

DOBLE TITULACIÓ GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GI / GRAU EN MÀRQUETING I CD

120532 - TREBALL FINAL DE GRAU MÀRQUETING

Informació general

- Curs acadèmic 2025/26
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Obligatòria
- Curs: Cinquè
- Trimestre: Anual
- Nombre de crèdits: 14
- Professorat:
 - Maria Dolors Celma Benaiges <mdcelma@tecnocampus.cat>
 - Enric Camón Luis <ecamon@tecnocampus.cat>
 - Patricia Crespo Sogas <pcrespo@tecnocampus.cat>
 - Judith Turrión Prats <jturri@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Català

Presentació de l'assignatura

El TFG comporta la realització, per part de l'estudiant, d'un projecte, un estudi, una memòria o un treball en què s'apliquin, s'integrin i es desenvolupin els coneixements, les capacitats, les competències i les habilitats adquirits en el grau.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiem que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- B4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- B5. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

Específica

- E10. Analitzar i avaluar el paper de les comunitats digitals i les xarxes socials a l'empresa.
- E11. Aplicar els coneixements per emprendre projectes de negocis que permetin la creació de noves empreses o la millora de les ja existents, aplicant idees innovadores i creatives.
- E12. Aplicar la llengua anglesa en diferents entorns culturals de negociació empresarial.
- E13. Identificar les eines bàsiques de l'e-Màrqueting.

- E14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.
- E15. Reunir i interpretar dades significatives per a emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'àmbit empresarial i ser capaç d'elaborar un document que permeti transmetre informació o una proposta empresarial innovadora.
- E1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.
- E2. Aplicar els fonaments del màrqueting i investigació de mercats.
- E3. Identificar les eines qualitatives i quantitatives d'anàlisi i diagnòstic per a la investigació de mercats.
- E4. Analitzar i avaluar les estratègies de desenvolupament, llançament i posicionament de nous productes, així com prendre decisions en relació amb la variable del producte, preu, distribució i comunicació.
- E5. Reconèixer les particularitats de l'activitat de màrqueting en sectors d'activitat amb característiques específiques.
- E6. Sintetitzar i avaluar les estratègies de màrqueting per a la internacionalització de l'activitat empresarial.
- E7. Gestionar oportuna i convenientment els recursos disponibles en els ambients de treball en els que toqui dirigir.
- E8. Sintetitzar idees per convertir-les en negocis factibles i rendibles entenent el mercat actual.
- E9. Aplicar les eines tecnològiques per a l'aprofitament dels recursos del negoci a través del Màrqueting.

General

- G2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant el canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el pensament.

Transversal

- T1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- T2. Mostrar disposició per conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional.
- T3. Mostrar habilitats emprenedores de lideratge i direcció, que reforcin la confiança personal i redueixin l'avversió al risc.
- T4. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària.
- T5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

No definides

Continguts

- Elaboració d'un treball escrit en alguna de les modalitats següents:
 - un projecte de recerca científica de l'àmbit de coneixement del Grau
 - un projecte empenedor de creació d'una empresa o un projecte intraemprenedor dintre d'una empresa existent o
 - un projecte d'intervenció en una empresa/territori, etc. o
 - un pla de màrqueting d'una empresa real o d'una empresa que es vol crear
- Presentació i defensa del treball davant d'un tribunal
 - tribunal de seguiment a meitat de curs
 - tribunal final

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat
- 09 - Indústria, Innovació i Infraestructures

Activitats i Sistema d'avaluació

La qualificació final del TFG s'obtindrà a partir de diferents avaluacions:

- Informes del tutor de TFG: 20% de la nota final
- Tribunal de seguiment: 20% de la nota final
- Tribunal Final del TFG: 50% de la nota final

- Sessions de Formació: 10% de la nota final

Tot el procediment detallat sobre l'avaluació del TFG està recollit al document de la "**Normativa reguladora TFG**" que està penjat a l'aula virtual del TFG i a la web del TecnoCampus.

Bibliografia i Recursos

- IRÍZAR I. (2012) El plan de negocio en la práctica. Netbiblo
- Amat Oriol y Rocafort Alfredo (2017). Com fer recerca. Barcelona: Profit Editorial
- Ferrer, V, Carmona, M. y Soria, V. (2013). El trabajo fin de grado. Guía para estudiantes, docentes y agentes colaboradores: McGraw-Hill.
- King, L, Keohane R. O., and Verba, S. (2007). El diseño de la investigación social: Alianza