



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 46792

Nombre: Trabajo Fin de Máster

Ciclo: Máster Universitario Oficial

Créditos ECTS: 30

Curso académico: 2025-26

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2268 - Máster Universitario en Gestión de Negocios Internacionales (IMBA)	Facultat d'Economia	2	Segundo cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
2268 - Máster Universitario en Gestión de Negocios Internacionales (IMBA)	Trabajo Fin de Máster	PROYECTO FIN DE MÁSTER

COORDINACIÓN

ANDREU SIMO MARIA LUISA

PEREZ CABAÑERO CARMEN

RESUMEN

El proyecto es un trabajo independiente ampliado sobre un tema que cuenta con la aprobación de los representantes del programa iMBA1. El tema puede ser sugerido por el estudiante o el equipo del curso (durante seminarios, sesiones, etc.) pero en todos los casos debe basarse en los conocimientos, habilidades y técnicas cubiertos por los módulos estudiados por el estudiante en la especialización de Marketing Internacional. Esto generalmente implica una investigación en profundidad de un aspecto particular de un tema cubierto por los módulos impartidos, o un aspecto relacionado no cubierto formalmente.

Los objetivos del módulo son:

- Brindar a los estudiantes la experiencia de llevar a cabo un importante trabajo de investigación a nivel de maestría, que les permitirá aprovechar los conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo del programa IBSA, demostrando a los empleadores potenciales sus capacidades intelectuales y prácticas;
- Permitir a los estudiantes integrar material de las diferentes áreas de estudio del programa IBSA, tanto generalista como especializado, centrándose en un problema de investigación relacionado con la especialización de Marketing Internacional.
- Proporcionar un enfoque para la integración del aprendizaje de una variedad de fuentes y para la determinación de objetivos personales de aprendizaje y desarrollo.



- Desarrollar la práctica de la autorreflexión crítica y analítica y el análisis de las habilidades, conocimientos, supuestos y valores asociados al aprendizaje y la práctica del participante.
- Desarrollar las prácticas de planificación del desarrollo personal y desarrollo profesional continuo.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

Modulos cursados en este máster

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a actividades complementarias	0,00
Seguimiento y tutorización del Trabajo Fin de Máster	0,00
Presentación y defensa del Trabajo Fin de Máster	0,00
Total horas	0,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Desarrollo autónomo del Trabajo Fin de Máster	0,00
Preparación de la Memoria y de la presentación del Trabajo Fin de Máster	0,00
Total horas	0,00

METODOLOGÍA DOCENTE

La Tesis de Máster se apoya, en la medida de lo necesario, en una serie de conferencias, seminarios y talleres, cuyo objetivo es proporcionar una base para la filosofía, la metodología y los métodos de investigación.

En el módulo de Investigación de Mercados Internacionales, los estudiantes analizan diferentes metodologías de investigación, tanto cualitativas como cuantitativas, que pueden servir de apoyo y orientación para la investigación empírica realizada en su Tesis de Máster. Además, los estudiantes recibirán orientaciones de seminarios y reuniones con los supervisores (tutorías individuales) sobre los



siguientes temas:

- El proceso de desarrollo de la Tesis de Máster
- Selección del tema de la Tesis de Máster
- Objetivos de la Tesis de Máster
- Estructura de la Tesis de Máster
- Contexto teórico de la Tesis de Máster
- Métodos de investigación para la Tesis de Máster
- Presentación de los resultados de la investigación y presentación oral de la Tesis de Máster

EVALUACIÓN

DIMENSION	Items	PUNTOS
Propuesta de investigación	- Claridad y relevancia de la propuesta (ver la plantilla para la propuesta)	10
Introducción y objetivos	- Justificación de la importancia del tema del MT (interés económico/empresarial y brecha de investigación) - Claridad y relevancia de los objetivos y metas de la MT - Claridad y relevancia de las preguntas y/o hipótesis de investigación	10
Estructura	- Secuencia lógica - Estilo de redacción - Referencias - Presentación	10



Revisión de la literatura	<ul style="list-style-type: none">- Identificación de la teoría apropiada/relevante- Literatura empleada- Evaluación/revisión crítica- Independencia de pensamientos/ideas	20
Aplicación y método de investigación	<ul style="list-style-type: none">- Relevancia de la aplicación de la investigación o contexto de estudio- Metodología- Métodos de recolección de datos	15
Análisis de datos	<ul style="list-style-type: none">- AnálisiS de datos- Discusión	15
Conclusiones	<ul style="list-style-type: none">- Contribución a la práctica de gestión, recomendaciones- Conclusión	10
VIVA	<ul style="list-style-type: none">- Calidad de la presentación visual, habilidades orales, capacidad para sintetizar el MT, capacidad para responder las preguntas formuladas por el Comité.	10



BIBLIOGRAFÍA

- Kraus, S., Breier, M., Lim, W. M., Dabić, M., Kumar, S., Kanbach, D., ... & Ferreira, J. J. (2022). Literature reviews as independent studies: guidelines for academic practice. *Review of Managerial Science*, 16(8), 2577-2595.
- Patriotta, G. (2017). Crafting papers for publication: Novelty and convention in academic writing. *Journal of Management Studies*, 54(5), 747-759.
- Paul, J., & Criado, A. R. (2020). The art of writing literature review: What do we know and what do we need to know?. *International business review*, 29(4), 101717.
- Biggam, J. (2011). *Succeeding with Your Master's Dissertation: A Step-by-Step Handbook*. Open University Press, McGraw Hill Education.
- Ridley, D. (2012). *The Literature Review: A Step-by-Step Guide for Students*. SAGE Publications. SAGE Study Skills Series
- Stanislav Ivanov (2023). The dark side of artificial intelligence in higher education, *The Service Industries Journal*, 43:15-16, 1055-1082, DOI: 10.1080/02642069.2023.2258799.