



Trabajo Fin de
Máster

Máster Universitario
en Dirección de
Publicidad Integrada
2026-27



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Trabajo Fin de Máster

Titulación: Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada

Curso Académico: 2026-27

Carácter: Obligatorio

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 8

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. Virginia Navarro

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias generales

- Aplicar las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo.

Competencias específicas

- Saber planificar, defender e implementar una campaña de publicidad integrada.

1.2. Resultados de aprendizaje

Síntesis y aplicación de los conocimientos adquiridos durante el máster, mediante la elaboración y presentación de una campaña de publicidad integrada.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Haber cursado todas las asignaturas.

2.2. Descripción de los contenidos

El estudiante debe realizar un ejercicio original a realizar individualmente (o formando parte de un grupo en el caso de presentar una campaña completa) y defender ante un tribunal académico, consistente en la elaboración e implementación de una campaña de publicidad integrada en la que se sintetizen e integren las competencias adquiridas en el máster.

2.3. Actividades formativas

Trabajo personal del alumno: 180h (90%). Todas las competencias de la materia.

Tutorías y evaluación: 20 h (10%). Se realizarán tutorías individuales y conjuntas donde se supervisarán los trabajos que se estén llevando a cabo en la asignatura y se esclarecerán contenidos y competencias que sea necesario. Todas las competencias de la materia.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente 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)

3.2. Criterios de evaluación

Según los acuerdos tomados en la I Comisión de Garantía de Calidad del curso 2023/24 de la Facultad de Comunicación y Artes, atendiendo al RD90/2021 y la nueva normativa de la Universidad Nebrija que entra en vigor en el curso 2023/24, se dispone que los estudiantes de máster pueden defender el Trabajo Fin de Máster con hasta 12 ECTS suspensos.

Convocatoria Ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo	80%
Exposición y defensa oral ante Tribunal	20%
Examen final o trabajo final presencial	50%

El Trabajo Final de Máster podrá ser evaluado por un tribunal formado por profesores de la facultad y por profesionales de reconocido prestigio.

Convocatoria Extraordinaria

En caso de que el Tribunal juzgue que el trabajo no alcanza un nivel de calidad y adecuación a los condicionantes de partida, digno de ser evaluado con un 5, el alumno tiene un plazo de tres meses para presentar un nuevo trabajo que corrija las deficiencias observadas en el anterior.

3.3. Advertencias sobre plagios

La Facultad de Comunicación y Artes no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. En caso de detectarse este tipo de prácticas la sanción consistirá en el suspenso de la asignatura en la convocatoria correspondiente.

3.4. Uso de IA

La adopción de herramientas de IA debe basarse en un enfoque transparente, responsable, ético y seguro, que fomente el desarrollo de competencias digitales en el estudiantado:

- El profesor incluirá en cada actividad formativa que lo precise, si se contempla el uso de IA Generativa, con qué objetivo y los requisitos de aplicación de esta.
- Es responsabilidad del estudiante mostrar una conducta transparente, ética y responsable con el uso de IA Generativa, y adaptarse a los criterios de aplicación y evaluación dictados por el profesor en cada actividad.

La detección de cualquier conducta fraudulenta con respecto al uso de IA Generativa, no atendiendo a las indicaciones del profesorado, aplicará las sanciones previstas en el Reglamento Disciplinario.

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 del Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Virginia Navarro
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Ciencias de la Información
Correo electrónico	vnavarro@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con la profesora previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (2015) Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (UCM, 1991). Desde 1992 ha desarrollado su actividad profesional como Consultora especialista en Procesos de Influencia, colaborando en Programas de Comunicación Corporativa con entidades como Ministerio de Defensa (ISFAS), Instituto de Empresa, Ilustre Colegio de Abogados de Madrid, Visa Citibank España, American Express, Cepsa, NH Hoteles, Unión Fenosa, Laboratorios Wyeth, Morgan Stanley, Antena 3, Iberia, Grupo Cortefiel, Sage, DHL, Crédito y Caución, Junta de Extremadura, Grupo RCH, IYCSA, Centro de Ensayos Innovación y Servicios, S.L. (C.E.I.S)... En docencia académica imparte diferentes asignaturas en grados y postgrados universitarios, (Universidad Nebrija y UCM) y ciclos técnicos superiores (Cámara de Comercio de Madrid) Directora del Máster Universitario en Marketing y Publicidad Digital INTAKE de la Universidad Nebrija Labor investigadora en Comunicación de Crisis, con publicaciones como "La incidencia de las campañas electorales en la construcción de la imagen de los hospitales. Las crisis en los hospitales madrileños." (UCM, 2015) Directora de Comunicación, Marketing y Recursos Humanos en Security World Wide, S.L.: Diseño, organización y ejecución de las estrategias comerciales y de promoción de los espacios dedicados a organización de eventos y espacios de ventas temporales.