



GUÍA DOCENTE 2013-2014
TRABAJO FIN DE MÁSTER

1. Denominación de la asignatura:

TRABAJO FIN DE MÁSTER

Titulación

MASTER UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Código

7100

2. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

3.a Profesor que imparte la docencia (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

CARLOS LARRINAGA (carlos.larrinaga@ubu.es; desp. 2066), SONIA SAN MARTIN (email: sanmargu@ubu.es; despacho 2019; teléfono 947258950), JULIO PUCHE Y ALBERTO DE LA PEÑA

3.b Coordinador de la asignatura

SONIA SAN MARTIN GUTIÉRREZ

4. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

SEGUNDO CURSO, SEGUNDO SEMESTRE



5. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

6. Requisitos de formación previos para cursar la asignatura:

APROBADO PRIMER CURSO

7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

12

8. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

BÁSICAS

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

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.

GENERALES

G1 - Liderazgo. Comprensión y aplicación del liderazgo estratégico para transformar organizaciones. Creatividad, rigor intelectual, independencia e iniciativa personal y profesional para proponer y emprender proyectos. Independencia y capacidad de actuar de forma autónoma.

G2 - Aprendizaje continuo. Integración de nuevos conocimientos con la experiencia y el aprendizaje previo. Capacidad de integrar experiencia profesional previa y los conocimientos adquiridos de forma autodirigida y autónoma para la resolución de situaciones complejas.



G3 - Apreciación del entorno. Comprensión de las organizaciones y del contexto en el que operan. Comprender y tener experiencia sobre nuevos contextos, culturas diversas, cuestiones de naturaleza global y entornos cambiantes. Capacidad de aplicar capacidades estratégicas avanzadas en contextos nuevos, cambiantes, globalizados o multidisciplinares.

G4 - Capacidad de pensamiento holístico. Capacidad de reflexión a partir de la integración de aprendizajes en diferentes áreas para saber abordar situaciones complejas de manera holística.

G5 - Habilidades interpersonales. Habilidades interpersonales que permitan interactuar y encontrar la complementariedad con grupos e individuos en todos los niveles y con experiencias culturales y disciplinares diversas. Capacidad para la organización, planificación y gestión de los recursos y el trabajo en equipo.

G6 - Compromiso ético y reflexión sobre la responsabilidad con la sociedad y el desarrollo sostenible, incluyendo aspectos como la igualdad entre mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad y la promoción de una cultura de paz y valores democráticos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

E1 - Comprensión de las áreas funcionales de una organización y de sus interrelaciones.

E2 - Capacidad de gestionar sistemas de información incluyendo aplicaciones relativas a nuevas tecnologías de la información.

E3 - Comprender el comportamiento organizativo, capacidad de gestionar personas y de comunicación interpersonal.

E4 - Identificar problemas de gestión empresarial e implementar procesos tanto a nivel operativo como estratégico.

E5 - Capacidad de elaborar estudios e informes sobre la situación de la empresa y sus perspectivas futuras.

E6 - Apreciación de la dimensión internacional de los negocios, incluyendo aspectos como el riesgo político, la regionalización, los mercados emergentes o el gobierno global.

E7 - Capacidad para responder y gestionar los cambios.

E8 - Diseñar e implementar la política y estrategia de la empresa.

E9 - Comprensión de la importancia de la creatividad, la innovación y los negocios en red para la dirección estratégica de las organizaciones



9. Programa de la asignatura

9.1- Objetivos docentes
El Plan de Negocio tiene una doble orientación. Por un lado, tiene una orientación de aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en el Máster y debe hacer referencia a situaciones reales. Por otro lado, el Plan de Negocio es un ejercicio académico que debe afrontar ciertas exigencias de rigor académico. Mediante la elaboración y presentación del Plan de Negocio el alumno deberá: a) demostrar su capacidad para integrar los conceptos y las herramientas estudiados en el desarrollo del Máster y aplicarlos a un caso concreto de emprendimiento en una situación real. b) acreditar capacidad de búsqueda y análisis de información relevante sobre el negocio elegido, capacidad creativa en la generación del concepto de negocio, capacidad organizativa en la definición de las estrategias y planes necesarios para llevar a efecto la empresa y capacidad de síntesis y análisis en la presentación del plan y evaluación de su viabilidad. c) mostrar habilidad expositiva y dominio conceptual, tanto en el informe presentado sobre el Plan de Negocio como en su defensa pública y respuestas a las cuestiones planteadas.
9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)
LA IDEA ENFOQUE EMPRESARIAL CONCEPTO DE NEGOCIO DISEÑO ESTRATÉGICO ANÁLISIS DEL ENTORNO ENTORNO GENERAL ENTORNO INTERMEDIO Y ESPECÍFICO



PLAN DE MARKETING

PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

PLAN DE OPERACIONES

TRAMITACIÓN ADMINISTRATIVA Y PUESTA EN MARCHA

9.3- Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, Business Model Generation (CANVAS), Tim Clark,

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Anthony, R.N. y Govindarajan, V., (2008) Sistemas de control de gestión, McGraw-Hill,

Lambin, J.J., Marketing estratégico, Madrid, ESIC,

Muñiz, L., (2010) Planes de Negocio y Estudios de Viabilidad, Bresca,

Munuera, J.L. y Rodríguez, A.I., (2007) Estrategias de marketing. Un enfoque basado, Madrid, ESIC,

Sáinz de Vicuña, J.M., El plan de marketing en la práctica, Madrid, ESIC,

10. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

La metodología del TFM se basa en el trabajo autónomo del alumno/a orientado por un profesor tutor, centrada por tanto en la figura del alumno/a como elemento clave del sistema de formación y con una participación del profesor/tutor como dinamizador y facilitador del proceso de aprendizaje.



Metodología	Competencia relacionada	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Seminarios de orientación y aplicación del método del caso	CB6, CB7, CB8, CB9, CB10	10	50	60
tutorías grupales/individuales	G2, G3, G4, E9	40	30	70
Presentación del proyecto TFM al tutor	G1, E1, E5, E6, E7	10	57	67
Trabajo autónomo en el desarrollo del TFM	G2, G3, G4, G5, G6, E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8	0	90	90
Preparación y defensa pública del TFM	G4, G6, E7, E8	3	10	13
Total		63	237	300

11. Sistemas de evaluación:

Se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- .- La adecuación del contenido con el tema objeto de estudio, y la profundización en relación con los problemas más relevantes y de actualidad de la materia.
 - .- El diseño de una estructura sistemática y lógica que, de modo sintético, aborde cada una de las cuestiones objeto de análisis a lo largo del TFM.
 - La documentación y verosimilitud de los datos aportados y de las fuentes utilizadas en el TFM.
- La claridad expositiva y argumental, el correcto uso de la terminología, así como la corrección formal del Trabajo: índice, resumen, índice apartados, notas a pie de página, conclusiones, bibliografía...
- .- La claridad expositiva y brillantez en la defensa pública oral del TFM.
 - .- La solidez en la defensa de las conclusiones y de las respuestas ofrecidas a las cuestiones que plantee al estudiante la Comisión Evaluadora.



Procedimiento	Peso
Modelización del negocio	10 %
Documentación y análisis	20 %
Capacidad expositiva escrita y oral	20 %
Presentación del informe escrito	20 %
Presentación oral, debate y defensa argumental	30 %
Total	100 %

12. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

Material es y actividades en la plataforma Moodle
Tutoría presencial
Tutoría virtual

13. Calendarios y horarios:

Ver página web

14. Idioma en que se imparte:

CASTELLANO E INGLÉS