

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

MODULO:	PROYECTO FINAL		
Identificador:	20165		
Titulación:	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MÁRketing Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA. PLAN 2012		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Créditos:	10	Horas totales:	250
Actividades Presenciales:	10	Trabajo Autónomo:	240
Profesor:	FUENTES FERNANDEZ, ROSANA (T) MONCASI DE ALVEAR, JOSE MARIA	Correo electrónico:	rfuentes@usj.es jmoncasi@usj.es

PRESENTACIÓN:

Los estudiantes que han elegido el itinerario profesional elaborarán un Proyecto Fin de Máster, de orientación profesional, centrado en la aplicación de los conocimientos y competencias adquiridos durante el desarrollo del Máster. Existe un conjunto de directrices específicas para la realización de este proyecto en el denominado Manual del Proyecto Final.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de comunicación escrita y verbal con distintos públicos y medios, así como para relacionarse con personas de distintas nacionalidades, idiomas y culturas.
	G02	Capacidad de liderazgo para poder influir sobre un colectivo a fin de que este alcance sus objetivos de forma conjunta y eficiente.
	G03	Capacidad para mantenerse dentro de las normas sociales, organizacionales y éticas dentro de las actividades relativas a la actividad profesional.
	G04	Capacidad de adaptarse a las distintos tipos de sociedades, organizaciones, grupos interpersonales o actividades con flexibilidad y versatilidad.
	G05	Capacidad de trabajar en equipos interdisciplinarios para lograr metas comunes, resolver problemas e imprevistos y anteponer el interés colectivo al personal.
	G06	Capacidad para la toma de decisiones a partir de los conocimientos y habilidades desarrollados y en situaciones profesionales y estructurales variadas.
	G07	Capacidad de desarrollar estrategias de aprendizaje a lo largo de la vida, así como de organización y planificación en el diseño y gestión de los trabajos y proyectos.
	G08	Capacidad de impulsar formas innovadoras de mirar la realidad y realizar cualquier tarea y/o función en el desarrollo de las actividades profesionales.
	G09	Capacidad de desarrollar la actividad profesional con una orientación a resultados y la consecución de metas.
	G10	Capacidad para proponer, planificar y desarrollar un proyecto de investigación completo, desarrollando todas las tareas de análisis, investigación y producción de conocimiento mediante las técnicas de investigación social aplicadas, los recursos disponibles, los métodos y las tecnologías más apropiadas.
	G11	Capacidad de sintetizar los resultados del proceso de investigación para transmitir las conclusiones adecuadas.
Competencias Específicas de la titulación	E34	Capacitación para la producción y prestación profesional de servicios avanzados de marketing y comunicación desde dentro de una organización o como proveedor.
	E35	Conocimiento de los mecanismos de planificación y gestión aplicados a campañas o acciones específicas relativas a los servicios de marketing y comunicación.
	E36	Adquisición de habilidades y destrezas para integrar información procedente de fuentes diversas, así como para aplicar el conocimiento adquirido a la solución de problemas.
	E37	Capacidad para ejercer la función directiva a nivel de marketing y comunicación, así para la asistencia desde el marketing y la comunicación a la Dirección organizacional.
	E38	Conocimientos, habilidades y destrezas para saber comunicar las decisiones y mensajes de su competencia a la sociedad, el mercado y la propia organización.
	E39	Desarrollar las habilidades de aprendizaje necesarias para elaborar documentación profesional especializada de forma rigurosa y eficaz en el marco de una organización.
	E40	Capacitación para producir conocimiento y discurso profesional, así como para formular juicios u opiniones en situaciones difíciles y complejas.
Resultados de Aprendizaje	R01	Aplicar las competencias generales del Máster y las específicas asociadas a la realización de un proyecto profesional.
	R02	Ejecutar un proyecto bajo criterios de viabilidad técnica y económica.
	R03	Desarrollar capacidades asociadas a la adecuación de las estrategias de Marketing y Comunicación Corporativa a los objetivos de proyecto.
	R04	Integrar los elementos en el proceso de desarrollo de un proyecto, dentro de criterios de coherencia y contribución al resultado.

REQUISITOS PREVIOS:

Tener superados todos los módulos previos.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Previsión de actividades de aprendizaje:

Observaciones para alumnos exentos a la asistencia obligatoria por circunstancias justificadas:

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades presenciales	Clase magistral	5
	Otras actividades teóricas	5
Trabajo autónomo		
Estudio individual	240	
HORAS TOTALES:		250

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Trabajos individuales:	70 %
Defensa Ante Tribunal:	30 %
TOTAL	100 %

Observaciones específicas sobre el sistema de evaluación:

Según manual del Proyecto Fin de Máster.

Métodos de evaluación:

Instrumento de evaluación	Resultados de Aprendizaje evaluados	Criterios de evaluación	%
Trabajo escrito	R01 R02 R03 R04	Contenido y forma del trabajo escrito.	70
Defensa ante tribunal	R01 R02 R03 R04	Exposición y defensa antes tribunal.	30
Peso total:			100

Observaciones para alumnos exentos a la asistencia obligatoria por circunstancias justificadas:

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

Bibliografía recomendada:

Páginas web recomendadas: