

Asignatura

Nombre Asignatura	Trabajo Fin de Grado
Código	100322052
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2022)
Carácter	PROYECTO FIN DE CARRERA
Curso	4

Datos Generales

➤ PROFESORADO

1. Luis Gutiérrez de Cabiedes.
2. José Antonio Irisarri.
3. María Eulalia Baldrich.
4. Miguel Ángel Martín.
5. Alicia Trelles.
6. Patricia Lafuente.
7. Mariam Vizcaino.
8. Víctor Uclés.
9. Alberto Fijo
10. Mencía de Garcillán

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

Se requiere haber aprobado las asignaturas básicas del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. El TFG se podrá presentar matriculado en cuarto curso con antelación a la recepción de las calificaciones de la convocatoria ordinaria del curso. En caso de superar el TFG y no haber superado todas las asignaturas del grado en esa convocatoria, se conservará la calificación del TFG durante un periodo de un curso.

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Aplicar el conocimiento teórico adquirido en el grado expresado en un proyecto acerca de uno de los siguientes campos:

1. -Teoría y Estructura de la Comunicación Publicitaria.
2. -Planificación y Gestión de la Comunicación Publicitaria.
3. - Creatividad y Producción de la Comunicación Publicitaria.
4. - Relaciones Públicas y Gestión de Intangibles.

➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

Aplicar el conocimiento práctico adquirido en el grado expresado en un proyecto acerca de uno de los siguientes campos:

1. -Teoría y Estructura de la Comunicación Publicitaria.

2. -Planificación y Gestión de la Comunicación Publicitaria.
3. - Creatividad y Producción de la Comunicación Publicitaria.
4. - Relaciones Públicas y Gestión de Intangibles.

➤ **COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

CG1 - Valorar la historia y evolución de la publicidad y las relaciones públicas a través de sus soportes y propuestas estéticas, artísticas e industriales, además de su relevancia social y cultural a lo largo del tiempo.

CG2 Entender la estructura de los medios publicitarios y de las relaciones públicas: sus características, tipologías y problemáticas.

CG3 - Comprender los procesos de relación entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas.

CG4 - Analizar los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación publicitaria.

CG5 Comprender los medios de comunicación social tradicionales y el nuevo ecosistema digital como referente para el desarrollo de la comunicación social persuasiva.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE16 - Redactar y exponer un trabajo o proyecto original, demostrando conocer las bases para el

análisis y la gestión de la publicidad y de las relaciones públicas adquiridos en las materias del Grado.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

La materia del Trabajo Fin de Grado es, de acuerdo con el Real Decreto 1393/2007, obligatoria. Se concibe como un proyecto en el que los estudiantes emplean y demuestran la adquisición de gran parte de las competencias asociadas a la titulación. Tiene como finalidad la acreditación de que el estudiante ha adquirido los conocimientos y competencias asociados al título.

El Trabajo de Fin de Grado será eminentemente práctico atendiendo a las cuatro grandes áreas en las que se engloba el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas:

1. -Teoría y Estructura de la Comunicación Publicitaria.
2. -Planificación y Gestión de la Comunicación Publicitaria.
3. - Creatividad y Producción de la Comunicación Publicitaria.
4. - Relaciones Públicas y Gestión de Intangibles.

El Trabajo de Fin de Grado deberá ser defendido, en una exposición oral, durante un máximo de 15 minutos, ante un Tribunal formado por dos o tres miembros pertenecientes a los grados de Comunicación que impartan docencia en el Grado, distintos del profesor tutor que haya dirigido el trabajo o por profesionales del sector. El Tribunal valorará el conocimiento adquirido por el alumno

a lo largo de sus estudios, y si está capacitado en el uso y aplicación de los recursos teóricos, técnicos y tecnológicos que se han proporcionado a lo largo del Grado.

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

Af1 Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante. *Nº HOR:* 30 % *PRES:* 100 %

Af4 Tutorías (individuales o grupales): reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc. *Nº HOR:* 20 % *PRES:* 100%

Af5 Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc. *Nº HOR:* 100% *PRES:* 0%

➤ **CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN**

1. Valoración por parte del tutor de la calidad de la memoria del TFG elaborada por el estudiante: **40%**.
2. Valoración por parte del tutor del esfuerzo e implicación del estudiante en el proceso de realización de la memoria del TFG. Informe del tutor de TFG: **20%**
3. Valoración por parte del tribunal de la memoria del TFG elaborada por el estudiante y la defensa del TFG. Calidad de la presentación y defensa ante el tribunal **40%**

La presentación ante el tribunal tendrá una duración máxima de 15 minutos. Se podrán emplear métodos audiovisuales que apoyen la exposición. Se valorará la parte expositiva así como las respuestas a las observaciones de los miembros del tribunal según la rúbrica que los alumnos tendrán a su disposición.

➤ **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

CALLEJO GALLEGO, J. y VIEDMA ROJAS, A. (2005) Proyectos y estrategias de investigación social: la perspectiva de la intervención, Madrid, Mc Graw Hill.

DELGADO, JM y GUTIÉRREZ J. (coord.) (1995) Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales, Madrid, Síntesis.

GARCÍA FERRANDO, M., IBÁÑEZ J. y ALVIRA, F. (coord.) (2003) El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación, Madrid, Alianza Universidad. RUBIO

MARTÍN, MJ y VARAS, J. (2004) El análisis de la realidad en la intervención social. Métodos y técnicas de investigación social, Madrid, CCS.

VALLEJOS, A., ORTÍ M. y AGUDO, Y. (2007) Métodos y Técnicas de investigación social, Madrid, Ed. Universitaria Ramón Areces.a

➤ HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

Los profesores tutores mantendrán un mínimo de tres entrevistas con cada alumno previas a las entregas parciales del TFG fijadas en el calendario de la Universidad Villanueva. Es responsabilidad del alumno solicitar la entrevista al profesor según su horario de atención de alumnos. El profesor tutor podrá conceder más entrevistas en cada periodo a solicitud del alumno para

Convocatoria Ordinaria:

Depósito: del lunes 26 de mayo al jueves 29 de mayo de 2025.

Defensas: del lunes 2 de junio al viernes 6 de junio de 2025.

Convocatoria Extraordinaria:

Depósito: del lunes 16 de junio al jueves 19 de junio de 2025.

Defensas: del jueves 26 al lunes 30 de junio de 2025.

Convocatoria Fin de Carrera Ordinaria de TFG:

Depósito: jueves 19 y viernes 20 de diciembre de 2024.

Defensas: jueves 16 y viernes 17 de enero de 2025.

Convocatoria Fin de Carrera Extraordinaria de TFG:

Depósito: miércoles 18 y jueves 19 de junio de 2025.

Defensas: jueves 26 y viernes 27 de junio de 2025.

➤ PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE

16 de octubre de 2024