



Trabajo fin de
grado/Final Degree
Project

Grado en Publicidad y
Relaciones Públicas
2024-25



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Trabajo Fin de Grado/ Final Degree Project

Titulación: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Carácter: Trabajo fin de grado

Idioma: Español / inglés

Modalidad: Presencial

Curso Académico: 2024-25

Créditos: 12

Curso: 4º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. Juana Rubio Romero. Dependiendo de la temática del TFG elegida por el alumno, lo tutorizará un profesor del claustro, teniendo también la oportunidad de ser tutorizado por profesionales de relevancia en dicho sector/temática.

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. Competencias¹

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.

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.

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.

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

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

Demostrar la capacidad de presentar y defender un proyecto propio.

Aplicar las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo.

¹ La Facultad Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija aprobó en Junta de Facultad de fecha 4 de julio de 2013 unificar los criterios de evaluación y la redacción -que no naturaleza y objetivos- de las competencias en aquellas asignaturas compartidas entre distintos programas. Con ello, la Facultad de Comunicación y Artes pretende mejorar la coordinación horizontal en los programas de grado y homogeneizar las características de las materias y requisitos solicitados al alumno

1.2. Resultados de aprendizaje

Síntesis y aplicación de los conocimientos adquiridos durante el grado, mediante el estudio en un área concreta de la actividad profesional y académica.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

La lectura y defensa del Trabajo de Fin de Grado se realizará una vez aprobadas el resto de materias del plan de estudios.

2.2. Breve descripción de los contenidos

Ejercicio original a realizar individualmente y presentar y defender ante un tribunal académico, consistente en un proyecto en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas de naturaleza profesional en el que se sintetizan e integran las competencias adquiridas en las enseñanzas.

Original activity to be made, presented and defended consisting of a project concerning the communicative field, professional or academic nature, in which the acquired competences are synthesized and integrated.

2.3. Contenido detallado

La realización del Trabajo de Fin de Grado se regirá por la normativa vigente al respecto disponible en el portal del alumnado

2.4. Actividades formativas

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	90	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	150	0%
AF3	Tutorías	30	50%
AF4	Evaluación	30	100%
		300	

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación²

- Trabajo individual: 80%. Se valorarán aspectos tales como la redacción, congruencia entre el título y la propuesta. El alcance y coherencia de los objetivos planteados con el resto del trabajo. La creatividad, aportación y originalidad del mismo.
- Exposición y defensa oral ante Tribunal: 20%. Se valorarán aspectos tales como la expresión oral y claridad expositiva. Los soportes utilizados y el atractivo visual de la presentación. La contestación a las preguntas del Tribunal.

Cada curso tendrá dos plazos de defensa cuyas fechas serán establecidas por el Departamento. Con carácter general, dichos plazos se ubicarán en los meses de junio-julio y septiembre. El estudiante podrá solicitar, por motivos de causa mayor, adelanto de convocatoria al Departamento, que decidirá al respecto y establecerá la fecha de la defensa (con carácter general se celebrará durante el mes de febrero).

Para la defensa en cualquiera de estos plazos deben respetarse los tiempos de entrega previos establecidos por el Departamento; plazos que estarán publicados en el Campus Virtual.

4. BIBLIOGRAFÍA

Los alumnos deben consultar las instrucciones al respecto publicadas en el portal del alumnado, donde se especifica tanto la normativa vigente universitaria y la publicada en el campus virtual donde se publican las normas específicas para el TFG en Publicidad y Relaciones Públicas.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Juana Rubio Romero
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctora en Filosofía. Acreditada por ANECA
Correo electrónico	jrubio@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Doctora en Filosofía por la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y Licenciada en Filosofía y Letras (Sección Psicología), por la UCM.</p> <p>Acreditada como Profesora Contratada Doctora y Profesora Doctora de Universidad Privada.</p> <p>Está vinculada desde 1996 a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nebrija, donde desempeña labores de docencia (profesora de Teoría de la Comunicación y de Métodos de Investigación), de investigación (IP del Grupo Nebrija de Investigación en Comunicación – INNECOM) y de gestión.</p> <p>Cuenta con una dilatada experiencia profesional en el campo de la investigación social y de mercados, donde ha trabajado para los principales Institutos de Investigación, agencias de publicidad y para clientes directos.</p> <p>Ha sido Directora-Coordinadora del curso CIM (Curso de Investigación en Marketing) organizado por la asociación AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado y Opinión) entre 2002–2008, y profesora conferenciante en el IEDE (Instituto Europeo de Design Madrid) y en el TEC de Monterrey (Campus Puebla, México)</p> <p>Sus últimas publicaciones científicas han sido en revistas de impacto del área de Ciencias Sociales y sobre temas relacionados con los jóvenes y las redes sociales. La última: Rubio, J. y Perlado, M. (2017). Snapchat o el impacto del contenido efímero. <i>Telos</i> 107, 82-92.</p> <p>En relación a la asignatura y a las competencias profesionales del área ha dirigido hasta el momento 3 Tesis Doctorales y participado en numerosos Tribunales de Defensa.</p>
---	--