



UNIVERSIDAD  
DE SANTIAGO  
DE CHILE

Asignatura: Trabajo de Graduación  
Código: 39811 0  
Centro: Facultad de Administración y Economía  
Titulación: Magister en Marketing Nivel: Magister  
Tipo: Obligatorio  
N° de créditos/horas: 20 SCT

## 1. ASIGNATURA

TRABAJO DE GRADUACIÓN.

### 1.1. Código

39811 0

### 1.2. Tipo

Obligatorio.

### 1.3. Nivel

Postgrado - Magíster.

### 1.4. Curso

Segundo.

### 1.5. Semestre

Cuarto Semestre.

### 1.6. Número de créditos

20 SCT.

### 1.7. Requisitos previos

De acuerdo con las exigencias del Magíster en Marketing de la Universidad de Santiago de Chile, los alumnos deben haber aprobado todas las asignaturas del primer, segundo y tercer semestre de su malla curricular.

### 1.8. Requisitos mínimos de asistencia

En base a la información entregada por la Facultad de Administración y Economía (FAE) en su protocolo de Docencia Virtual, esta asignatura no exige porcentaje mínimo de asistencia para su aprobación.



UNIVERSIDAD  
DE SANTIAGO  
DE CHILE

Asignatura: Trabajo de Graduación  
Código: 39811 0  
Centro: Facultad de Administración y Economía  
Titulación: Magister en Marketing Nivel: Magister  
Tipo: Obligatorio  
Nº de créditos/horas: 20 SCT

## 1.10. Profesor

Sergio Andrés López Bohle.

Académico Jornada Completa de la Universidad de Santiago de Chile.

PhD. en Psicología, Pontificia Universidad Católica de Chile.

## 1.11. Competencias y resultados del aprendizaje

### 1.11.1. Competencias:

- Formular y aplicar el proceso de investigación final del trabajo de graduación.
- Implementar distintos diseños de investigación relevantes para la ejecución del trabajo de graduación.
- Formular conclusiones y propuestas atinentes a la etapa concluyente del trabajo de graduación.

### 1.11.2. Resultados de aprendizaje

Desarrollar estrategias en el ámbito de la metodología de investigación para la formulación e implementación del Trabajo de Graduación.

## 1.12. Contenidos del programa

### Objetivo:

Se pretende que, a través de un trabajo individual escrito y exposición oral, el alumno sea capaz de demostrar el dominio alcanzado del conocimiento especializado en Marketing, y de enfatizar la aplicación de los conceptos, metodologías e instrumentos proporcionados por el Programa de Magister en Marketing, lo cual debe manifestarse en la formulación y desarrollo oportuno del trabajo de graduación.

## 1.13. Referencias de consulta

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- McDaniel, C., & Gates, R. (2016). *Investigación de mercados*. México DF: Cengage Learning.

### COMPLEMENTARIA (ESPECIALIZADA)

- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Mc Graw Hill Education, Ciudad de México, México.



UNIVERSIDAD  
DE SANTIAGO  
DE CHILE

Asignatura: Trabajo de Graduación  
Código: 39811 0  
Centro: Facultad de Administración y Economía  
Titulación: Magister en Marketing Nivel: Magister  
Tipo: Obligatorio  
Nº de créditos/horas: 20 SCT

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación (Sexta Edición)*. México: McGraw Hill. Ciudad de México, México.

## 2. MÉTODOS DOCENTES

El curso se desarrollará a través de la presentación de los informes de avances y exposiciones de los alumnos en las distintas etapas del trabajo de graduación. El profesor tendrá un rol de facilitador y organizador de estas instancias y responderá las consultas de los alumnos los días miércoles en el horario de clases que se indica a continuación.

Bloque 1	19:00 a 20:00 horas.
Break	20:00 a 20:15 horas.
Bloque 2	20:15 a 21:00 horas.

Los alumnos deberán participar activamente a través de consultas y exposición de su trabajo de graduación.

*El horario entregado es referencial, sin embargo, dada las características flexibles de la asignatura esto podría cambiar.*

### 2.1 Instructivo de clases online:

De acuerdo con la información entregada por la Facultad de Administración y Economía (FAE), se presentan algunas disposiciones fundamentales para la realización de clases durante el primer semestre 2021.

1. Se solicita a los alumnos familiarizarse con la plataforma Zoom. Las clases de la asignatura serán realizadas de forma online a través de esta plataforma y serán grabadas. El profesor enviará 24 horas de terminada la clase, un link privado de YouTube para que los alumnos puedan acceder a la sesión correspondiente.
2. A través de su correo electrónico, les llegará una invitación para ingresar a Zoom, 20 minutos antes de que comience la clase. Deben acceder a través del link que contenga el email.
3. Es bueno que se sumen cinco minutos antes de que empiece la clase con sus micrófonos y su cámara apagados o encendida. Si hay problemas de señal es mejor que la cámara esté apagada.



UNIVERSIDAD  
DE SANTIAGO  
DE CHILE

Asignatura: Trabajo de Graduación  
Código: 39811 0  
Centro: Facultad de Administración y Economía  
Titulación: Magister en Marketing Nivel: Magister  
Tipo: Obligatorio  
Nº de créditos/horas: 20 SCT

4. Si desean hacer alguna pregunta deben escribir en el chat del costado pidiendo la palabra y luego realizar la pregunta por chat o por micrófono.
5. Si por alguna razón la videoconferencia se interrumpe, se enviará una nueva invitación para sumarse.
6. Es fundamental que el alumno tome apuntes, participe activamente en clases y complemente su aprendizaje realizando dentro y fuera de clases los ejercicios, actividades y casos planificados por el profesor. Además, los alumnos deben estudiar las lecturas obligatorias asignadas en el programa.

### 3. MÉTODOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE EN LA CALIFICACIÓN FINAL

La evaluación del curso consistirá en tres calificaciones:

**20% Avance escrito 1 individual**

Los alumnos deben entregar su primer avance escrito el día miércoles 12 de mayo a las 18:00 horas.

**50% Avance escrito 2 individual**

Los alumnos deben entregar su segundo avance escrito el día miércoles 14 de julio a las 18:00 horas.

*Cada informe escrito deberá ser enviado al profesor [sergio.lopez@usach.cl](mailto:sergio.lopez@usach.cl) en la fecha mencionada con anterioridad y siguiendo las instrucciones entregadas para cada caso.*

**30% Exposiciones orales individuales**

Los alumnos deberán realizar tres exposiciones orales de forma individual, estas se realizarán exclusivamente en horario de clases.

Exposición individual 1: miércoles 5 de mayo.

Exposición individual 2: miércoles 2 de junio.

Exposición individual 3: miércoles 7 de julio.

## ANEXO EXPLICATIVO TRABAJO DE GRADUACIÓN

El Trabajo de Graduación, tiene 20 SCT, se dicta en el cuarto semestre y según lo dispuesto en el Plan de Estudios del Programa Magister en Marketing:

- Corresponde a un trabajo final individual que puede ser un proyecto o tesina, un informe o un artículo de estudio o experiencia aplicada, a través de la cual se demuestra y certifica que el egresado del Magister en Marketing es capaz de realizar aplicaciones prácticas y/o empíricas a problemas de marketing empleando métodos estadísticos y/o econométricos respetando la veracidad de los datos y el uso de las fuentes.
- Debe estar inserto dentro de las áreas de desarrollo definidas en el Programa las cuales corresponden a Estrategia de Marketing, Gestión de Marketing, Herramientas de Marketing.
- Su desarrollo cuenta con un profesor guía, el cuál es elegido en conjunto con el director del Programa y aprobado por el CPM, en función del tema elegido por el estudiante.
- Para su revisión se conforma una Comisión de Trabajo de Graduación, la que debe estar integrada por a lo menos dos miembros que pertenezcan al cuerpo académico, excluyendo al profesor guía y al menos un miembro del núcleo del programa.
- El alumno debe presentar y defender su trabajo de graduación ante la Comisión correspondiente, donde su trabajo de graduación será evaluado en la escala de 1,0 a 7,0, siendo la nota de aprobación mínima 5,0. La Comisión tendrá un plazo máximo de 45 días calendario para emitir su evaluación del trabajo.

Es importante mencionar que, si un alumno no alcanza la calificación mínima tendrá un plazo de 30 días calendario para volver a presentar el Trabajo de Graduación. En caso de que el Trabajo de Graduación no sea aprobado, el estudiante quedará eliminado del Programa. Si el Trabajo de Graduación es aprobado con observaciones el alumno tendrá un plazo de 15 días para presentar el trabajo revisado. Estos tiempos deben establecerse a partir de los pasos establecidos por la universidad para la fecha de término del semestre académico.

Los graduados del Programa de Magister en Marketing, tal como lo establece el Plan de Estudios, serán capaces de:

- Analizar en forma proactiva los principales factores ambientales que influyen en el proceso de elaboración de una estrategia de marketing para identificar riesgos que atenten al logro comercial de la organización.
- Diseñar e implementar estrategias de marketing para emprender proyectos en base a la innovación de productos y procesos en función de las necesidades del mercado.
- Dar solución práctica y aplicada a diferentes problemas y temáticas de marketing para optimizar la gestión comercial de las organizacional.