

GUÍA DOCENTE

*Pendiente de actualización

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Trabajo de Fin de Grado		
PLAN DE ESTUDIOS:	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades		
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	TFG		
ECTS:	6		
CURSO:	Cuarto		
SEMESTRE:	Segundo		
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Castellano		
PROFESORADO:	Dra. Patricia Comesaña Comesaña Dr. Federico Fernández Díez		
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	patricia.comesaña@uneatlantico.es federico.fernandez@uneatlantico.es		

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
Para matricularse en esta asignatura el alumno ha de tener aprobados el 70 % de los créditos ECTS del plan de estudios.
CONTENIDOS:
Trabajo académico general que se relacione con el campo de la publicitaria o de relaciones públicas, en el cual los estudiantes puedan aplicar las competencias del título.

El trabajo deberá tener en cuenta necesidades comunicativas en el contexto social del estudiante.

Se realiza individualmente o en grupo.

El trabajo ha de ser debidamente presentado y sustentado para su aprobación.

Asimismo, el alumnado cuenta con toda la información necesaria en el documento *Normativa TFG*, disponible en el campus de la asignatura.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG1. Capacidad para reconocer, analizar e interpretar diversos procesos de comunicación.
- CG2. Capacidad para desarrollar pensamiento crítico en la investigación y la actividad profesional.
- CG3. Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.
- CG4. Capacidad para aplicar sus conocimientos en propuestas innovadoras.
- CG5. Capacidad para emprender iniciativas con autonomía.
- CG6. Capacidad para asumir un compromiso ético en la práctica profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE34. Demostrar conocimiento y habilidades para desarrollar un trabajo práctico en el campo de la Publicidad y las Relaciones Públicas, en el cual se demuestren las competencias adquiridas en el desarrollo de las materias.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Aplicar los conocimientos teóricos y prácticos sobre Publicidad y Relaciones Públicas.
- Crear diversos productos en el campo de la Publicidad y Relaciones públicas con criterios de calidad estética y técnica.
- Implementar las distintas metodologías de investigación en comunicación.
- Presentar un discurso coherente y acorde con el contexto comunicativo y social del estudiante.
- Demostrar el desarrollo de un ejercicio creativo orientado hacia la búsqueda de la innovación.

- Desarrollar capacidades para el trabajo en equipo.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Aprendizaje cooperativo / Trabajo en grupos.
- Trabajo autónomo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas	
Actividad supervisada	Trabajo Final de Grado
Actividad autónoma	Elaboración de trabajos (individual / en grupo)

El primer día de clase, la profesora proporcionará información más detallada al respecto.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

	Actividades de evaluación	Ponderación
Evaluación continua	Elaboración del Trabajo Fin de Grado con la supervisión del tutor asignado	80 %
Evaluación final	Defensa del TFG	20 %

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltese el calendario académico fijado por la universidad).

La forma de evaluación será la misma que en la convocatoria ordinaria, manteniendo los mismos criterios con idéntico porcentaje.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- Vilches, L. (coord.) (2011). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Atendiendo a las necesidades de cada estudiante se le proporcionará bibliografía específica.

Asimismo, las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura:

- López - Aranguren, E. (2016). El análisis de contenido tradicional. En García, M.J.; Ibáñez, J. y Alvira, F. (compiladores), *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación*, pp.594-616. Madrid: Alianza.
- Navarro, P. y Díaz, C. (1998). Análisis de contenido. En Delgado, J. y Gutiérrez, J. (coords.), *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*, pp.177-224. Madrid: Síntesis.
- Pérez Serrano, G. (1984). *El análisis de contenido en la prensa. La imagen de la UNED*. Madrid: UNED.
- Sanz Garrido, B. (2003). El análisis de contenido del mensaje fotográfico en prensa. En *Mundaiz*, núm. 66, pp. 9-33. San Sebastián: Universidad de Deusto.