

centre
adscritESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUESUNIVERSITAT DE
BARCELONA

MÁSTER EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

GUÍA DOCENTE

Curso 2025-26

Materia	Trabajo Fin de Máster					
Asignatura	Trabajo Fin de Máster					
Datos de la Asignatura	Código 574512	Tipo TR	ECTS 6	SEMESTRE 2	ONLINE 100%	IDIOMA 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.

ÍNDICE Carácter obligatorio

- 1.- FASE DE INVESTIGACIÓN: ESTUDIO DESCRIPTIVO Y ANÁLISIS DE LA EMPRESA.
 - 1.1. SUJETO PROMOTOR:
 - 1.1.1. Nombre y personalidad jurídica (máximo 2 páginas)
 - 1.1.2. Breve resumen histórico con los datos más significativos (máximo 2 páginas)
 - 1.1.3. Política y objetivos de la organización.
 - 1.1.4. Estudio económico: Balance y cuenta de explotación.
 - 1.1.5. Organigrama.
 - 1.1.6. Sector de actividad económica: Estudio del sector y de la competencia.
 - 1.1.7. Otros aspectos relevantes.
 - 1.2. SUJETO EJECUTOR:
 - 1.2.1. Personalidad jurídica (máximo 2 páginas)
 - 1.2.2. Recursos humanos disponibles: Confección de un cuadro de doble entrada indicando la situación del personal en función de su formación.
 - 1.2.3. Recursos materiales.
 - 1.2.4. Otros aspectos relevantes.
 - 1.3. SUJETOS RECEPTORES:
 - 1.3.1. Nominalización de públicos y criterio para su clasificación como públicos internos o externos: Descripción de todos los públicos del sujeto promotor, indicando sus características más significativas.
 - 1.3.2. Análisis de sus modelos teóricos.: Comparación entre el mapa de públicos con un modelo académico o profesional.
- 2.- ORGANIZACIÓN DE LA CAMPAÑA DE RELACIONES PÚBLICAS
 - 2.1. CARACTERÍSTICAS DEL ENCARGO
 - 2.1.1. Informe previo: Descripción de la primera entrevista entre SP y SE (máximo 2 páginas)
 - 2.1.2. Objetivos de la campaña: Listado de metas que se quieren lograr. (máximo 1 página)
 - 2.1.3. Propuestas de acción:
Construcción de un cuadro de doble entrada que relacione en 4 columnas: actividad



centre
adscrit



propuesta, sujeto/s receptor/s, objetivo/s de campaña, objetivo/s de la organización.

2.2. PROGRAMACIÓN

2.2.1. Calendario panorámico de la/s propuesta/s.

Confección de un Diagrama de Gantt otorgando una barra para cada una de las acciones propuestas en el apartado anterior.

2.2.2. Programa de medios técnicos a emplear: selección, frecuencia, programación horaria...
Confección de un cuadro de doble entrada para cada acción propuesta para indicar el material, instrumentos, y medios necesarios por el correcto desarrollo de las fechas programadas.

2.2.3. Agenda de trabajo. Calendario de actividades.

Confección del Plan General de Operaciones y de los Planes Parciales correspondientes.

2.2.3.1. Detalle del tratamiento de los medios de comunicación social (*publicity*)

2.2.3.2. Detalle de la Publicidad (*advertising*)

3.- PRESUPUESTO

3.1. Previsión y control presupuestario

Hay que informarse en detalle de precios y tarifas reales de todo aquello necesario por el desarrollo de la campaña que se lleva a la práctica.

4.- EJECUCIÓN

4.1. Especificación de fases y/o etapas

Descripción del desarrollo previsto de la acción/campaña propuesta.

5.- EVALUACIÓN Y CONTROL

- Indicar los mecanismos de control previstos para evitar distorsiones temporales/materiales/económicas que pudieran producirse en el desarrollo de la campaña.
- Describir los elementos de evaluación previstos para determinar la corrección de la campaña.
- Se puede añadir una evaluación "a posteriori" del propio proyecto: cambios de tema y/o perspectiva, adecuación del grupo...

6. -CONCLUSIONES

7.- ANEXOS



centre
adscrit



ESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUES

UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Sistema de Evaluación específico de la asignatura

- 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 Máster.

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

SE COMPROMETE:

- A la autoría de su Trabajo de Fin de Máster.
 - El sujeto promotor sobre el que se realizará el TFM debe ser distinto de cualquiera sobre el que se haya trabajado en el resto de asignaturas de este Máster; y debe ser aprobado por la persona responsable de la tutoría académica.
 - 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.
 - El/la docente tiene potestad para requerir al alumnado la defensa oral de cualquier elemento de evaluación para superarlo (por ejemplo, en caso de sospecha de uso indebido de la IA).
- 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

Atendiendo las características de esta asignatura
NO SE CONTEMPLA LA OPCIÓN DE EVALUACIÓN ÚNICA

ELEMENTO DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	CRITERIO	Valor ponderado
	El/la alumno/a asistirá a las sesiones presenciales programadas por el centro.		
Contextualización metodológica y asignación de tutor/a	-A instancias del/la alumno /a y/o del/la docente se programarán un mínimo de 3 sesiones obligatorias de acompañamiento.	obligatorio	
Desarrollo del trabajo de fin de master escrito (obligatorio) DOC 1	<p>El/la estudiante elaborará su Trabajo de Final de Máster a partir de los parámetros establecidos y que implican la entrega de dos documentos (uno, escrito y el otro, audiovisual).</p> <p>El documento escrito seguirá obligatoriamente el índice establecido por el centro, así como los anexos 1 y 2 descritos en el descriptor de la asignatura. Adicionalmente, y a criterio del tutor/a se podrán incorporar anexos adicionales en función de las características del TFM.</p> <p>La figura del/la tutor/a es de acompañamiento.</p> <p>Al alumno/a le corresponde la iniciativa del desarrollo de su trabajo escrito y será evaluado por capacidad de planificación.</p>	RÚBRICA	80%
Defensa del TFM(1): Elaboración de un documento audiovisual DOC 2	<p>En una pieza de entre 3 y 6 minutos el estudiante presentará una grabación audiovisual en el formato establecido en la que realice una defensa oral de su TFM.</p> <p>➤ Ambos trabajos se entregarán simultáneamente en el formato y plazo establecido.</p>	RÚBRICA	
Defensa del TFM (2) Excelencia Académica Para trabajos que opten a una calificación igual o superior a 8.	<p>El Tribunal, constituido por tres miembros para la exposición y defensa del TFM, revisará todos los documentos presentados (escritos y audiovisuales).</p> <p>Podrá convocar al/la estudiante para una defensa presencial con el objetivo de evaluar y determinar la cualificación definitiva (superior, igual o inferior a la propuesta por el/la tutor/a).</p> <p>El tiempo destinado para la presentación oscilará entre 3 y 6 minutos como máximo.</p>	RÚBRICA	20%



**Sistema de Evaluación
específico de la
asignatura**

REVALUACIÓN

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

ELEMENTO DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	CRITERIO	Valor ponderado
Desarrollo del trabajo (obligatoria)	El trabajo escrito y/o la pieza audiovisual suspendidas pueden volverse a presentar, una vez efectuadas las correcciones indicadas por el/la tutor/a.	RÚBRICA	80%
Defensa del TFG (2) Excelencia Académica Para trabajos que opten a una calificación igual o superior a 8.	El Tribunal, constituido por tres miembros para la exposición y defensa del TFM, revisará todos los documentos presentados (escritos y audiovisuales). Podrá convocar al/la estudiante para una defensa presencial con el objetivo de evaluar y determinar la cualificación definitiva (superior, igual o inferior a la propuesta por el/la tutor/a). El tiempo destinado para la presentación oscilará entre 3 y 6 minutos como máximo.	RÚBRICA	20%

Resultados de Aprendizaje de la Asignatura

1. El/la estudiante será capaz de elaborar y presentar la Propuesta de TFM.
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](#)).

[Norma Reguladora de TFE de l'ESRP. Aprobada por la Universidad de Barcelona.](#)

[Instruccions per l'elaboració del TFM \(UB\).](#)

[Recursos CRAI UB. Elaboración TFM.](#)



Competencias Básicas y Generales	CG2	Aplicar un análisis sintético y argumentado en las tomas de decisiones profesionales.
	CG3	Valorar las concepciones éticas y deontológicas del ámbito profesional correspondiente en aras a construir un entorno relacional éticamente responsable y sostenible.
	CG4	Argumentar los métodos y modelos teóricos sobre los procesos de creación y de emprendeduría que les permitan formular, diseñar y gestionar proyectos, y de buscar e integrar nuevos conocimientos.
	CG6	Aplicar las habilidades comunicativas para el ejercicio de su actividad profesional.
	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
	CT1	Aplicar las tecnologías de la información y la comunicación en el desarrollo de los resultados de aprendizaje del Máster.
	CT2	Identificar los métodos y estrategias para integrarse adecuadamente en organizaciones respetando las culturas organizacionales del entorno y aportando ideas de mejora e innovación.
Competencias Transversales	CT3	Argumentar los planteamientos en una deontología profesional que incorpore el respeto por la igualdad de oportunidades de sexo y de género de las personas y la responsabilidad social de las organizaciones para diseñar soluciones.
	CT4	Evaluando los fundamentos teóricos y prácticos para valorar el impacto social y ambiental de sus decisiones y comprometerse en la defensa y promoción de la concepción sistémica de la sostenibilidad, así como la capacidad de evaluar las desigualdades por razón de sexo y género, para poder diseñar soluciones.
	CE1	Identificar las normas éticas y deontológicas en la dirección de comunicación y de RRPP, así como las políticas y estrategias para combatir las desigualdades por razón de sexo y de género, para diseñar soluciones.
	CE2	Aplicar los instrumentos propios del ámbito de la comunicación que permitan al estudiante asesorar en la gestión de la comunicación interna, externa y en las RRPP de todo tipo de organizaciones.
	CE3	Aplicar las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación en las organizaciones no lucrativas, en las instituciones públicas y en las empresas.
	CE4	Diseñar el plan de comunicación corporativa de una organización, concretando los objetivos en términos de identidad, imagen y reputación y adecuando la comunicación al modelo organizativo empresarial.
	CE5	Diseñar el presupuesto de un departamento de comunicación y RRPP considerando los distintos agentes intervenientes, para organizaciones vinculadas en una acción de comunicación
	CE6	Crear las estrategias para proporcionar nuevas ideas, enfoques e interpretaciones a problemas de la realidad en la Dirección de Comunicación y Estrategia en RRPP.



centre
adscrit



UNIVERSITAT DE BARCELONA

- | | |
|--|---|
| | CE7 Identificar los vínculos entre los diferentes sujetos de RRPP, así como promover nuevos o modificar los existentes. |
| | CE8 Diseñar el plan de RRPP de cualquier tipo de organización. |
| | CE9 Identificar las características específicas y diferenciales de los medios de comunicación y los <i>lobby</i> con el fin de interactuar productivamente con ellos. |

Actividades Formativas de la Asignatura

		HORAS	PORCENTAJE HORAS PRESENCIALES
	TRABAJO FIN DE GRADO	150	0 %

Sistema de Evaluación de la Materia:

Planificación genérica según memoria verificada

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN FINAL	
	MIN	MAX
EVALUACIÓN DEL TRABAJO FIN DE GRADO	100.0	100.0