



Trabajo Fin de Máster

Máster Universitario en
Marketing y Publicidad
Digital
2025-26

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Trabajo Fin de Máster

Titulación: Máster Universitario en Marketing y Publicidad Digital

Curso académico: 2025-26

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: A distancia

Créditos: 10

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. Tania Brandariz Portela

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias generales:

- Deberá verificar la adquisición por el estudiante de las competencias generales y específicas del programa.
- Aplicar en la práctica los conocimientos adquiridos en el programa durante el desarrollo de la actividad profesional.

Competencias específicas:

- Poseer, comprender y saber aplicar los conceptos y técnicas fundamentales y avanzadas de la investigación social de la comunicación, tanto desde una perspectiva científica como desde su aplicación a proyectos de ámbito empresarial.
- Saber planificar e implementar un plan integral de comunicación digital.
- Saber comunicar y presentar los temas relativos a sus áreas específicas de conocimiento en entornos profesionales, académicos, científicos y ante la sociedad en general.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Su lectura y defensa se realizará una vez aprobadas el resto de materias del Plan de Estudios.

2.2. Descripción de los contenidos

Ejercicio original a realizar individualmente y presentar y defender ante un tribunal universitario, consistente en un proyecto de naturaleza profesional dentro del ámbito del marketing y la publicidad digital, en el que se sinteticen e integren las competencias adquiridas en las enseñanzas.

2.3. Actividades Formativas

- Trabajo personal del alumno: 9 ECTS. (90%) Todas las competencias de la materia.
- Tutorías y evaluación: 1 ECTS (10%) 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)

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 evaluación

- Trabajo individual: 80%
- Exposición y defensa oral ante Tribunal: 20%

3.3. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija 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. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

Nota:

Según el acuerdo tomado en la Junta Extraordinaria de la Facultad de Comunicación y Artes, el 15/09/2023, se actualiza la normativa de TFG/TFM implantada por la Universidad Nebrija en el curso 2023/2024 y siguientes, y se incluye esta indicación en las guías docentes pertinentes hasta la modificación del programa: <https://www.nebrija.com/carreras-universitarias/pdf/procedimiento-tfg-tfm.pdf>

4. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Tania Brandariz Portela
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Periodismo
Correo electrónico	tbrandariz@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
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Doctora en Periodismo y Máster Universitario en Estudios Avanzados en Comunicación Política por la Universidad Complutense de Madrid. Su trayectoria académica e investigadora se ha centrado en el análisis crítico de los discursos políticos y mediáticos contemporáneos. Su Tesis Doctoral se enfocó en el estudio de la interrelación entre el movimiento feminista, el campo mediático y el político, examinando cómo se interrelacionan en el marco de las democracias. A lo largo de su carrera, ha publicado diversos artículos científicos y capítulos de libro en editoriales y revistas de reconocido prestigio, en los que aborda temas como los marcos de interpretación del feminismo y el antifeminismo y la construcción mediática de la igualdad de género. Su investigación incluye además el estudio del papel de los <i>influencers</i> en contextos de creciente mediatización, así como el impacto de estos actores en la configuración del debate público. Su labor investigadora se complementa con la participación activa en congresos nacionales e internacionales, proyectos de investigación y actividades de transferencia del conocimiento.