



CEU

SEO

Máster de Formación
Permanente en
**Marketing Digital y Redes
Sociales**

TRABAJO FIN DE MÁSTER
Normativa

IT

INTRODUCCIÓN

El Trabajo Fin de Máster (en adelante, TFM) es un proyecto, memoria o estudio que debe realizar el estudiante, de manera individual, bajo la dirección de un tutor, en el que se integran y desarrollan los contenidos formativos recibidos, capacidades, competencias y habilidades adquiridas durante el Máster.

Es por ello que tanto la temática como el formato y extensión del trabajo deben adecuarse a una serie de directrices y criterios académicos que vienen recogidos en este documento.

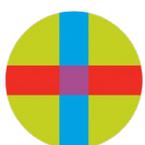


TUTOR ACADÉMICO

Todos los TFM serán realizados bajo la supervisión de un tutor académico. La función del tutor será supervisar al alumno en la toma de decisiones que afecten a la estructura del trabajo, metodología, tratamiento de los temas y correcta presentación del TFM.

El tutor cumplimentará al finalizar el curso un informe valorativo donde se recoja el cumplimiento del alumno con la planificación temporal, trabajo realizado, y objetivos cumplidos por parte del alumno en la realización del TFM.

La asignación del tutor a cada alumno corresponderá al coordinador de los Trabajos Fin de Máster. Una vez realizada la oportuna asignación, se pondrá en contacto a cada alumno con el tutor que le ha sido asignado. A partir de este momento, en un plazo no superior a un mes se deberá notificar por mail al tutor la temática elegida, así como una breve descripción de los objetivos y estructura propuesta del trabajo.



REQUISITOS DE MATRICULACIÓN

Para que los estudiantes puedan matricularse del Trabajo Fin de Máster deberán estar en disposición de terminar en ese curso académico la titulación, y, por tanto, estar matriculados de todos los créditos del Máster.



CONTENIDO DEL TRABAJO FIN DE MÁSTER

El TFM se ubicará dentro de una de las siguientes temáticas:

Opción 1: Creación de una empresa (*Startup*) en el ámbito digital

El alumno deberá detallar todas las características de la empresa de nueva creación, incluyendo una pormenorizada descripción del producto o servicio digital ofrecido, así como un análisis de viabilidad económica del proyecto mediante un modelo de negocio y de generación de ingresos sostenible.

Opción 2: Plan de marketing digital de una empresa existente

El alumno deberá seleccionar una empresa existente y formular un plan de marketing digital para la misma, poniendo especial énfasis en realizar aportaciones propias e identificar elementos de mejora sobre la estrategia actual de la empresa.



ESTRUCTURA DEL TRABAJO FIN DE MÁSTER

La estructura del TFM será establecida por parte de los alumnos, con la supervisión de su tutor, en función del tema elegido y de las características del proyecto. En general, el TFM deberá incluir como mínimo las siguientes secciones:

- Portada
- Índice
- Resumen (máximo 250 palabras)
- Palabras clave (máximo 6 palabras clave)
- Abstract (máximo 250 palabras)
- Keywords (máximo 6 palabras clave)
- Contenidos principales
- Conclusiones
- Bibliografía



ESTRUCTURA DEL TRABAJO FIN DE MÁSTER

1. **Introducción:** Debe indicarse los motivos por los que se ha elegido el tema, los aspectos diferenciadores, así como el interés de la investigación modelo
2. **Resumen ejecutivo:** presentar el resumen ejecutivo con un CANVAS donde se refleje “una foto” muy resumida de los principales elementos del negocio.
3. **Análisis de la situación**
 - a. Macroentorno
 - i. Análisis PESTEL: considerar SOLO los aspectos del Macroentorno que puedan influir en el negocio.
 - b. Microentorno
 - i. Interno: presentación de la empresa, recursos y capacidades. Auditoría interna de activos digitales.
 - ii. Externo: identificar 1) público objetivo (buyer persona) y 2) competidores (auditoría externa).
 - c. Análisis DAFO (FODA o SWOT).
4. **Estudio empírico** de investigación de mercados de la propuesta realizada
5. **Objetivos (SMART)**
6. **Definición de estrategias y tácticas**
 - a. Estrategia SEO y SEM
 - b. Marketing de contenidos
 - c. Social media Marketing
 - d. Email Marketing
 - e. Publicidad (PPC)
7. **Plan de acción**
 - a. Canales
 - b. Calendario de acciones
8. **Medición de resultados (KPIs)**
9. **Presupuesto**
10. **Cronograma del proyecto**



CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los Trabajos Fin de Máster serán evaluados por Tribunales formados por 3 profesores del Máster, designados al efecto por el Director del Máster. Cada TFM recibirá una calificación única que será la resultante de aplicar la media aritmética entre las notas asignadas por cada uno de los miembros que componen el Tribunal.

Con respecto a la defensa oral del trabajo, el alumno dispondrá de un tiempo máximo de 15 minutos de exposición, al que seguirá otro de unos 10 minutos para responder a las preguntas o comentarios que, en su caso, hayan formulado los miembros del Tribunal. Tanto el tiempo de exposición como el tiempo de defensa serán cronometrados por los miembros del Tribunal por lo que el alumno no podrá en ningún caso excederse de lo establecido. En caso contrario, el Tribunal podrá interrumpir la exposición.

Las actas de evaluación de los trabajos serán firmadas por los miembros del Tribunal y en ellas se reflejará la puntuación asignada por el tribunal. La calificación final se publicará a través de la plataforma Blackboard.



CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La versión definitiva de los Trabajos Fin de Máster deberá ser entregados en soporte electrónico en formato PDF a la Coordinadora de los TFM a través del Campus Virtual (Blackboard) dentro del plazo establecido.

El archivo digital del TFM deberá estar nombrado de la siguiente forma: TFM_APELLIDOS_NOMBRE.pdf

El contenido y la estructura del trabajo representará el 60% de la nota final.

La comunicación oral (exposición y defensa) representará el 40% de la nota final.

En el caso de suspender o de no presentar el trabajo en el período establecido para la Convocatoria Ordinaria, el estudiante podrá, tras las correcciones oportunas del trabajo, si fuesen necesarias, y bajo el asesoramiento de su tutor, proceder a defenderlo en Convocatoria Extraordinaria, debiendo depositar el trabajo en el nuevo plazo y siguiendo el mismo proceso que en la Convocatoria Ordinaria.

Todos los trabajos pueden ser sometidos a las herramientas de detección de fraudes de las que dispone la Universidad, como son *SafeAssign* o *Turnitin*.



CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Será considerado fraude cualquier trabajo con un porcentaje de coincidencia suficientemente elevado según las directrices de la herramienta empleada.
- Será considerada publicación redundante cualquier trabajo con un porcentaje de coincidencia suficientemente elevado con otro trabajo del mismo autor y serán tratados de la misma forma que los casos de plagio. Aún en el caso de que la herramienta no detecte una alta coincidencia, el trabajo puede ser considerado plagio por parte de los miembros del tribunal siempre y cuando puedan demostrar fehacientemente el mismo.

En cualquiera de los casos indicados anteriores el trabajo obtendrá, automáticamente, una calificación de cero en la convocatoria correspondiente.



RECLAMACIÓN DE LA CALIFICACIÓN

El alumno tendrá derecho a solicitar la revisión de su calificación en el TFM al Tribunal que le ha evaluado. Para ello, deberá presentar en el plazo de dos días desde la publicación de las notas su solicitud al Director del Máster, que la cursará al Presidente del Tribunal para que responda motivadamente al solicitante también en dos días.



CRITERIOS FORMALES ORIENTATIVOS

Los directrices que deben cumplir todos los Trabajo Fin de Máster son las siguientes:

- Extensión: el trabajo no debe superar las 50 páginas, sin incluir los anexos.
- Tipografía: Arial tamaño 12 pt.
- Espaciado: 1,5 puntos con párrafos totalmente justificados.
- Numeración y encabezado: las páginas se numerarán en la parte inferior del texto y en el centro. No se incluirá ningún tipo de encabezado.
- Márgenes: 2.5 puntos a la derecha, izquierda, superior e inferior.
- Cuadros, gráficos y tablas: los que tengan un carácter imprescindible para seguir el texto se integrarán dentro del cuerpo del documento debidamente nombrados y numerados, incluyendo las referencias de las fuentes de precedencia. Los que incluyan información adicional y no sean imprescindibles para seguir el texto se incluirán como anexo.
- Las fuentes bibliográficas deberán citarse siguiendo el modelo APA.



CRITERIOS FORMALES ORIENTATIVOS

Las fuentes bibliográficas deberán citarse siguiendo el modelo APA.

El “Formato APA” son un conjunto de normas para su uso en la redacción, presentación y publicación de trabajos escritos, empleando “Citas y Referencias” para mejorar los argumentos y confiabilidad de la investigación sea cual sea el grado, doctorado o incluso presentaciones escolares, empresariales y comerciales. Al igual, nos ayuda a que nuestro trabajo no incurra en copias o plagio, con la mención y acreditación de las ideas o métodos plasmados en las citas y referencias.

Fuente de consulta: <https://apa.org.es/>

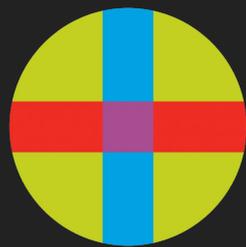


CRONOGRAMA

Las fechas clave en el proceso de elaboración, depósito y defensa pública de los Trabajos Fin de Máster son las siguientes:

- Asignación del tutor: noviembre
- Selección del tema definitivo: diciembre
- Depósito del TFM: junio
- Defensa pública del TFM: julio (conclusión Máster)





CEU

UNIVERSIDAD CEU SAN PABLO
MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE EN
MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES