (empleo y captación, formación, desarrollo, retribución y retención) y resultados empresariales.
- Planes de carreras profesionales y movilidad interna.
- Evaluación del desempeño
- Valoración del capital humano.
- El efecto de los recursos humanos sobre la competitividad empresarial.
- Políticas de recolocación de directivos: servicios de outplacement.
- Gestión de la diversidad.
- Dirección internacional de recursos humanos.

Especialidad en MARKETING:

- El planteamiento de nuevas teorías y modelos sobre el comportamiento del consumidor.
- Sistemas de información, modelización y gestión para la toma de decisiones en marketing.
- La influencia de las nuevas tecnologías en el comportamiento de compra y consumo de los consumidores.
- Estrategias de segmentación de mercados.
- Teorías y modelos de evaluación del valor del cliente.
- Eficacia de la comunicación y sistemas de medición del impacto.
- El sistema de distribución en marketing y sus implicaciones estratégicas.
- Estrategias de posicionamiento de mercado.
- Métodos de decisión estratégica en marketing y evaluación del impacto en el mercado.
- Teorías de elección de marca.
- Estrategias de marketing social.
- Marketing sectorial (marketing turístico, deportivo, servicios, infantil, político, entre otros).
- Marketing interno en las organizaciones.
- Innovación en marketing.

Especialidad en CONTABILIDAD:

- Normativa contable nacional e internacional.
- Información contable y generación de valor.

- Análisis y evaluación de la información contable.
- Combinación de negocios y estados financieros.
- Estados financieros de las empresas multinacionales.
- Perspectiva histórica de la contabilidad.
- Información contable para la gestión.
- Análisis de deterioro y fondo de comercio.
- Análisis sectorial a través de la información contable.
- Información económico-financiera para la gestión pública.
- Contabilidad de las entidades no lucrativas.
- Información contable en el marco de la teoría de la agencia y la asimetría de la información.
- Indicadores para la gestión y la rendición de cuentas.
- Informes de rendición de cuentas a stakeholders o a la sociedad: capital intelectual, informe medioambiental y responsabilidad social.
- Información económico-financiera de la nueva economía.
- Información contable para el desarrollo de economías emergentes.
- Predicción de la insolvencia y la quiebra.
- Manipulación contable.

ACTIVIDADES DOCENTES

Actividad	% del total de horas*	Presencialidad
Seminarios específicos	3%	100%
Tutorías	6,7%	100%
Actividades de evaluación	0,3%	100%
Estudio personal	90%	0%

*1ECTS=25 horas

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Análisis y resumen de artículos e investigaciones académicas	45%
Justificación del interés del tema (10%), novedad de la contribución al área (10%) y claridad y profundidad de la memoria escrita (25%)	
Revisión bibliográfica	20%
Fuentes de información consultadas (10%) y planteamiento de la metodología (10%)	
Discusión y presentación oral de artículos e investigaciones académicas	35%
Exposición y defensa del TFM	

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El TFM tendrá que defenderse oralmente en español ante un Tribunal Evaluador formado por tres miembros, dos profesores/as pertenecientes al área de investigación en la que se ha realizado el trabajo y uno de los miembros de la Comisión de Coordinación del Máster.

El TFM se considera a todos los efectos como una asignatura más del plan de estudios del Máster IDEMCON, por lo que para poder defenderlo tendrá que estar matriculado en el mismo. Asimismo, el estudiante deberá haber superado los 48 créditos ECTS de las asignaturas obligatorias y optativas.

El TFM debe ser un trabajo original, basado en la investigación y el análisis crítico de las fuentes, realizado por el/la estudiante. Por lo tanto, los textos extraídos de otros trabajos o aquellos elaborados por algún programa informático o un tercero no cumplirían este requisito de originalidad, lo que implicaría que no podría defenderse o, si lo hiciese, se calificaría como un "suspenso". El/la estudiante deberá realizar una declaración del uso ético de las herramientas de inteligencia artificial (IA). La coordinación fijará los mecanismos para la detección del plagio y del uso no ético de la IA y, en caso de detección del mismo, adoptar las medidas oportunas.

El/la estudiante deberá seguir las indicaciones recogidas en el documento "Pautas generales para la realización del Trabajo Fin de Máster" y el campus virtual para poder defender el TFM, especialmente en lo que se refiere al proceso de tutorización, los plazos y las condiciones de elaboración del trabajo.

A la hora de evaluar el TFM, el Tribunal tendrá en cuenta los siguientes aspectos:

a) Justificación del interés del tema elegido y novedad de la contribución al área: 10% de la calificación final. Se valorará cómo se justifica la necesidad de analizar el fenómeno elegido y la capacidad para generar una aportación propia a partir del análisis realizado.

b) Fuentes de información consultadas: 10% de la calificación final. Se evaluará la idoneidad y relevancia de los estudios consultados, la amplitud y actualidad de los estudios consultados y la precisión en la citación de las fuentes, dentro del documento y en el listado final de referencias.

   Se considera imprescindible una correcta citación de los estudios analizados siguiendo los estándares científicos del área. Se recomienda encarecidamente no citar trabajos que no se hayan leído, salvo que explícitamente se indique.

c) Planteamiento de la metodología: 10% de la calificación final. Puesto que el TFM se plantea como un trabajo fundamentalmente de revisión, la metodología consistiría en la descripción de la búsqueda y selección de los trabajos analizados y la calidad de los materiales elaborador a partir de esa información (p.ej., tablas y cuadros).

d) Memoria escrita: 35% de la calificación final. Se valorará la estructura y organización de las ideas y la profundidad del análisis realizado y existencia de un hilo conductor en las diferentes ideas expuestas.

   Se considera imprescindible una correcta redacción que tenga en cuenta las reglas gramaticales y de puntuación y un formato de la memoria adecuado.

e) Exposición y defensa del trabajo: 35% de la calificación final. Se evaluará la capacidad para sintetizar el contenido del trabajo, la calidad del material de apoyo (presentación de PowerPoint o equivalente), la exposición oral de forma clara y ordenada y la capacidad de respuesta ante las preguntas y comentarios planteados por el tribunal evaluador.

   Se considera imprescindible que la defensa del TFM se ajuste al tiempo asignado.

El sistema de calificación, con base en los criterios establecidos, quedaría del siguiente modo: 0 - 4,9: Suspenso (SS); 5,0 - 6,9: Aprobado (AP); 7,0 - 8,9: Notable (NT); 9,0 - 10,0: Sobresaliente (SB).

La mención de "Matrícula de Honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0 en la convocatoria ordinaria y, excepcionalmente, en la convocatoria extraordinaria, nunca en la convocatoria de febrero. Será otorgada por la Comisión de Coordinación del Máster, previa reunión y análisis del informe cualitativo emitido por el Tribunal evaluador justificando su concesión. Las normas a seguir serán las establecidas en el Real Decreto 1125/2003 (BOE de 18 de septiembre), recogidas en la disposición del Consejo de

Gobierno de la UCM de 21 de julio de 2016 (BOUC nº 17, de 27 de julio) y que figuran en la normativa interna del Máster.

El Tribunal evaluador tendrá en cuenta la valoración que del trabajo haga el tutor. Para tal fin, el tutor deberá haber entregado previamente un informe motivado al Coordinador del Máster, que éste pondrá a disposición del Tribunal.

Si el estudiante no estuviese conforme con la calificación obtenida, en el plazo de cuatro días laborales desde la comunicación oficial de la misma, podrá solicitar, a través de la Coordinación del Máster, la revisión de la evaluación mediante un informe motivado. La Comisión de Coordinación del Máster revisará las alegaciones del estudiante. En caso de disconformidad con el resultado de la revisión, podrá impugnar su calificación, tal y como establece el art. 49 del Estatuto del Estudiante de la UCM, en el plazo de diez días, mediante escrito motivado ante un Tribunal de Reclamaciones constituido a principios de curso, del que no podrán formar parte los profesores que hayan participado en el Tribunal Evaluador. Una vez oídas las partes, el Tribunal de Reclamaciones emitirá una resolución razonada por escrito sobre la reclamación en un plazo máximo de diez días desde la recepción de la reclamación. Contra dicha resolución, cabe interponer recurso de alzada ante el Rector en el plazo de un mes.

El coordinador del Máster será considerado el responsable de esta asignatura y, por tanto, será el encargado de cumplimentar y firmar las actas correspondientes, de acuerdo con el informe elaborado por el Tribunal Evaluador del TFM.

El coordinador del Máster será el encargado de archivar los trabajos. Previo consentimiento de su autor y el/la tutor/a, aquellos trabajos calificados con más de un 7 podrán ser publicados en el repositorio institucional Docta Complutense (antes, E-Prints).

CRONOGRAMA ORIENTATIVO

Mes	Contenidos y actividades
Noviembre-Diciembre	Charla sobre el TFM y TFM Day
Febrero	Elección de la línea de investigación
Febrero	Asignación de tutor/a
Marzo	Primera reunión con tutor/a
Marzo-Abril	Aceptación de tutorización por tutor/a y alumno/a
Junio-Julio	Entrega de TFM (convocatoria ordinaria)
Julio	Defensa de TFM (convocatoria ordinaria)
Septiembre	Entrega de TFM (convocatoria extraordinaria)
Septiembre	Defensa de TFM (convocatoria extraordinaria)

RECURSOS

- Materiales docentes disponibles para el alumno a través del “Campus Virtual”.
- Normativa, calendario de TFM, …
- Recursos bibliográficos de la Biblioteca: https://biblioteca.ucm.es/