

**REGLAMENTO DEL TRABAJO FIN DE MÁSTER DEL MÁSTER
COMUNICACIÓN PUBLICITARIA
UNIVERSIDAD CARLOS DE III DE MADRID**

Normativa aprobada por el Consejo de Dirección del Centro de Postgrado de la Universidad Carlos III de Madrid el 11 de diciembre de 2017.

Marco académico del Trabajo Fin de Máster

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.

MODALIDADES DEL TRABAJO

a) Campaña de publicidad a partir de *briefing*.

En esta modalidad los estudiantes deben diseñar una campaña de publicidad a partir de un *briefing* real. Como tal campaña se entienden los mensajes que resultan de una estrategia creativa con el objetivo de vender un producto o servicio generando interés en un determinado grupo. La base de este trabajo es una combinación entre el análisis de las necesidades del cliente y las

propuestas creativas realizadas para poder satisfacerlas. Para ello, se deberá elaborar un documento que incluya al menos los siguientes apartados:

- Investigación: análisis de la marca, definición y análisis del público objetivo y de su comportamiento, identificación y definición del problema de comunicación y conclusiones. Investigación de campo.
- Estrategia: propuesta de estrategia publicitaria y objetivos a alcanzar y sus medidas.
- Creatividad: propuesta creativa y desarrollo de bocetos (con pre-test de los mismos).
- Producción: plan de producción, propuesta de plan de medios y plan de evaluación de resultados. Propuesta de post-test publicitario y de análisis de la eficacia de los medios.

En una reunión previa con el tutor, se propondrá un *briefing* sobre el que trabajar a cada grupo (tres estudiantes). Extensión: el Trabajo Fin de Máster tendrá una extensión de entre 50 y 60 folios, tamaño DIN A4, escritos a una cara, letra Arial 12 ptos., interlineado de 1,5.

Memoria académica: el Trabajo Fin de Máster deberá ir acompañado de una memoria académica, que se presentará por separado. Ésta se compondrá de los siguientes apartados:

- Justificación e interés del objeto de estudio
- Resumen ejecutivo de la campaña.
- Descripción del problema y propuesta.
- Herramientas utilizadas.
- Desarrollo del trabajo de acuerdo al reparto de tareas entre los integrantes del equipo.
- Resultados / Conclusiones.
- Bibliografía y fuentes consultadas.

La memoria deberá tener una extensión de entre 15 y 20 folios, tamaño DIN A4, escritos a una cara, letra Arial 12 puntos, interlineado de 1,5.

b) Plan de comunicación para una empresa/organismo.

Un plan de comunicación es el documento profesional que detalla la estrategia comunicativa que debe seguir una institución, organización, empresa o personaje público durante un determinado periodo de tiempo. El plan del que se propone la elaboración para este TFM deberá estar centrado en la relación con los medios de comunicación durante un año. Aunque no hay un modelo determinado de plan, éste se compone, por regla general, de las siguientes partes:

- Auditoría previa, con trabajo de investigación de campo (cuantitativo y cualitativo)
- Estado inicial
- Objetivos
- Públicos
- Mensajes
- Canales
- Portavoces
- Cronograma de acciones

En una reunión previa con el tutor, éste propondrá a los estudiantes un organismo, institución o empresa sobre la que trabajar. Extensión: el Trabajo Fin de Máster tendrá una extensión de entre 50 y 60 folios, tamaño DIN A4, escritos a una cara, letra Arial 12 ptos., interlineado de 1,5. Se recomienda realizar este TFM en grupos de 3 estudiantes.

Memoria: El TFM deberá ir acompañado de una memoria, que se presentará por separado. Ésta se compondrá de los siguientes apartados:

- Justificación e interés del objeto de estudio.
- Resumen ejecutivo del plan de comunicación.
- Descripción del problema y propuesta.
- Herramientas utilizadas.
- Desarrollo del trabajo de acuerdo al reparto de tareas entre los integrantes del equipo.
- Resultados / Conclusiones.
- Bibliografía y fuentes consultada.

La memoria deberá tener una extensión de entre 15 y 20 folios, tamaño DIN A4, escritos a una cara, letra Arial 12 puntos, interlineado de 1,5.

c) Biblia para proyecto publicitario transmedia.

La biblia para un proyecto publicitario transmedia es la base para la planificación y puesta en marcha de una acción comunicativa de apoyo y promoción a un producto o servicio establecido previamente y que va a tener lugar en un periodo específico de tiempo utilizando varias plataformas mediáticas. La Biblia contará con los siguientes apartados u equivalentes:

- Tratamiento: Descripción narrativa de la historia y *sample* de guion.
- Investigación cuantitativa y cualitativa sobre la propuesta.
- Especificaciones funcionales: Relación de la narrativa de la historia con el diseño y los elementos técnicos del proyecto.
- Propuesta de diseño estético, conteniendo los elementos visuales y sonoros de la historia y sus respectivas *interfaces*.
- Especificaciones tecnológicas, incluyendo visión tecnológica de la plataforma y arquitectura del sistema.
- Negocio y *marketing*, que debe incluir indicadores de éxito, necesidad, público, modelo de negocio, equipo de producción y derechos de autor.

En una reunión previa con el tutor, éste propondrá a los estudiantes un producto o servicio real para el que tendrán que crear la biblia de un proyecto transmedia, que deberá incluir un mínimo de tres plataformas. Extensión: el Trabajo Fin de Máster tendrá una extensión de entre 50 y 60 folios, tamaño DIN A4, escritos a una cara, letra Arial 12 ptos., interlineado de 1,5.

Memoria. El TFM deberá ir acompañado de una memoria, que se presentará por separado. Ésta se compondrá de los siguientes apartados:

- Justificación e interés del objeto de estudio.
- Resumen ejecutivo de la biblia del proyecto transmedia.
- Descripción del problema y propuesta.
- Herramientas utilizadas.
- Desarrollo del trabajo de acuerdo al reparto de tareas entre los integrantes del equipo.

- Resultados / Conclusiones.
- Bibliografía y fuentes consultada.

La memoria deberá tener una extensión de entre 15 y 20 folios, tamaño DIN A4, escritos a una cara, letra Arial 12 puntos, interlineado de 1,5.

d) Investigación original sobre comunicación publicitaria.

De manera excepcional, la dirección del Máster podrá autorizar la realización de un Trabajo Fin de Máster que sea un trabajo de investigación original realizado de forma individual. Para ello, el estudiante interesado deberá realizar un documento previo donde explique la justificación de su propuesta de acuerdo a los siguientes factores:

- Motivos para realizar la modalidad.
- Interés profesional de la investigación.
- Originalidad y elementos de innovación de la investigación.
- Estudio de caso propuesto.

El trabajo de investigación contará al menos con los siguientes apartados:

- Resumen/*abstract*, con palabras clave.
- Justificación.
- Hipótesis y objetivos.
- Metodología. Investigación cuantitativa y cualitativa.
- Estado de la cuestión.
- Marco teórico.
- Análisis empírico.
- Conclusiones.
- Bibliografía.

Extensión: El TFM tendrá una extensión de entre 50-60 folios, tamaño DIN A4, escritos a una cara, letra Arial 12 ptos., interlineado de 1,5.

Memoria: El TFM deberá ir acompañado de una memoria, que se presentará por separado y que incluirá los siguientes elementos:

- Resumen/*abstract*, con palabras clave.

- Descripción del problema y propuesta de trabajo.
- Interés profesional de la investigación.
- Originalidad y elementos de innovación de la investigación.
- Cronograma del desarrollo del trabajo.
- Líneas de trabajo futuras en este ámbito y transferencia de resultados.

La memoria deberá tener una extensión de entre 5 y 10 folios, tamaño DIN A4, escritos a una cara, letra Arial 12 puntos, interlineado de 1,5.

Tutorización de los Trabajos Fin de Máster

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 cumplan 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.

Presentación y defensa pública del Trabajo Fin de Máster

La defensa pública del Trabajo se producirá cuando el estudiante haya superado las asignaturas del Máster, dentro de los periodos habilitados a este fin en el calendario académico vigente para los estudios de postgrado. El marco normativo para la realización de los Trabajos Fin de Master en el ámbito de los másteres universitarios de la UC3M, establece las características básicas y requisitos que deben concurrir en la elaboración, defensa y calificación de los TFM.

La composición del Tribunal evaluador del Trabajo Fin de Máster se ajustará a lo indicado en dicha normativa, establecida por el Centro de Postgrado. Los miembros del tribunal serán designados por la Dirección del Máster, y entre los mismos no podrá figurar el tutor de los trabajos objeto de defensa y calificación. Un mismo Tribunal podrá calificar uno o más Trabajos de acuerdo con lo que disponga la Dirección del Máster.

La defensa de los trabajos 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. En la defensa, el estudiante/grupo de estudiantes tendrá un máximo de 20 minutos para presentar al Tribunal los elementos básicos del Trabajo Fin de Máster, y a continuación los integrantes del Tribunal harán comentarios sobre el mismo y realizarán preguntas que serán respondidas por los estudiantes.

El tribunal elaborará un acta de calificación individual del Trabajo de Fin de Máster en la que se indicará el título del Trabajo, y el nivel de adquisición de las competencias evaluadas. Esta evaluación se realizará utilizando la matriz aprobada por el Centro de Postgrado, teniendo en cuenta tanto el trabajo y su correspondiente memoria académica como la defensa pública del mismo.