



GRADO EN PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING

GUÍA DOCENTE

Curso 2023-24

Materia	Trabajo Fin de Grado					
Asignatura	Trabajo Fin de Grado					
Datos de la Asignatura	Código	Tipo	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA
	366148	TR	12	7 y 8	100%	Catalán / Castellano

Este plan docente es susceptible de ser modificado por causa de fuerza mayor o sobrevenida.

Contenido de la Asignatura

1. ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA.
2. PROGRAMACIÓN DEL TRABAJO Y SEGUIMIENTO.
3. INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.
4. REDACCIÓN DEL TRABAJO FINAL.
5. PREPARACIÓN DEL TRABAJO EXPOSITIVO.
6. DEFENSA ORAL ANTE EL TRIBUNAL.

Considerando la naturaleza integrativa del Trabajo de Fin de Grado, y la necesidad de evidenciar en él la totalidad de competencias y resultados del aprendizaje de la titulación, se contemplan en esta asignatura elementos elaborados en el semestre anterior.

El alumnado visualizará en el Moodle del TFG:

- La Campaña global realizada en grupo en el sexto semestre de la titulación y que comprende cinco asignaturas.
- También se tendrá acceso a las cinco propuestas adicionales para cada una de las materias que, a título individual, había realizado para el cliente (real) sobre el que se ha elaborado la investigación.

Cada estudiante seleccionará, según su criterio, una de sus cinco propuestas (Trabajo Individual) que ya en su momento fueron validadas. En ningún caso puede realizarse el TFG sobre una materia y/o propuesta no superada.

Si fuera conveniente, y de acuerdo con su tutor/a podrá reorientar y ampliar oportunamente si se considera necesario, manteniendo la esencia de la propuesta y de la materia.



INFORMACIÓN PARA TODAS LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS Y TUTORÍAS

SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (DERECHOS DE AUTOR)

SOBRE EL DERECHO AL HONOR, LA INTIMIDAD PERSONAL Y A LA PROPIA IMAGEN.

Se informa al alumnado y a toda la comunidad académica sobre la **captación, grabación y/o difusión de actividades en las que aparezcan personas físicas**, a fin de proteger su derecho al honor, a la intimidad personal y a la propia imagen y **contra el uso inadecuado de la propiedad intelectual (derechos de autor)**:

- **PROPIEDAD INTELECTUAL.**

Los **contenidos facilitados por el centro, así como aquellos preparados por el profesorado (incluidas explicaciones orales)** para el desarrollo de las sesiones lectivas **son objeto de propiedad intelectual** y, por tanto, no se pueden fotografiar, grabar, o distribuir sin el permiso de su autor/a, debiendo ajustarse el/la estudiante en su utilización, exclusivamente, a las finalidades de uso personal que académicamente le son propias.

- **DERECHO AL HONOR, INTIMIDAD PERSONAL Y A LA PROPIA IMAGEN DEL ALUMNADO, PROFESORADO Y PERSONAL DEL CENTRO.**

No está permitido captar, conservar o distribuir imágenes o grabaciones sin el consentimiento de las personas afectadas, ya sea durante las actividades lectivas o en las instalaciones del propio centro. La persona que capte, conserve o distribuya este contenido se convierte en el/la único/a responsable del uso ilícito o ilegítimo de estas imágenes o grabaciones.

Para el desarrollo de las evaluaciones y de la actividad educativa online se podrán habilitar videoconferencias y grabaciones, conforme a lo previsto en el artículo 6.1.c) y e) del Reglamento General de Protección de Datos.

La **imagen o voz del alumnado y profesorado emitida durante las actividades en línea constituye información personal**, en consecuencia, los/as estudiantes (o, en su caso, sus familiares, tutores legales o amistades) no deben grabarla para garantizar la seguridad y privacidad de los datos personales que contienen. La persona que capte, conserve o distribuya este contenido se convierte en el/la único/a responsable del uso inadecuado de la imagen o grabación, como puede ser la publicación o distribución de contenido audiovisual sin el consentimiento de las personas que figuren en el mismo.

De acuerdo con el Título IX de la LODP, la **difusión y publicación de contenido audiovisual sin consentimiento del/de la afectado/a puede ser objeto de una sanción económica por parte de la Agencia Española de Protección de datos, además de otras responsabilidades legalmente previstas.**

EVALUACIÓN

- La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante.
- La puntuación mínima para superar la asignatura es un 5.
- La matrícula de honor puede ser otorgada a partir de una calificación final de 10. El número de MH por curso está sujeto a la normativa vigente.
- Cualquier tipo de trabajo alternativo no tendrá efecto sobre la evaluación.

Estudiante y tutor/a acordarán los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** que se integrarán en el Trabajo de Fin de Grado.

Para el adecuado desarrollo de la evaluación, el/la estudiante

SE COMPROMETE:

- A la autoría de su Trabajo de Fin de Grado.
- Se aplicarán programas de prevención de plagio. La detección de esta infracción en un 20% o más del material comportará una calificación final de cero y puede dar paso a actuaciones disciplinarias por parte de la Escuela.
- A la corrección ortográfica, sintáctica y léxica del material presentado. Estos elementos forman parte intrínseca de la evaluación.
- A elaborar los contenidos de acuerdo con los criterios establecidos por el centro y/o el profesorado para cada uno de los elementos de evaluación.
- A realizar toda entrega en el formato estipulado por el centro y dentro del plazo establecido y exclusivamente a través del Moodle de la asignatura.
- A realizar todas las comunicaciones con el/la docente exclusivamente: *Vía Moodle*.



EVALUACIÓN CONTINUADA

ELEMENTO DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	CRITERIO	Valor ponderado
Contextualización metodológica y asignación de tutor/a	<p>SESIÓN GLOBAL COLECTIVA (DIRECCIÓN) Dirigida al alumnado matriculado/a en TFG para describir la metodología de la asignatura. Mes de septiembre.</p> <p>Es imprescindible formalizar la solicitud de asignación de tutor/a vía <i>Moodle</i>, exclusivamente en el período establecido.</p>		
	<p>2 SESIONES COLECTIVAS (TUTOR/A)</p> <p>Cada tutor/a convocará dos sesiones grupales para la totalidad de estudiantes a los que realizará el seguimiento del trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primera colectiva: Organización general del TFG y descripción del formato de tutorías. Mes de octubre. • Segunda colectiva: Consultas sobre el cierre y formato de entrega del TFG escrito y audiovisual. Finales de abril, primera quincena de mayo. 		
	<p>3 SESIONES INDIVIDUALES OBLIGATORIAS CON EL/LA TUTOR/A</p> <p>-El docente determinará si son presenciales o virtuales.</p> <p>- Cada docente tendrá establecidas una hora de atención para tutorías individuales.</p> <p>- Cada estudiante podrá reservar cita a través del <i>Moodle</i>. En caso de no asistir a la sesión, o no prepararla adecuadamente podrá penalizarse en la calificación final.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primera sesión: INTRODUCCIÓN Y PLANTEAMIENTO Desde la asignación de tutor/a hasta finales de diciembre. • Segunda sesión: PLAN DE ACCIÓN Entre enero y febrero • Tercera sesión: PRESUPUESTO Y CONCLUSIONES. Entre marzo y abril. <p>*En ningún caso las sesiones individuales se utilizarán para explicar aquello que se ha presentado en las sesiones colectivas.</p>	obligatorio	

El Trabajo de Fin de Grado consta de dos elementos:

1. DOC 1 TRABAJO ESCRITO; y
2. DOC 2 DOCUMENTO AUDIOVISUAL.

Para la evaluación de la asignatura es imprescindible seguir escrupulosamente todas las instrucciones descritas en el Plan Docente y resto de material informativo disponible en el Moodle.

Al alumno/a le corresponde la iniciativa del desarrollo de su trabajo escrito y será evaluado por capacidad de planificación. La figura del/la tutor/a es de acompañamiento.



FORMATO OBLIGATORIO DEL DOCUMENTO ESCRITO (DOC1)

- ❖ Portada (indicando Universidad, Escuela, titulación, año académico, nombre de la asignatura, del tutor/a y del estudiante).
- ❖ Tipografía: Calibri 11
- ❖ Interlineado: 1,5
- ❖ Formato de paginación: Página 1 de 1

Extensión del trabajo: entre 35-40 páginas (anexos aparte). No deberá superar los 16MB.

SUMARIO TRABAJO FIN DE GRADO (OBLIGATORIO) documento escrito

Introducción

1. Estado actual de la marca.
2. Situación de los tres principales competidores y últimas acciones o campañas llevadas a cabo (si tienen una imagen de marca o vínculo con un *influencer* indicar cuál).
3. Análisis actual del sector.
4. Conclusiones sobre la investigación.

Propuesta

5. Públicos de la marca.
6. DAFO de la marca.
7. Introducción a la campaña.
8. Objetivos.
9. Estrategia argumentada.
10. Propuesta de nombre campaña.
11. Desarrollo de las acciones a presentar.
12. Presupuesto real con pdfs de empresas/*influencers* o *celebrities*/ proveedoras.
13. Conclusiones sobre el proyecto.
14. Citar y justificar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que contempla el trabajo.
15. Bibliografía que aporte información sobre la actividad de la marca y su situación actual tanto financiera como empresarial.
16. Bibliografía que incluya artículos del sector en el que se vean las acciones o campañas llevadas a cabo por los competidores y por la propia marca.

ANEXOS *

Anexo 1. "Trabajo colectivo final_nombre del grupo", publicado en la tarea CAMPAÑAS GRUPAL del *Moodle* TFG.

Anexo 2. "Trabajo individual. Campañas_nombre y apellidos del/la estudiante", publicado en la tarea CAMPAÑAS INDIVIDUAL del *Moodle* TFG.

(si procede): **Anexos n.** "Título de la documentación que se adjunta".

(*) Tener en cuenta:

Los "Anexo 1" y "Anexo 2" debéis hacerlos constar en el Sumario, ya que hacen referencia a las campañas sobre las que se sustenta el Trabajo.

"Anexos n". Tantos como sean necesarios para hacer constar cualquier elemento relevante que documente o que avale los elementos destacados en el trabajo.

FORMATO OBLIGATORIO DEL DOCUMENTO AUDIOVISUAL

- ❖ Ajuste del tiempo: entre 3 y 6 minutos.
- ❖ Formato: MP4
- ❖ El/la alumna debe aparecer la mayor parte del tiempo en la grabación presentando su propuesta.
- ❖ Se valorará, entre otros ítems, la escenificación y adecuación del material utilizado. También, elementos de montaje y edición de interés.



Desarrollo del trabajo de fin de grado escrito (obligatorio) DOC 1	El/la estudiante elaborará el DOC1 a partir de los parámetros establecidos y citados en los apartados anteriores de SUMARIO y FORMATO.	RÚBRICA	El/la tutor/a propondrá una nota orientativa que el Tribunal considerará para la calificación final.
Elaboración de un documento audiovisual DOC 2	El/la estudiante elaborará el DOC2 a partir de los parámetros establecidos y citados en los apartados anteriores.	RÚBRICA	
Defensa del TFG	El Tribunal, constituido por tres miembros para la exposición y defensa del TFG, revisará los documentos presentados (DOC1 y DOC2). El Tribunal podrá convocar al/la estudiante para una nueva presentación con el fin que responda a las cuestiones que se planteen.	RÚBRICA	100%

EVALUACIÓN ÚNICA

Atendiendo las características del Trabajo de Fin de Grado NO SE CONTEMPLA ESTA OPCIÓN.

REVALUACIÓN

Finalizada la evaluación, los/as alumnos/as que no hayan superado la asignatura:

ELEMENTO DE REVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	CRITERIO	Valor ponderado
Trabajo: DOC 1 y DOC 2 (obligatorio)	El trabajo escrito y/o la pieza audiovisual suspendidas deben corregirse en los términos indicados por el tutor/a. ➤ Deberá hacerse una entrega conjunta obligatoria del DOC1 y el DOC 2 para acceder a la reevaluación.	RÚBRICA	El/la tutor/a propondrá una nota orientativa que el Tribunal considerará para la calificación final.
Defensa del TFG	El Tribunal, constituido por tres miembros para la exposición y defensa del TFG, revisará los documentos presentados (DOC1 y DOC2). El Tribunal podrá convocar al/la estudiante para una nueva presentación con el fin que responda a las cuestiones que se planteen.	RÚBRICA	100%



**Resultados de
Aprendizaje de la
Asignatura**

1. El/la estudiante será capaz de elaborar y presentar la Propuesta de TFG.
2. El/la estudiante conocerá la programación del Trabajo y su Seguimiento.
3. El/la estudiante dominará la Investigación y su Desarrollo.
4. El/la estudiante será capaz de elaborar la Redacción del Trabajo Final.
5. El/la estudiante desarrollará habilidades para la preparación del Trabajo Expositivo.
6. El/la estudiante dominará la Defensa oral ante el Tribunal.

**FUENTES DE
INFORMACIÓN
BÁSICA**

PARA TODAS LAS UNIDADES FORMATIVAS

Identificación y reflexión sobre los objetivos para el desarrollo sostenible ([ODS](#)).

<https://crai.ub.edu/es/categoria-de-recurs-de-formacio/elaboracio-de-treballstfg-tfm-o-pfe>

[Normativa reguladora de TFG aprobada por la Universidad de Barcelona. Instruccions per l'elaboració del TFG \(UB\).](#)

**Competencias
Básicas y Generales**

- | | |
|-----|---|
| CG2 | Que Los Estudiantes Sean Capaces De Articular Discursos Argumentativos Razonados Y De Plantear Análisis Críticos, A Partir De Los Datos Investigados. |
| CG3 | Que los estudiantes sean capaces de utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación como herramientas básicas y habituales de trabajo, y aprovechar todas sus potencialidades a la hora de desarrollar actividades propias de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing. |
| 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
Transversales**

- | | |
|-----|---|
| CT4 | Que Los Estudiantes Sean Capaces De Adaptarse A Los Cambios Conceptuales, Instrumentales Y Laborales A Partir De La Formación Recibida. |
| CT5 | Que Los Estudiantes Sean Capaces De Incorporarse Y De Adaptarse A Dinámicas Interdisciplinarias De Trabajo. |



**Competencias
Específicas**

CE1	Que los estudiantes sean capaces de emplear las bases teóricas de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing.
CE2	Que los estudiantes sean capaces de aplicar los procesos y procedimientos creativos de la publicidad con el fin de aplicarlos a la propuesta, desarrollo y presentación de productos comunicativos propios de las actividades profesionales del Grado.
CE3	Que los estudiantes sean capaces de manejar los instrumentos conceptuales y profesionales de la publicidad y las relaciones públicas para el ejercicio de los distintos ámbitos de la profesión.
CE4	Que los estudiantes sean capaces de aplicar la teoría del marketing en la implementación del plan de marketing y en el proceso de la comunicación de las marcas, las instituciones o las organizaciones.
CE5	Que los estudiantes sean capaces de planificar los medios de comunicación como canal para la transmisión de mensajes a los distintos públicos objetivos para realizar los planes de medios de forma eficiente y eficaz.
CE6	Que los estudiantes sean capaces de elaborar y aplicar una estrategia de comunicación que le permita organizar todo el proceso que va desde los objetivos de comunicación y la aplicación de dichos objetivos en una campaña de publicidad y/o relaciones públicas.
CE7	Que los estudiantes sean capaces de valerse de los procesos, los perfiles y las estructuras de las empresas anunciantes, los medios de comunicación y las agencias de publicidad y de relaciones públicas para desarrollar su labor profesional.
CE8	Que los estudiantes sean capaces de adaptarse a los entornos laborales de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing desde el conocimiento de los procesos de la profesión y a partir de las actitudes profesionales inherentes a los perfiles laborales propios del grado.
CE9	Que los estudiantes sean capaces de planear, organizar, desarrollar y defender un Trabajo Final de Grado relacionado con los ámbitos de la Publicidad, las Relaciones Públicas o el Marketing, atendiendo a las condiciones necesarias de rigor académico, y a partir de la integración de los conocimientos adquiridos a lo largo del Grado.
CE10	Que los estudiantes sean capaces de aplicar los enfoques y las metodologías propios de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing sobre los temas de estudio específicos de esta disciplina.
CE11	Que los estudiantes sean capaces de buscar, organizar y manejar documentación, tanto de fuentes primarias como secundarias, en los ámbitos propios de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.
CE12	Que los estudiantes sean capaces de manejar los fundamentos del lenguaje audiovisual con el fin de aplicarlos al análisis de cualquier producto audiovisual y a la construcción de productos audiovisuales publicitarios.



ESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUES

consorci
adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

**Actividades Formativas
de la Asignatura**

	HORAS	PORCENTAJE HORAS PRESENCIALES
TRABAJO FIN DE GRADO	300	30

**Sistema de Evaluación de
la Materia:**

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN	
	MIN	MAX
Planificación genérica según memoria verifica EVALUACIÓN DEL TRABAJO FIN DE GRADO	100.0	100.0