

Curso Académico: (2023 / 2024)

Fecha de revisión: 10-06-2021

Departamento asignado a la asignatura: Instituto para el Desarrollo de Empresas y Mercados (INDEM)

Coordinador/a: CASCAJOSA VIRINO, CONCEPCION CARMEN

Tipo: Trabajo Fin de Máster Créditos ECTS : 6.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 2

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

La defensa del Trabajo únicamente podrá tener lugar si el alumno ha superado la totalidad de créditos (ECTS) de las asignaturas obligatorias (O) y optativas (OP) del Máster, con excepción de las prácticas.

OBJETIVOS

CB6, Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

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.

CB9, Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10, Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CG1, Conocer las bases de las teorías de la comunicación publicitaria.

CG2, Comprender el funcionamiento de los procesos creativos en comunicación publicitaria.

CG3, Aplicar en el campo de la comunicación publicitaria las herramientas de investigación de mercados.

CG4, Identificar la estrategia de las marcas en el mercado actual de saturación publicitaria.

CG5, Conocer cuáles son las nuevas tendencias en materia de comunicación publicitaria de acuerdo a los cambios de la sociedad digital.

CE1, Aplicar a los diferentes soportes de comunicación digital las principales teorías de la publicidad.

CE2, Contextualizar históricamente la Comunicación Publicitaria y los problemas actuales a los que se enfrenta.

CE3, Identificar las técnicas creativas que van de la creación del concepto a la campaña publicitaria.

CE4, Planificar acciones emergentes en el ámbito de la nueva comunicación publicitaria.

CE5, Identificar los problemas de investigación y aplicar las metodologías y herramientas cualitativas y cuantitativas más pertinentes en cada caso para el estudio de los fenómenos comunicativos en

Publicidad.

CE6, Aplicar investigaciones de mercados para evaluar la eficacia publicitaria.

CE7, Analizar los datos de los mercados para diseñar un plan estratégico de comunicación.

CE8, Identificar los principales modelos sobre comportamiento del nuevo consumidor y las variables determinantes.

CE9, Desarrollar y administrar producciones publicitarias dirigidas a medios de comunicación tradicionales y multimedia.

CE10, Identificar y definir objetivos de comunicación y diseñar las estrategias más adecuadas en el diálogo entre marcas y consumidores.

CE11, Planear, administrar y crear proyectos transmedia.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

El Trabajo Fin de Máster del Máster en Comunicación Publicitaria tiene una carga lectiva de 6 créditos ECTS, corresponde al segundo cuatrimestre y tiene carácter obligatorio. Se podrá presentar y defender en la modalidad de castellano o inglés, de acuerdo al carácter bilingüe del Máster. El Trabajo consiste en un trabajo original e inédito acompañado de una memoria académica del mismo de acuerdo a las diferentes modalidades ofertadas. El Trabajo Fin de Máster tiene como objetivo que el estudiante demuestre la adquisición de las competencias generales y específicas del Programa. Se realizará de manera individual (exclusivamente modalidad de investigación) o en un grupo de tres estudiantes sobre un tema común (en las otras tres modalidades, con memorias y trabajos individuales). En caso de ser realizado de forma grupal, cada estudiante será responsable de una parte del trabajo claramente identificable y recibirá una calificación individual por parte del tribunal derivada de la calificación del mismo.

De acuerdo con la memoria de verificación del programa, a lo largo del desarrollo del Trabajo Fin de Máster se tendrán en cuenta las siguientes fases:

- Adquisición de la capacidad de análisis sobre el tema objeto de trabajo.
- Organización y planificación del trabajo.
- Manejo de bibliografía básica relevante sobre un tema.
- Recogida, organización, procesamiento y análisis de datos a partir de las técnicas aprendidas.
- Traslación de todos esos conocimientos en un informe/propuesta cuya calidad se medirá como parte de la nota final.

Para el desarrollo del Trabajo Fin de Máster se deberán tener de referencia los siguientes elementos:

- Adscripción al ámbito de la comunicación publicitaria y de los contenidos curriculares del Programa.
- Aplicación de los resultados a un ámbito profesional real.
- Carácter innovador, ya sea en el apartado de las herramientas de desarrollo, el contenido o el formato comunicativo.
- Compromiso ético respetuoso con el marco legal vigente, los valores democráticos y la deontología del ámbito publicitario.

Antes de terminar el periodo de clases, cada estudiante o grupo de estudiantes que vayan a trabajar de manera colectiva comunicarán a la coordinación de Trabajo Fin de Máster la elección de la modalidad a la que se quieren adscribir, con el fin de que se les asigne un tutor.

Las modalidades del Trabajo Fin de Máster son las siguientes:

- a) Campaña de publicidad a partir de briefing.
- b) Plan de comunicación para una empresa/organismo.
- c) Biblia de proyecto publicitario transmedia.
- d) Investigación original sobre comunicación publicitaria.

El Trabajo Fin de Master deberá estar acompañado por una memoria académica cuyas características se establecen en cada modalidad. La entrega se realizará a través de la plataforma Aula Global, de acuerdo con los procedimientos de la Escuela de Postgrado.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

Los tutores de los Trabajos Fin de Máster serán asignados por parte de la comisión académica de acuerdo a las preferencias de modalidad de los estudiantes. Los tutores serán o bien profesores con docencia en el Máster o bien miembros de las respectivas unidades académicas del mismo (Instituto Universitario para el Desarrollo Empresarial [INDEM] y el Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual). El tutor académico orientará al estudiante en el planteamiento y realización del Trabajo Fin de Máster, asegurando que se cumplen los objetivos fijados. Será, además, responsable de realizar un informe favorable o desfavorable sobre la conveniencia de la defensa del TFM. Durante la elaboración del trabajo, el estudiante o grupo de estudiantes deberán presentar al tutor los avances del trabajo en los términos y por los canales acordados por ambos. Después de que un tutor sea asignado, mantendrá un mínimo de 3 tutorías presenciales.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Véase "Contenido detallado de la asignatura o información adicional para TFM".
http://www3.uc3m.es/reina/ENVIOS/Idioma_1/2017/326.17132.pdf?time=1518624582558

La Universidad utiliza el programa Turnitin Feedback Studio dentro de Aula Global para la entrega de los trabajos de los estudiantes. Este programa compara la originalidad del trabajo entregado por cada estudiante con millones de recursos electrónicos y detecta aquellas partes del texto copiadas y pegadas. Si el estudiante ha realizado correctamente la cita y la referencia bibliográfica de los documentos que utilice como fuente, Turnitin no lo marcará como plagio.

La matriz de evaluación utilizada será la oficial de la Escuela de Postgrado.

El tribunal estará formado por dos miembros, que evaluación será el 70% de la nota final. El restante 30% será la nota del tutor.