



GRADO EN PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING

GUÍA DOCENTE

Materia	Trabajo Fin de Grado					
Asignatura	Trabajo Fin de Grado					
Datos de la Asignatura	Código	Tipo	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA
	366148	OT	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.

Así, se adjuntarán en el TFG a modo de documentación anexa, la Campaña global realizada en grupo en el sexto semestre y que comprende cinco asignaturas. Se incorporarán también las cinco propuestas adicionales para cada una de las materias que, a título individual, ha realizado cada estudiante para el cliente (real) sobre el que se ha elaborado la investigación.

A su elección, el estudiante desarrollará aquí una de sus cinco propuestas y que ya en su momento propuso y fueron validadas. 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.



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

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

ELEMENTO DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	CRITERIO	Valor ponderado
Contextualización metodológica y asignación de tutor/a	<p>El/la alumno/a asistirá a las sesiones presenciales programadas por el centro.</p> <p>Las dos tutorías iniciales, dirigidas a todo el alumnado matriculado en TFG, se utilizarán para describir la metodología de la asignatura e instar Al/la estudiante a la solicitud de asignación de tutor/a.</p> <p>Cada tutor/a convocará un mínimo de dos sesiones grupales para la totalidad de estudiantes a los que realizará el seguimiento del trabajo.</p> <p>-A instancias del/la alumno /a y/o del/la docente se programarán un mínimo de 3 sesiones obligatorias de acompañamiento.</p> <p>*En ningún caso las sesiones individuales se utilizarán para explicar aquello que se ha presentado en las sesiones colectivas.</p>	obligatorio	
Desarrollo del trabajo de fin de grado escrito (obligatorio) DOC 1	<p>El/la estudiante elaborará su Trabajo de Final de Grado 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 TFG. 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.</p>	RÚBRICA	80%
Defensa del TFG (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 TFG.</p> <p>➤ Ambos trabajos se entregarán simultáneamente en el formato y plazo establecido.</p>	RÚBRICA	
Defensa del TFG (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 TFG, 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 6 y 10 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 TFG, 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 6 y 10 minutos como máximo.	RÚBRICA	20%

**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 \(UB\).](#)



**Competències
Bàsiques 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.

**Competències
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.

**Competències
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.

**Actividades Formativas
de la Asignatura**

	HORAS	PORCENTAJE HORAS PRESENCIALES
TRABAJO FIN DE GRADO	300	30

**Sistema de Evaluación de
la Materia:
Planificación genérica
según memoria verifica**

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