

MANUAL DEL TREBALL DE FINAL DE GRAU 2026-27

Grau de Màrqueting

FUNCIONAMENT DEL TFG

El Treball de Final de Grau (TFG) és una assignatura de 15 ECTS en què s'ha de realitzar un treball de recerca. Per facilitar la realització del treball trobem sessions de TFG impartides pel Coordinador de TFG i tutories personalitzades des de setembre fins al lliurament definitiu de TFG.

El TFG comporta la realització per part de l'estudiant (obligatòriament en grups de dues persones, llevat de casos molt excepcionals, justificats i que han de ser aprovats per Coordinació) d'una recerca o un *business plan* en què s'apliquin, s'integrin i es desenvolupin els coneixements, les capacitats, les competències i les habilitats requerides en l'ensenyament corresponent, en aquest cas Màrqueting.

Des de coordinació de TFG s'oferirà a l'alumnat un ventall de temes de cada professor perquè pugui desenvolupar el seu TFG. Aquests temes estan íntimament relacionats amb les línies dels Grups de Recerca de l'Escola Universitària Mediterrani: Sistemes Innovadors de Monetització de Periodisme, Màrqueting i Turisme Digital (SIMPED), del Grup de Recerca sobre Periodisme i Màrqueting Digital i Banda Ampla i d'altres que puguin sorgir, que aportaran a l'estudiant el *know how* metodològic i poden utilitzar els resultats obtinguts amb finalitat acadèmica. La causa principal és facilitar als estudiants l'elecció del tema especialment per no caure en eleccions errònies de temes, ja que hi ha temes molt atractius i més d'una gran importància econòmica, però són difícilment tractables acadèmicament. El tema ha de ser acotat, concret i els objectius clars i plausibles. Hi ha molts temes interessantíssims, que parlen d'aspectes fonamentals del màrqueting, que poden ser un motor econòmic de primer ordre però que no són tractables acadèmicament. El tractament acadèmic suposa que hi ha una literatura marc, que treballa els aspectes essencials i que serveix de base per a poder fer una investigació.

ELECCIÓ/COMUNICACIÓ DE TEMA

Els estudiants, en grups de dues persones, poden escollir un tema de TFG proposat per professors o un tema lliure, que haurà de ser acceptat pel coordinador. Alguns aspectes a tenir en compte:

- El tema lliure ha d'acomplir els requisits mínims i ha de ser validat per Coordinació.
- Els temes proposats pels professors també compliran els requisits (si no, el professor no ho presentaria com a tema). Per això només cal que l'alumne ho comuniqui a Coordinació via correu electrònic.
- Si un professor proposa un tema, sempre serà aquest professor qui el porti.

Els alumnes han de comunicar el tema i tutor abans de l'inici d'octubre (tants els alumnes matriculats al juny com al setembre)

Requisits mínims per que un tema lliure de TFG sigui acceptat:

- Que es pugui fer per dues persones en un curs escolar
- Que hi hagi literatura acadèmica
- Que es faci servir una eina de recerca adient i rigorosa (veure rúbrica)
- Obtenir el vistiplau del Coordinador de TFG

FORMAT DEL TFG

Cal utilitzar aquest format:

- Marges de pàgina: 2,5 cm. en la part superior i inferior; 2,5 cm., part dreta i esquerra
- Tipus de lletra: Calibri, cos 12; Arial, cos 11; Times New Roman, cos 12
- Espai interlineal: 1,15
- Espaiat posterior: 6 punts
- Títols de portada: Calibri, Arial, Times New Roman, 22-30 punts, negreta
- Títols de cada apartat: Calibri, Arial, Times New Roman, 14 punts, negreta.
- Subtítols de cada apartat: Calibri, Arial, Times New Roman, 12 punts, negreta.

El treball ha de presentar-se editat a doble cara en fulls DIN-A4.

Els termes expressats en una llengua diferent a la del TFG s'han d'escriure amb lletra cursiva.

L'estudiant ha de tenir una cura especial amb les normes ortogràfiques i gramaticals de la llengua usada en el treball, així com amb les normes de puntuació.

Cada il·lustració, fotografia, taula, gràfic o mapa han d'anar numerats. En tot cas, cal indicar la font original.

Ha de paginar-se tot el treball, excepte la portada i les pàgines en blanc. Els números de pàgina s'han de posar centrats a la part inferior del full.

El treball no té una extensió mínima o màxima definida pel que fa a nombre de pàgines. És preferible un TFG amb menys pàgines si així es guanya en qualitat. Un treball amb un nombre excessiu de pàgines habitualment sol ser sinònim de baixa qualitat.

PARTS DEL TFG

TFG acadèmic = Marc teòric + metodologia + resultats + conclusió /discussion

Un TFG és una recerca que en la seva forma segueix el model dels articles acadèmics. Els diferents capítols conformaran el marc teòric i el treball de camp. A més del que indica aquest manual, s'aconsella la consulta de la bibliografia que podran trobar al programa de l'assignatura, destacant especialment la següent obra: Fondevila, J.-F. i del Olmo, J. L. (2013). *El Treball de fi de Grau en Ciències Socials i Jurídiques*. Madrid: Col·lecció Yumelia Textos, EUINSA.

Atès el caràcter únic de cada TFG, no es proposa cap esquema tancat de desenvolupament sinó que és cada estudiant amb el seu tutor o tutora qui dissenya el treball. Malgrat això, és convenient que el treball s'ajusti a unes determinades normes de presentació, al servei de la claredat expositiva i l'ordenació i tractament sistemàtic de la informació, ja que tot plegat n'afavoreix la comprensió i l'avaluació. És aconsellable, per tant, que **l'estructura del Treball Final de Grau** s'adeqüi als apartats que s'indiquen a continuació:

- Portada
- Resum i paraules clau
- Índex
- Introducció
- Marc teòric
- Metodologia
- Resultats
- Conclusions
- Bibliografia
- Annexos (si escau)

Els títols dels apartats o capítols, si escau, cal numerar-los amb xifres aràbigues consecutives (1, 2, 3...) i s'han d'escriure amb **LLETRA RODONA, NEGRETA I MAJÚSCULES**. **Al final de cada apartat o capítol s'ha de fer un salt de pàgina**. Els títols dels subapartats (1.1, 1.2...) també es numeren amb xifres aràbigues consecutives. Els títols dels subapartats s'escriuen amb **lletra rodona i negreta i en minúscula**. Al final de cada subapartat no s'ha de fer un salt de pàgina, llevat que sigui l'últim d'un apartat concret.

-Portada

A la part central de la portada han de aparèixer els **logotips de l'Escola Universitària Mediterrània i de la Universitat de Girona** i s'hi ha d'especificar de forma destacada el **títol del treball** i que es tracta d'un **Treball Final de Grau**. A la part inferior, s'hi ha de fer constar el **nom i cognoms de l'estudiant**. A sota, s'ha d'indicar el nom i cognoms del professor o professora que ha tutoritzat el treball, la **denominació de l'ensenyament**, el **curs acadèmic** i la **convocatòria (juny o setembre)**. No es numera aquesta pàgina. **Després de la portada, s'hi ha d'incloure un full en blanc**. El **format oficial vigent de portada** s'ofereix als estudiants en una plantilla (Word) al **moodle** o el **drive** de l'assignatura.

-Resum i paraules clau

Després de la portada i del full en blanc posterior, s'ha d'incloure un **resum del treball en la llengua en què es redacta el TFG**, d'una extensió entre 200 i 500 paraules, que en sintetitzi el contingut essencial amb aquesta estructura: **tema, justificació, objectius, metodologia, principals resultats, frase conclusiva**. A continuació, s'han d'assenyalar les **paraules clau** (no menys de cinc i no més de deu), indicadors dels temes abordats en el treball.

Si la llengua emprada en el treball és una de les dues llengües oficials de la Universitat de Girona (castellà i català), **cal afegir en anglès el títol i un resum (abstract)** d'una extensió entre 200 i 500 paraules. A continuació, s'han d'assenyalar les **paraules clau en anglès (keywords)**. Si el treball es presenta en una tercera llengua (anglès, alemany, francès i italià), cal adjuntar el títol, les paraules clau i un resum d'una extensió entre 200 i 500 paraules en una de les dues llengües oficials.

Continguts mínims que han d'aparèixer al resum. El resum (en un sol paràgraf) ha de tenir aquesta estructura: **frase introductòria justificativa** lliure sobre el tema escollit. **Frase sobre l'objectiu principal** ("L'objectiu principal del present estudi és l'anàlisi de..."). **Frase sobre metodologia** ("S'ha emprat combinació de metodologia quantitativa, a partir dels resultats d'una enquesta realitzada... i qualitativa, sobre les dades d'entrevistes semiestructurades a..."). **Frase sobre resultats** ("Els resultats obtinguts indiquen que..."). **Frase sobre les conclusions** ("Es conclou que...").

Després d'aquest apartat cal introduir un salt de pàgina, perquè el següent apartat comenci a pàgina nova.

-Índex

El TFG ha de contenir un **índex inicial amb les diferents parts del treball** (excepte la portada, el resum i paraules clau, i el mateix índex), en què s'assenyali la pàgina en què comença cada apartat. L'índex ha de posar-se darrere del full del resum.

Després d'aquest apartat cal introduir un salt de pàgina, perquè el següent apartat comenci a pàgina nova.

-Introducció

La **introducció** ha de presentar el treball en **un sol bloc**, sense subtítols, amb aquesta estructura: **justificació, hipòtesis (si escau), els objectius, la metodologia emprada (fonts i eines) i les parts en què es divideix**. La introducció ha de ser breu i s'ha d'acabar amb un salt de pàgina, perquè el següent apartat comenci a pàgina nova.

Continguts mínims que han d'aparèixer a l'apartat de la introducció: (1) un **paràgraf que contingui la contextualització del treball** (s'explica quin és el tema objecte d'estudi) i la justificació (en base a l'interès per a la societat, interessos propis, actualitat del tema, etc.), (2) un **paràgraf amb els objectius i/o les hipòtesis** (una frase ha de començar clarament amb l'expressió "l'objectiu principal d'aquest estudi és...") i la **metodologia utilitzada** (de forma breu) i (3) un **paràgraf explicant l'estructura del TFG** (p.e. "Després d'aquesta breu introducció, el treball explora les fonts acadèmiques prèvies sobre el tema objecte d'estudi. Després s'explica

en profunditat la metodologia utilitzada i s'exposen els resultats de la investigació. Finalment, s'ofereixen les conclusions aconseguides i les referències bibliogràfiques emprades").

-Marc teòric

El **marc teòric** provindrà principalment de **fonts indexades actualitzades** (preferiblement dels darrers 7 anys), trobades per exemple a partir de *Google Scholar* o *Dialnet* (un mínim del 50%, sent preferible per sobre del 75%). **Cada frase (subjecte + verb + predicat) ha de contenir una cita. No han d'aparèixer frases sense la corresponent cita o font.** Tota idea o argument que apareix al marc teòric ha d'estar justificada a partir d'una font acadèmica. Per tant, en el marc teòric no apareixen idees, arguments o afirmacions pròpies dels que estan elaborant el TFG. El marc teòric estarà estructurat preferiblement en un sol bloc, sense subapartats.

Continguts mínims que han d'aparèixer a l'apartat del marc teòric: Se cercarà a las principals revistes acadèmiques de turisme, màrqueting, economia i empresa informació el més actualitzada possible sobre el tema escollit (tema exacte o relacionat) i es recollirà de forma sintètica i correctament referenciada. **Per a les cites se seguirà exclusivament i de forma obligatòria la normativa APA 7a edició (APA 7).** Totes les cites han d'aparèixer al format APA 7. El **nombre mínim de cites que han d'aparèixer en el marc teòric és de 20**, i és **recomanable** que sigui **superior a 30** i que **més del 90% siguin acadèmiques i indexades**.

Després d'aquest apartat cal introduir un salt de pàgina, perquè el següent apartat comenci a pàgina nova.

-Metodologia

S'ha d'explicar amb claredat la metodologia aplicada, fent referència a **totes les eines utilitzades per elaborar el treball, principalment en l'obtenció dels resultats**. Entre les eines més habituals hi ha les enquestes, entrevistes, *focus group*, anàlisi estadística, observació científica, anàlisi de legislació, etc. En tots els casos es poden utilitzar **fonts primàries** (dades obtingudes específicament per a la elaboració del TFG i que no han estat publicats anteriorment) o **secundàries** (dades provinents d'altres fonts ja publicades).

Continguts mínims que han d'aparèixer a l'apartat de metodologia d'un TFG acadèmic: cal **explicar en profunditat totes les eines d'anàlisi quantitativa i/o qualitativa**, així com les **eines de software** utilitzades. Per exemple, si s'utilitza una **enquesta** (recomanable **n > 200**) com a font de dades per a una anàlisi quantitativa cal especificar el **nombre de participants a la mostra**, el **perfil sociodemogràfic** de la mostra, el **tipus de mostreig**, la **forma de distribució** del qüestionari, el **període temporal** del treball de camp o recollida de dades, l'**error mostral** i l'**estructura del qüestionari** (nombre de blocs i nombre de preguntes). Si s'utilitza l'**entrevista estructurada a professionals experts en el tema objecte d'estudi** (recomanable **n > 7**) o **eines semblants** (p.e. *focus group*) com a font de dades per a una anàlisi qualitativa heu d'especificar el **llistat de persones entrevistades** (indicant càrrec i la seva rellevància per a la investigació), l'**estructura del qüestionari** (nombre de blocs i nombre de preguntes), la **forma de realització de les entrevistes** i el **període temporal** del treball de camp o recollida de dades.

Continguts mínims que han d'aparèixer a l'apartat de metodologia d'un TFG industrial: cal explicar en profunditat totes les **eines d'anàlisi** utilitzades per a l'obtenció dels resultats requerits per l'empresa, així com les **eines de software** emprades.

Després d'aquest apartat cal introduir un salt de pàgina, perquè el següent apartat comenci a pàgina nova.

-Anàlisi de resultats

En aquest apartat cal exposar els **resultats aconseguits mitjançant l'aplicació de la metodologia escollida i interpretar-los**. S'aconsella la utilització de **taules sintètiques, gràfiques explicatives** (es poden obtenir a partir d'Excel) i **eines estadístiques**. Òbviament, aquesta és la part del TFG en què l'estudiant té més llibertat perquè pugui ser elaborada d'una manera o d'una altra.

Continguts mínims que han d'aparèixer a l'apartat de resultats d'un TFG acadèmic: cal **explicar els resultats obtinguts** més enllà de la simple descripció dels mateixos. En el cas dels resultats d'anàlisi estadística procedents d'una **enquesta**, cal explicar-los amb un llenguatge assequible i recolzant-se, quan sigui possible, en **taules sintètiques i/o figures gràfiques** (obtingudes **sempre a partir d'Excel** en format objecte d'Excel, no s'admeten gràfiques en format imatge ni gràfiques procedents de Google Forms o similars). A més, cal fer **anàlisis d'estadística bivariada, creuant les variables del perfil sociodemogràfic** (sexe, edat, nivell d'estudis, ocupació actual, etc.) **amb la resta de variables estudiades a l'enquesta**. En el cas dels resultats d'anàlisi qualitativa obtingudes a partir **d'entrevistes semiestructurades o eines similars**, no n'hi ha prou amb la simple explicació descriptiva de les respostes, cal fer una **anàlisi sistemàtica dels resultats** (p.e. recollint a una taula explicativa les respostes més freqüents de cadascun dels ítems de qüestionari).

Continguts mínims que han d'aparèixer a l'apartat de resultats d'un TFG industrial: cal explicar en profunditat cadascuna de les **accions que s'han dut a terme a l'empresa** per a la qual s'ha desenvolupat el TFG industrial. S'ha d'utilitzar un **llenguatge assequible** per als qui han de llegir i avaluar el treball, així com donar suport als resultats en **imatges, taules o gràfics** que ajuden a explicar de la millor manera les accions realitzades. Tot això s'ha **de presentar de la manera més sistemàtica possible**, per tal que es pugui entendre de manera integral la tasca realitzada per a l'empresa i el valor que li aporta.

Després d'aquest apartat cal introduir un salt de pàgina, perquè el següent apartat comenci a pàgina nova.

-Conclusions

Les **conclusions combinen els resultats amb el marc teòric**. Han de tenir una estreta relació amb el que s'ha argumentat en el desenvolupament del treball, però no poden ser un resum del que s'ha exposat, sinó que **han de donar resposta a les hipòtesis, qüestions i objectius plantejats**. Han de ser **breus, concloents i tenir forma d'asseveració** (i no pas d'interrogació). Cal incloure **limitacions en la recerca i línies futures de recerca**. Les conclusions s'han d'acabar amb un salt de pàgina, perquè el següent apartat comenci a pàgina nova.

Continguts mínims que han d'aparèixer a l'apartat de conclusions: han d'estar relacionades tant amb els resultats obtinguts a la investigació com amb les fonts acadèmiques utilitzades en el marc teòric. A l'apartat de les conclusions no s'han de repetir de manera descriptiva els resultats (és a dir, no apareixeran resultats en forma numèrica). En un TFG industrial s'han d'exposar amb claredat les conseqüències que la tasca realitzada ha tingut per a l'empresa, així com el rendiment o l'aportació de valor que li suposa actualment o li pot suposar en el futur.

-Bibliografia

S'hi han de fer constar totes les obres emprades per a l'elaboració del treball, citades dins del text. Les referències bibliogràfiques han de ser completes i contenir tota la informació bibliogràfica seguint el sistema APA 7. S'han d'ordenar alfabèticament pel cognom de l'autor o autora. En cas que hi hagi diverses obres amb una mateixa autoria, l'ordre ha de ser cronològic. L'apartat de bibliografia ha de fer servir sagnia francesa d'1 cm a partir de la segona línia de cada referència. Totes les referències han d'incloure el DOI o si no n'hi ha, l'URL escurçada (utilitzant per a això un escurçador d'URL, p.e. <https://is.gd/>)

Continguts mínims que han d'aparèixer a l'apartat de la bibliografia: totes les referències han d'estar recollides en format APA 7, incloent-hi el DOI o, si no escau, el seu URL escurçat. S'ha d'utilitzar sagnia francesa d'1 cm a partir de la segona línia de cada referència amb espai posterior de 6 punts. Es requereix un mínim de 20 referències de fonts acadèmiques indexades, amb un màxim d'un 25% amb errors en la seva referenciació en format APA 7. A la bibliografia no es recolliran les referències no acadèmiques (per a elles es recomana la seva referenciació com a nota al peu de pàgina al lloc del text on apareix la cita corresponent).

TFG *business plan* = Marc teòric + metodologia + resultats (pla de negoci) + conclusió /discussion

Un TFG *business plan* és una recerca aplicada. L'estructura n'és la següent (amb un nombre de pàgines màxim recomanat de 50, amb espai interlineat senzill i lletra 12):

- Portada
- Resum i paraules clau
- Índex
- Índex de taules/figures
- Introducció
- Marc teòric (revisió de literatura científica)
- Anàlisi de l'entorn extern (5 Forces de Porter)
- Estudi de mercat
- Anàlisi del microentorn
- Metodologia (treball de camp optatiu)
- Resultats (optatiu)
- Públic
- Màrqueting mix
- Posicionament i imatge corporativa
- Competència
- DAFO
- *Briefing* del client
- Pla Comunicació i de Màrqueting
- Pla de negoci
- Conclusions
- Bibliografia

Portada	Es facilitarà el model que tothom ha de seguir. No es numera aquesta pàgina.
<i>Abstract</i>	Tema, objectius, justificació, resum essencial, metodologia, principals resultats. En anglès i en la llengua en què es faci el TFG
Introducció	Introducció al pla, objectius, innovacions, <i>timing</i> , recursos necessaris, dades principals del projecte
Marc teòric (revisió literatura)	Se cercarà a las principals revistes acadèmiques de màrqueting que es fan sobre el tema (tema exacte o relacionat) Es recull què diuen i què fan. De forma SINTÈTICA i correctament referenciada. S'aconsella fer servir taules d'anàlisi.
Anàlisi de l'entorn extern (5 Forces de Porter)	Forces de la competència
Anàlisi del sector	Dades del sector, competència i potencials consumidors

Anàlisi del microentorn	Valor de marca
Metodologia	S'ha d'explicar amb claredat la metodologia adequada i validada (veure si aquell sistema s'ha fet servir i si ha funcionat pels objectius)
Resultats	Cal exposar els resultats aconseguits mitjançant la metodologia, i interpretar-los. S'aconsella millor taules sintètiques que altres sistemes reiteratius. Però cada cas és diferent
Públics	Públic objectiu: criteris sociodemogràfics, socioeconòmics i psicogràfics. Mapa de públics: intern i extern
Màrqueting mix	Producte (envasat, quantitats), Preu (matriu preu real vs. Qualitat percebuda), distribució, promoció (comunicació), proveïdors, innovació
Posicionament i imatge corporativa	Missió, visió, valors; Posicionament, imatge corporativa i Responsabilitat Social Corporativa
Competència	Competència directa, indirecta. Mapa de posicionament.
DAFO	Debilitats, Amenaces, Fortaleses, Oportunitats
Briefing del client	Antecedents, objectius de negoci, <i>Target</i> , <i>Timing</i> , Pressupost
Pla de Comunicació i Pla de Màrqueting	Pla de Comunicació (objectius de comunicació, més abstractes) I Pla de màrqueting (objectius de màrqueting, més empírics)
Pla de negoci	Límit de finançament, distribució del finançament entre els costos (despeses i recursos), distribució de costos fixos mensuals, distribució de costos variables mensuals, distribució de costos extraordinaris, distribució de costos totals el primer mes, previsió de CF vs CV vs CT vs Benefici mensual, ROI
Conclusions <i>Discussion</i>	Conclusions del pla de negoci, on es combinen els resultats amb el marc teòric (revisió de literatura) i es veu la <i>discussion</i> del negoci. Cal incloure limitacions en la recerca i línies futures de recerca.
Bibliografia	Ordenada alfabèticament en sistema APA i completa

TREBALL DE CAMP

És la recerca pròpiament dita, on s'utilitzaran les eines necessàries per obtenir els resultats. Aquesta part de la investigació és la més important, ja que és on s'utilitzaran les eines necessàries per poder establir les conclusions.

Es valorarà especialment que, en cas de recollir dades mètriques (com escales, valoracions, puntuacions ...), a més de descriure o crear figures (a partir de %, mitjanes o mitjanes), es realitzen proves d'estadística inferencial és a dir, intervals de confiança, proves de relació entre variables. Una referència que pot ajudar en aquesta tasca és Berbel, G. (2015). *Claus i eines d'estadística en turisme i ciències socials*. Barcelona, Espanya: Grup Aptabel (disponible a la pròpia EU Mediterrani).

Seguidament fem una relació dels instruments d'investigació més usuals en temes d'investigació. Cada cas és diferent, de manera que poden emprar-se un o diversos instruments. Es presenten algunes possibles eines. No vol dir que tots els TFG hagin de fer servir alguna d'aquestes, ja que poden ser unes altres. Simplement es presenten les més usuals (no les millors ni les úniques). Cal que almenys s'utilitzi una de les eines (o enquesta, o entrevista, o DAFO...) complint els criteris, tot i que se'n pot utilitzar més d'una.

A.- Enquestes:

Una enquesta és un estudi observacional en el qual l'investigador busca recaptar dades d'informació per mitjà d'un qüestionari predissenyat, i no modifica l'entorn ni controla el procés que està en observació. Les dades s'obtenen a partir de realitzar un conjunt de preguntes normalitzades dirigides a una mostra representativa o al conjunt total de la població estadística en estudi, formada sovint per persones, empreses o ens institucionals, per tal de conèixer estats d'opinió, característiques o fets específics. L'investigador ha de seleccionar les preguntes més convenients, d'acord amb la naturalesa de la investigació. Mostra mínima: $n = 200$. Tanmateix, en el cas que es pugui justificar que la població de l'objecte d'estudi (per raons d'extrema actualitat, gran especialització o d'altres) analitzat és menor a 200 ($N < 200$), la mostra, lògicament, podrà ser $n < 200$.

B.- Entrevistes:

Es formularan unes preguntes a professionals o els agents implicats en el cas d'estudi. Les entrevistes poden ser estructurades, desestructurades o mixtes. Mostra mínima: 4 entrevistes en profunditat.

C.- Estadístiques:

Anàlisi estadística de tipus descriptiu o de tipus analític. No es tracta únicament de bolcar dades sinó que aquests tinguin sentit en el discurs i en la investigació que es realitzi.

D.- Impacte mediàtic:

Aquest és un instrument que pot ser adequat en algunes ocasions, però no en tots els casos d'estudi. Els impactes mediàtics són un instrument quantitatiu, ja que recullen el grau d'incidència del tema d'estudi en els *mass media*. En moltes ocasions pot ser l'instrument central

del TFG. Donat aquest cas s'entendrà que es farà de forma exhaustiva i acotant específica i rigorosament els inputs d'estudi.

E. Focus Group

El *focus group* és una tècnica d'investigació qualitativa. És un instrument molt útil si es volen conèixer les motivacions, les opinions, els mecanismes de decisió de compra, etc. Es tracta que, a partir d'un qüestionari obert, es reuneixi a 6 o 8 persones durant 1,5 hores com a màxim, perquè a través del diàleg es recullin les consideracions que un qüestionari tancat no permet. El perfil dels participants ha de ser el més variat possible. Tots els comentaris s'han de gravar. Aquesta gravació, a més de conservar-se, es transcriurà en el treball. La presentació de les dades obtingudes es pot plasmar de dues maneres:

- a) Crear un capítol en què transcriu el *focus group* i es realitzin comentaris
- b) Utilitzar les dades com si de qualsevol altra font es tractés i la transcripció literal es plasma en annex

En qualsevol cas s'han d'especificar les dades següents:

- Perfil dels participants en el *focus group* (edat, sexe, professió, nivell cultural, nivell econòmic. Mai els noms dels participants)
- Qüestionari obert

Mínim: dos *focus group* de 6 persones.

F. Check list

Aquest és un instrument molt útil per a realitzar anàlisis de productes o serveis. Es tracta d'elaborar un llistat de diferents inputs i estudiar quants es compleixen i en quin grau. Aparentment és molt simple, encara que la dificultat rau en establir aquests inputs. Per a això s'ha de basar en literatura rigorosa, contrastada i fiable

G. Anàlisi DAFO

Les anàlisis DAFO són un instrument útil per analitzar el posicionament d'un destí, una empresa, un servei o un producte. És fonamental que cadascuna de les amenaces, fortaleces, debilitats i oportunitats sigui degudament contrastada i argumentada. Si no es realitza així, no té rigor científic i no té cabuda en una investigació

H. Observació Científica

Aquest instrument qualitatiu té dues variants:

- a) Observació directa
- b) Observació participant

La diferència rau en si l'investigador participa al cas d'estudi o no. El més usual és fer observació directa. L'observació directa ha de ser sistemàtica i fitada. Els ítems a observar s'han de deduir de l'estudi de literatura rigorosa, contrastada i fiable.

I. Anàlisi de legislació aplicable

En molts casos d'estudi cal recollir el que estableix la legislació (lleis, decrets, normatives, prescripcions, etc.).

Segons sigui el cas d'estudi es recollirà en el corpus teòric les principals qüestions plantejades per la legislació. En altres serà un instrument d'investigació més detallada i específica

J. Altres

Existeixen nombroses tècniques de recerca aplicables al màrqueting i en aquest document no poden recollir totes.

BIBLIOGRAFIA

En aquest apartat han de constar detalladament tots els textos que s'han consultat: llibres, publicacions periòdiques, parts de llibres o articles de publicacions periòdiques, arxius, CD-ROM, base de dades, pàgines web, etc. Mínim: 15 cites (mínim 13 d'articles científics), llevat de casos justificats en què l'objecte d'estudi presenti una extrema actualitat, una gran especialització o d'altres.

Algunes revistes són *open access*. En algunes altres s'ha d'accedir a través de la biblioteca de la UdG (accés des de fora de la UdG i cercar per revistes), i la majoria són a Google Scholar (scholar.google.es), www.academia.edu, www.dialnet.es

Entenem com a revistes acadèmiques aquelles que han passat controls abans de ser publicades, la qual cosa els garanteix un mínim de rigor (JCR i Scopus).

Altres fonts que no sent acadèmiques es poden fer servir:

- dades estadístiques INE, IDESCAT i similars
- legislació/normativa
- estudis d'institucions solvents (OMT, Ministeris, Departaments, Regidories...)
- tesis doctorals conegudes pel tutor/a . En teoria, les tesis tenen un sistema de control però no tots els països ni totes les universitats tenen el mateix nivell de control.

S'aconsella vivament que les fonts consultades siguin rigoroses i actuals. Se seguirà el format estandarditzat ISBN o ISSN (o també anomenat Harvard).

L'ús de fonts genèriques i poc rigoroses (Viquipèdia, fullets, manuals d'ús, premsa no especialitzada i no acadèmica) no serà acceptat de cap manera i suposarà la no acceptació del TFG.

Exemple: si es vol fer un marc teòric en el qual s'especifiquin noves tipologies de clients no es faran servir obres suposadament especialitzades però faltes de rigor, com manuals sense nivell acadèmic.

També ha d'evitar la confusió entre revista especialitzada i revista acadèmica. S'aconsella la consulta de: Fondevila, Joan Francesc i l'Olmo, JL (2013). *El Treball de fi de Grau en Ciències Socials i Jurídiques*. Madrid: Col·lecció Yumelia Textos, EUINSA. S'aconsella seguir el sistema APA que aplica Word.

LES REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

Les referències bibliogràfiques són anotacions que es fan en un text per a indicar d'on s'ha tret la informació. Hi ha dos tipus: cita textual i no textual. Depèn de si la informació és literal de la font (el llibre o revista que he llegit) o no.

• **Cita textual:** La part que s'ha agafat literal del llibre o document ha de escriure entre cometes. S'indica entre parèntesis el cognom de l'autor, una coma, l'any d'edició, dos punts i el número de pàgina.

"Xxxxxx" (Fondevila, 2006: 43)

• **Cita no textual:** La idea és l'autor del document consultat però les paraules són de qui elabora el TFG (resum, canvis, etc.). No s'han de posar cometes i just quan s'acaba la idea s'obre parèntesi, s'escriu el cognom de l'autor, una coma i l'any d'edició.

xxxxxx (Fondevila, 2015)

Si s'ha realitzat un resum a partir de lectura de diferents autors, s'especificaran tots.

Ex .: xxxxxx (Fondevila, 2008; Castells, 2011)

Cita de segona mà: la idea és d'un autor però l'estudiant ho llegeix en una obra d'un altre autor. Caldrà indicar:

• **Cita textual de segona mà:** "el fragment textual tal com està en el llibre entre cometes" (Smith a Santana, 1999: 58)

• **Cita no textual de segona mà** xxxxx (Smith a Santana, 1999)

Com indicar les referències bibliogràfiques en la Bibliografia segons sigui la font:

Llibre

Autor, N. (1998). *El títol del llibre* (en cursiva). Editorial.

Article de revista, diari, capítol d'un llibre

Autor, N. (1998). El títol de l'article. *Nom de Revista* (cursiva), número de revista (volum): pàgines.

Pàgina web

• Autor, N. (1998). "El títol de l'article", a <[http // www.loquesea.com](http://www.loquesea.com)>, consultat el 10/05/16 (la data de consulta).

• Ajuntament de Barcelona (2008) "Anuari estadístic de Barcelona" <<http://www.bcn.cat/estadistica/catala/dades/anuari/cap13/index.htm>>, consultat el 11/05/16 (la data de consulta).

La institució que sigui és la que posem com a nom d'autor. Ex .: OMT, Ajuntament de Barcelona, etc.

• <[http // www.loquesea.com](http://www.loquesea.com)>, consultat el 10/02/03 (això quan no hi ha autor, ni hi ha institució, és a dir un web "poc fiable" però de vegades pot dir coses interessants)

* Si hi ha diversos autors no s'escriuen tots els noms. Es poden fer dues coses:

1. Autor, N. et altri (és a dir, s'usa l'expressió llatina "i altres" i com està escrit en un altre idioma el vam indicar en cursiva)

2. L'expressió AAVV (autors diversos) o VVAA (diversos autors)

* Si hi ha un autor que en el mateix any té diverses publicacions, farem el següent:

com a referència

xxxxxxx (Fondevila, 2016)

xxxxxxx (Fondevila, 2016b)

A la bibliografia

-Fondevila Gascón, Joan Francesc (2012a). "L'ús de recursos del periodisme digital a la premsa del Regne Unit, França, Estats Units i Espanya". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico (EMP)*, 18 (1): 73-87.

-Fondevila Gascón, Joan Francesc (2012b). "Impacte del periodisme digital en els gèneres periodístics: estudi empíric comparatiu". Comunicació i ciutadania. *Revista Internacional de Xornalismo Social / Social Journalism International Review*, 4: 251-270.

Recordatori

Heu d'usar bibliografia rigorosa i fugir d'obres generals (tipus enciclopèdies, diccionaris del màrqueting ...) i / o divulgatives.

Els *brochures* (fullets) són útils com a informació puntual (direcció, horaris, activitats puntuals) però mai s'han d'emprar com a font d'informació de dades històriques, socials o econòmics.

Wikipedia no és una font en termes acadèmics, igual que altres similars i enciclopèdies en paper tradicionals. Les enciclopèdies aporten una informació genèrica, no en profunditat.

Com citar un text legal.

a. Si és textual, el text es posarà entre cometes i just després dit text s'indicarà ens parèntesi el text legal de què es tracti i l'article concret (si és un article dividit en diversos punts, s'especificarà cada punt).

b. Si no és textual, s'actuarà igual però sense cometes ni especificar l'article / s.

Exemples:

A: "Els museus han de disposar del personal i de les condicions necessàries per a garantir la protecció i la conservació de llurs fons." (Llei 17/1990, art 7.1).

B: La Llei indica que, per a la conservació dels seus fons, els museus han de disposar de personal i tenir les condicions necessàries (Llei 17/1990).

A cada figura (il·lustració, fotografia, taula, gràfic o mapa) ha d'indicar sota la mateixa l'autor i any. Aquesta font, si només apareix amb motiu de la il·lustració, s'ha de fer figurar en la Bibliografia de la següent manera:

Si la font és un llibre: Font: Vera, Xavier (2001) Geografia del màrqueting, Edicions 62, Barcelona, pàg. 23.

Si la font és un web: Font: Autor (o institució) (any que indiqui l'última actualització o, si no l'any de consulta), «el títol entre cometes», l'adreça URL exacta, data de consulta.

Exemple: Font: Ajuntament de Barcelona (2010). «Cultura i estil de vida», en http://w3.bcn.cat/XMLServeis/XMLHomeLinkPI/0,4022,495525130_543993771_1,00.html, consultat el 2016.05.05

Si la font és un article (de revista, diari, capítol de llibre) Font: Autor, N. (2014). "El títol de l'article", *Nom de Revista*, número de revista.

Si la font és pròpia (ex .: foto realitzada per l'autor) Font: elaboració pròpia.

Si la informació l'hem extret d'un llibre, web, article però l'hem modificat una mica (o molt) Font: elaboració pròpia a partir de xxxx (xxxx serà el llibre, web o article d'on hem obtingut la informació).

Figura (il·lustració, fotografia, taula, gràfic o mapa) han d'anar numerats. S'ha de fer un índex de taules i figures.

Ús de negreta, cursiva i cometes

La negreta només podrà utilitzar-se per els noms dels capítols, apartats i subapartats (optatiu). Exclusivament. No es pot emprar per a res més.

La cursiva s'empra per el següent:

Paraules o expressions que estiguin en un altre idioma que no sigui el normal del TFG;

Per títols d'obres, ja sigui el títol d'un llibre, d'una pel·lícula d'una pintura, etc.

Les cometes es fan servir per el següent:

Indicar el títol d'un article o capítol

Per capítols i / o apartats (optatiu)

Per indicar l'inici i final d'una cita textual

LLIURAMENT

Els lliuraments del TFG (revisió de literatura, resultats i TFG definitiu) **es faran al TUTOR/A**. El tutor els recollirà amb el format/sistema que consideri adient i el corregirà o farà el comentaris oportuns. El **tutor/a establirà la data de lliurament**

Taula 1 Informació que **rebrà l'estudiant**

	DATA CONVOCATÒRIA DE JUNY	DATA CONVOCATÒRIA EXTRAORDINÀRIA
Lliurament revisió de literatura	Lliurament de Document 15 de gener de 2027	Lliurament de Document 26 de febrer de 2027
Lliurament Resultats	Lliurament de Document INDICAT PEL TUTOR/A	Lliurament de Document INDICAT PEL TUTOR/A
Lliurament DEFINITIU	23/04/27 (lliurament definitiu a Moodle, 7 de maig de 2027)	02/07/26 (lliurament definitiu a Moodle, 9 de juliol de 2027)
Defenses	01/06/2027 al 30/06/2027 en horari de matí o tarda	01/09/2027 al 10/09/2027 en horari de matí o tarda

Per a la convocatòria de febrer de 2027, el lliurament al Moodle hauria de ser el 18/12/2026. Les defenses seran de l'18/01/2027 al 29/01/2027.

El lliurament definitiu del TFG després de la revisió del Tutor/a es lliurarà en format PDF via Moodle. El nom del documents serà:

- COGNOMS i nom dels autors del TFG- títol del TFG

ACEPTACIÓ DE TFG PER LA SEVA DEFENSA

Caldrà l'informe favorable del tutor i del coordinador i rúbrica revisada. En cas de disparitat d'opinió entre tutor i coordinador s'aplicarà el recollit a la Normativa del TFG (preval l'opinió de Coordinació de TFG)

Coordinació comunicarà als grups de dos estudiants el següent:

- a) El TFG és apte per la defensa, la qual cosa no implica que s'hagi superat l'assignatura.
- b) TFG amb acceptació condicionada. Vol dir que no aconsegueix els mínims indispensables però, segons valori el tribunal i segons es faci la presentació oral, és possible aprovar el TFG.
- c) El TFG no és apte per la defensa. S'indicarà detalladament les raons per les quals no és apte. L'estudiant haurà de tornar-se a matricular el curs següent del TFG

Després el Coordinador farà públic i comunicarà a cada estudiant implicat l'horari de la defensa, aula i els membres del tribunal.

La rúbrica haurà de ser perfectament complimentada. En cas de que fos incorrecte en qualsevol dels ítems treballats suposaria suspendre el TFG. La rúbrica és una eina de revisió per part de l'estudiant d'aspectes quantificables tant formals com conceptuals i metodològics, per la qual cosa s'ha de complimentar amb rigor. Les errades es podrien entendre no tan com faltes d'atenció sinó amb voluntat de mentir i, per això, es pot suspendre per aquest punt.

ACTE ACADÈMIC DE LA DEFENSA DEL TFG

L'estudiant haurà de ser-hi 15 minuts abans de l'hora programada (excepte si és a les 08.00h).

La defensa consta de les següents parts :

1. Presentació del TFG i tribunal per part del Coordinador (aprox. 1 minut)
2. Explicació oral del dos estudiants, amb una part en idioma estranger (10/15 minuts)
3. Preguntes/comentaris dels membres del tribunal (entre 15-30 minuts). Els estudiants prendran notes per poder respondre a les preguntes i comentaris
4. Deliberació de la nota per part del Tribunal (només hi serà el Tribunal, a l'aula)
5. Comunicació de la nota i lliurament de l'acta del TFG
6. Fotografia de record per a evidència de qualitat (obligatori) i xarxes socials (optatiu)

La defensa d'un TFG és un acte acadèmic en què s'indiquen els aspectes positius del TFG, els punts a millorar o altres qüestions sempre amb l'objectiu d'aprendre (en dues direccions tribunal – alumnes, alumnes/tribunal).

La defensa d'un TFG és un acte públic per a tota la Comunitat Mediterrani. És més, s'aconsella que estudiants d'altres cursos vagin a veure defenses de TFG. L'estudiant pot convidar a amics i familiars. No s'accepten mascotes, excepte gossos pigall. El públic no podrà intervenir en la defensa excepte que hi hagi un/una doctor i que s'acrediti com a tal prèviament al Coordinador, o hi hagi algú rellevant prèviament interpel·lat. No hi ha cap inconvenient a aplaudir al final (és més, s'aconsella).

MATERIAL AL MOODLE

Es facilitaran diferents tipus de materials

- 1) Informacions bàsiques i fonamentals: Manual del TFG, Normativa del TFG, Rúbrica, document d'Avaluació de TFG, horaris de tutories, temes proposats per professors...
- 2) Els temes tractats a classe (sistema de cites, com cercar informació, com fer servir sistema APA, com comentar dades estadístiques, com redactar, com revisar, com fer servir la rúbrica,)
- 3) Exemples de diferents parts del TFG. Un exemple d'*abstract*, de revisió de literatura, de conclusions, d'annexos....
- 4) Altres materials complementaris

QUALIFICACIÓ DEL TFG

Es valoren 3 aspectes: treball escrit, defensa oral i competències.

- Treball escrit: 50%
- Defensa oral: 30%
- Competències: 20%

La **nota final del TFG** és la **mitjana ponderada** de la valoració concedida al **treball escrit (50% de la nota final)**, la **defensa oral (30%)** i les **competències (20%)**. La **qualificació de la defensa oral** quan el **TFG sigui elaborat per dos membres** podrà ser **diferent** per a **cada estudiant**.

La **nota del treball escrit acadèmic o industrial (50% de la nota final)** es determinarà utilitzant la **rúbrica** següent per **avaluar cada ítem** en funció dels paràmetres que compleixi:

Ítem	Suspens	Aprovat	Notable	Excel·lent
Portada	Portada no oficial	Portada oficial amb errors de color i tipus de lletra	Portada oficial amb errors de color o de tipus de lletra	Portada oficial sense errors de format, color o tipus de lletra
Resumen	No té forma de resum IOMRC. Més d'un paràgraf	Resum acadèmic IOMRC amb manca de dos o més apartats	Resum acadèmic IOMRC amb manca d'un apartat o dividit en paràgrafs	Resum acadèmic IOMRC. Un sol paràgraf
Introducció	No té paràgraf d'objectius ni de paràgraf d'estructura	No té paràgraf d'objectius o paràgraf d'estructura	Li manca paràgraf d'estructura, però té paràgraf contextual i/o justificació i paràgraf d'objectius	Paràgraf contextual i/o justificació, paràgraf d'objectius, paràgraf d'estructura
Marc teòric	Més de 5 errors a APA. Més de 5 frases sense citar. Menys del 50% de les fonts són indexades	Té entre 2 i 5 errors a APA. Té entre 2 i 5 frases sense citar. Entre el 50% i el 75% són cites indexades	Té fins a 2 errors en APA. Té fins i tot 2 frases sense citar. Entre el 76% i el 90% són cites indexades	No té errors en APA. No té frases sense citar. Entre el 91% i el 100% són cites indexades
Metodologia	No refereix cap eina utilitzada en la investigació. Enquesta ($n < 150$) i/o entrevistes ($n < 5$)	Fa referència a algunes eines d'anàlisi quantitativa i/o qualitativa sense aprofundir. Enquesta ($150 = 0 < n < 200$) i/o entrevistes ($5 < n < 7$)	Refereix algunes eines d'anàlisi quantitativa i/o qualitativa en profunditat. Enquesta ($200 = 0 < n < 250$) i/o entrevistes ($8 < n < 10$)	Refereix totes les eines d'anàlisi quantitativa i/o qualitativa en profunditat. Enquesta ($n = 0 > 250$) i/o entrevistes ($n > 11$)
Resultats	No aporta resultats o les eines utilitzades tenen errors fonamentals de disseny	Aporta resultats descriptius, però no bivariats o les eines utilitzades tenen errors fonamentals de disseny	Aporta resultats descriptius i bivariats, però les eines utilitzades tenen algun error de disseny	Aporta resultats descriptius i bivariats. Les eines utilitzades no tenen errors de disseny
Conclusions	No estan relacionades ni amb els resultats ni amb el marc teòric	Estan relacionades amb els resultats o amb el marc teòric	Estan relacionades amb els resultats i amb el marc teòric, però reiteren part dels resultats	Estan relacionades amb els resultats i amb el marc teòric, sense repetir-ne els resultats

Bibliografia	Més del 25% de les referències no estan en format APA, o no són indexades o són menys de 20 referències	Entre 20 i 29 referències en format APA, de fonts indexades, entre un 16% i un 25% amb errors en APA	30 o més referències en format APA, de fonts indexades, entre un 6% i un 15% amb errors en APA	30 o més referències en format APA, de fonts indexades, amb un màxim d'un 5% amb errors a APA
Estructura	Manca al tres o més apartats de l'estructura acadèmica: Portada, Resum, Introducció, Marc Teòric, Metodologia, Resultats, Conclusions, Bibliografia (o estan desordenats)	Manquen almenys dos apartats de l'estructura acadèmica: Portada, Resum, Introducció, Marc Teòric, Metodologia, Resultats, Conclusions, Bibliografia	Manca un apartat de l'estructura acadèmica: Portada, Resum, Introducció, Marc Teòric, Metodologia, Resultats, Conclusions, Bibliografia	Estructura acadèmica: Portada, Resum, Introducció, Marc Teòric, Metodologia, Resultats, Conclusions, Bibliografia
Maquetació	Maquetació amb tres o més errors (p. e., marges, espais en blanc, espaiats, taules mal maquetades, etc.)	Maquetació amb dos errors (p. e., marges, espais en blanc, espaiats, taules mal maquetades, etc.)	Maquetació gairebé perfecta, encara que amb un error (p. e., marges, espais en blanc, espaiats, taules mal maquetades, etc.)	Maquetació perfecta sense espais en blanc després de figures, taules amb espaiat senzill i sense tallar, amb salts de pàgina abans d'apartat nou, justificació de marges i amb el mateix tipus de lletra a tot el TFG

Cada ítem de la rúbrica s'avalua amb una xifra entre la mínima que li correspon en funció de la seva valoració en funció dels paràmetres que compleixi i la mínima de la columna següent:

Ítem	Suspens	Aprovat	Notable	Excel·lent
Portada (0,25 punts)	0,00	0,10	0,15	0,25
Resumen (0,75 punts)	0,00	0,30	0,45	0,75
Introducció (0,50 punts)	0,00	0,30	0,40	0,50
Marc teòric (1,50 punts)	0,00	0,50	1,00	1,50
Metodologia (1,50 punts)	0,00	0,65	1,30	1,50
Resultats (2 punts)	0,00	1,25	1,60	2,00
Conclusions (1 punt)	0,00	0,60	0,75	1,00
Bibliografia (1 punt)	0,00	0,50	0,75	1,00
Estructura (0,50 punts)	0,00	0,20	0,35	0,50
Maquetació (1 punt)	0,00	0,60	0,75	1,00

La **nota de la defensa oral (30% de la nota final)** es determinarà utilitzant la **rúbrica** següent per **avaluar cada ítem** en funció dels paràmetres que compleixi (si un ítem es considera suspens el seu valor serà zero):

Ítem	Aprovat	Notable	Excel·lent
Valoració del nivell d'enteniment del tema	1,00	2,00	3,00
Postura corporal i contacte visual	0,25	0,50	1,00
Capacitat de comunicació i d'interessar l'auditori	0,50	1,00	2,00
Durada de la presentació	0,25	0,50	1,00
Material de suport de la presentació (contingut)	0,25	0,75	1,50
Material de suport de la presentació (aspectes formals)	0,25	0,75	1,50

La **nota de les competències (20% de la nota final)** es determinarà com a **mitjana aritmètica** de la valoració entre 0 i 10 punts **de cadascuna de les competències** que són aplicables a l'assignatura de TFG.

La **nota del treball escrit Business Plan (50% de la nota final)** es determinarà utilitzant la **rúbrica** següent per **avaluar cada ítem** en funció dels paràmetres que compleixi:

- **Portada**
- **Resum i paraules clau**
- Índex
- Índex de taules/figures
- Introducció
- Marc teòric (revisió de literatura científica)
- Anàlisi de l'entorn extern (5 Forces de Porter)
- Estudi de mercat
- Anàlisi del microentorn
- Metodologia (treball de camp optatiu)
- Resultats (optatiu)
- Públic
- Màrqueting mix
- Posicionament i imatge corporativa
- Competència
- DAFO
- *Briefing* del client
- Pla Comunicació i de Màrqueting
- Pla de negoci
- Conclusions
- Bibliografia

Ítem	Suspens	Aprovat	Notable	Excel·lent
Portada	Portada no oficial	Portada oficial amb errors de color i tipus de lletra	Portada oficial amb errors de color o de tipus de lletra	Portada oficial sense errors de format, color o tipus de lletra
Resumen	No té forma de resum IOMRC. Més d'un paràgraf	Resum acadèmic IOMRC amb manca de dos o més apartats	Resum acadèmic IOMRC amb manca d'un apartat o dividit en paràgrafs	Resum acadèmic IOMRC. Un sol paràgraf
Introducció	No té paràgraf d'objectius ni de paràgraf d'estructura	No té paràgraf d'objectius o paràgraf d'estructura	Li manca paràgraf d'estructura, però té paràgraf contextual i/o justificació i paràgraf d'objectius	Paràgraf contextual i/o justificació, paràgraf d'objectius, paràgraf d'estructura
Marc teòric	Més de 5 errors a APA. Més de 5 frases sense citar. Menys del 50% de les fonts són indexades	Té entre 2 i 5 errors a APA. Té entre 2 i 5 frases sense citar. Entre el 50% i el 75% són cites indexades	Té fins a 2 errors en APA. Té fins i tot 2 frases sense citar. Entre el 76% i el 90% són cites indexades	No té errors en APA. No té frases sense citar. Entre el 91% i el 100% són cites indexades
Anàlisi de l'entorn extern, estudi de mercat, microentorn	No aporta dades analítiques rellevants sobre entorn o mercat	Aporta dades analítiques rellevants sobre entorn o mercat, però amb alguns errors fonamentals	Aporta dades analítiques rellevants sobre entorn o mercat, però amb alguns errors	Aporta dades analítiques rellevants sobre entorn o mercat, sense errors

Metodologia	No refereix cap eina utilitzada en la investigació. Enquesta ($n < 150$) i/o entrevistes ($n < 5$)	Fa referència a algunes eines d'anàlisi quantitativa i/o qualitativa sense aprofundir. Enquesta ($150 = o < n < 200$) i/o entrevistes ($5 < n < 7$)	Refereix algunes eines d'anàlisi quantitativa i/o qualitativa en profunditat. Enquesta ($200 = o < n < 250$) i/o entrevistes ($8 < n < 10$)	Refereix totes les eines d'anàlisi quantitativa i/o qualitativa en profunditat. Enquesta ($n = o > 250$) i/o entrevistes ($n > 11$)
Resultats, Públic, Màrqueting mix, Posicionament i imatge corporativa	No aporta resultats o les eines utilitzades tenen errors fonamentals de disseny	Aporta resultats descriptius, però no bivariats o les eines utilitzades tenen errors fonamentals de disseny	Aporta resultats descriptius i bivariats, però les eines utilitzades tenen algun error de disseny	Aporta resultats descriptius i bivariats. Les eines utilitzades no tenen errors de disseny
Competència, DAFO, Briefing del client, Pla Comunicació i de Màrqueting, Pla de negoci	No aporta dades i plans rellevants o les eines utilitzades tenen errors fonamentals de disseny	Aporta dades i plans descriptius, o alguna eina té errors fonamentals	Aporta dades i plans rellevants, però les eines utilitzades tenen algun error	Aporta dades i plans rellevants. Les eines utilitzades no tenen errors
Conclusions	No estan relacionades ni amb els resultats ni amb el marc teòric	Estan relacionades amb els resultats o amb el marc teòric	Estan relacionades amb els resultats i amb el marc teòric, però reiteren part dels resultats	Estan relacionades amb els resultats i amb el marc teòric, sense repetir-ne els resultats
Bibliografia	Més del 25% de les referències no estan en format APA, o no són indexades o són menys de 20 referències	Entre 20 i 29 referències en format APA, de fonts indexades, entre un 16% i un 25% amb errors en APA	30 o més referències en format APA, de fonts indexades, entre un 6% i un 15% amb errors en APA	30 o més referències en format APA, de fonts indexades, amb un màxim d'un 5% amb errors a APA
Estructura	Manca al tres o més apartats de l'estructura acadèmica: Portada, Resum, Introducció, Marc Teòric, Metodologia, Resultats, Conclusions, Bibliografia (o estan desordenats)	Manquen almenys dos apartats de l'estructura acadèmica: Portada, Resum, Introducció, Marc Teòric, Metodologia, Resultats, Conclusions, Bibliografia	Manca un apartat de l'estructura acadèmica: Portada, Resum, Introducció, Marc Teòric, Metodologia, Resultats, Conclusions, Bibliografia	Estructura acadèmica: Portada, Resum, Introducció, Marc Teòric, Metodologia, Resultats, Conclusions, Bibliografia
Maquetació	Maquetació amb tres o més errors (p.e., marges, espais en blanc, espaiats, taules mal maquetades, etc.)	Maquetació amb dos errors (p.e., marges, espais en blanc, espaiats, taules mal maquetades, etc.)	Maquetació gairebé perfecta, encara que amb un error (p.e., marges, espais en blanc, espaiats, taules mal maquetades, etc.)	Maquetació perfecta sense espais en blanc després de figures, taules amb espaiat senzill i sense tallar, amb salts de pàgina abans d'apartat nou, justificació de marges i amb el mateix tipus de lletra a tot el TFG

Cada **ítem de la rúbrica** s'avalua amb una xifra entre la mínima que li correspon en funció de la seva valoració en funció dels paràmetres que compleixi i la mínima de la columna següent:

Ítem	Suspens	Aprobat	Notable	Excel·lent
Portada (0,25 punts)	0,00	0,10	0,15	0,25
Resumen (0,75 punts)	0,00	0,30	0,45	0,75
Introducció (0,5 punts)	0,00	0,30	0,40	0,50
Marc teòric (1 punt)	0,00	0,40	0,90	1,00
Anàlisi del entorn (0,5 punts)	0,00	0,20	0,30	0,50
Metodologia (1 punt)	0,00	0,60	0,75	1,00
Resultats (1,5 punts)	0,00	0,60	1,20	1,50
Competència (1 punt)	0,00	0,60	0,75	1,00
Conclusions (1 punt)	0,00	0,60	0,75	1,00
Bibliografia (1 punts)	0,00	0,50	0,75	1,00
Estructura (0,50 punts)	0,00	0,20	0,35	0,50

Maquetació (1 punt)	0,00	0,60	0,75	1,00
----------------------------	------	------	------	------

La **nota de la defensa oral (30% de la nota final)** es determinarà utilitzant la **rúbrica** següent per **avaluar cada ítem** en funció dels paràmetres que compleixi (si un ítem es considera suspens el seu valor serà zero):

Ítem	Aprovat	Notable	Excel·lent
Valoració del nivell d'enteniment del tema	1,00	2,00	3,00
Postura corporal i contacte visual	0,25	0,50	1,00
Capacitat de comunicació i d'interessar l'auditori	0,50	1,00	2,00
Durada de la presentació	0,25	0,50	1,00
Material de suport de la presentació (contingut)	0,25	0,75	1,50
Material de suport de la presentació (aspectes formals)	0,25	0,75	1,50

La **nota de les competències (20% de la nota final)** es determinarà com a **mitjana aritmètica** de la valoració entre 0 i 10 punts **de cadascuna de les competències** que són aplicables a l'assignatura de TFG.

Segons la normativa de la Universitat de Girona (UdG), si un estudiant no es presenta a la defensa pública del seu TFG, havent-ho dipositat, la qualificació assignada a l'acta és de "No Presentat". Com a conseqüència d'això es produeix l'esgotament de convocatòria per a aquest curs acadèmic i l'estudiant haurà de matricular l'assignatura el curs següent.