



ESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUES

centre
adscriu



UNIVERSITAT 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



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 llevara 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



**Sistema de Evaluación
específico de la
asignatura**

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 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	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). 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. La figura del/la tutor/a es de acompañamiento. Al alumno/a le corresponde la iniciativa del desarrollo de su trabajo escrito y será evaluado por capacidad de planificación.	RÚBRICA	80%
Defensa del TFM(1): Elaboración de un documento audiovisual DOC 2	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. ➤ Ambos trabajos se entregarán simultáneamente en el formato y plazo establecido.	RÚBRICA	
Defensa del TFM (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%



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.](#)



ESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUES

centre
adscriu



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Competències Bàsiques y Generals

CG2	Aplicar un anàlisi sintètic i argumentat en les tomes de decisions professionals.
CG3	Valorar les concepcions ètiques i deontològiques del àmbit professional corresponent en aras a construir un entorn relacional èticament responsable i sostenible.
CG4	Argumentar els mètodes i models teòrics sobre els processos de creació i de empreudurà que les permetan formular, dissenyar i gestionar projectes, i de buscar e integrar nous coneixements.
CG6	Aplicar les habilitats comunicatives per a l'exercici de la seva activitat professional.
CB7	Que els estudiants sepan aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
CB8	Que els estudiants sepan integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació de la seva coneixements i judicis.

Competències Transversals

CT1	Aplicar les tecnologies de la informació i la comunicació en el desenvolupament dels resultats d'aprenentatge del Màster.
CT2	Identificar els mètodes i estratègies per integrar-se adequadament en organitzacions respectant les cultures organitzacionals del enton i aportant idees de millora i innovació.
CT3	Argumentar les plantejaments en una deontologia professional que incorpori el respecte per la igualtat d'oportunitats de sexe i de gènere de les persones i la responsabilitat social de les organitzacions per dissenyar solucions.
CT4	Evaluar els fonaments teòrics i pràctics per valorar l'impacte social i ambiental de les decisions i comprometre-se en la defensa i promoció de la concepció sistèmica de la sostenibilitat, así com la capacitat de avaluar les desigualtats per raó de sexe i gènere, per poder dissenyar solucions.

Competències Específiques

CE1	Identificar les normes ètiques i deontològiques en la direcció de comunicació i de RRPP, así com les polítiques i estratègies per combatre les desigualtats per raó de sexe i de gènere, per dissenyar solucions.
CE2	Aplicar els instruments propis del àmbit de la comunicació que permetin al estudiant assessorar en la gestió de la comunicació interna, externa i en les RRPP de tot tipus d'organitzacions.
CE3	Aplicar les tècniques d'investigació i anàlisi de la naturalesa i interrelacions entre els subjectes de la comunicació en les organitzacions no lucratives, en les institucions públiques i en les empreses.
CE4	Dissenyar el pla de comunicació corporativa d'una organització, concretant els objectius en termes d'identitat, imatge i reputació i adaptant la comunicació al model organitzatiu empresarial.
CE5	Dissenyar el pressupost d'un departament de comunicació i RRPP considerant els diferents agents intervinents, per organitzacions vinculades en una acció de comunicació
CE6	Crear les estratègies per proporcionar noves idees, enfocaments i interpretacions a problemes de la realitat en la Direcció de Comunicació i Estratègia en RRPP.



ESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUES

centre
adscriu



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 verifica

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