



Trabajo Fin de  
Máster

Máster Universitario en  
Organización y  
Dirección de Eventos  
2023-24



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Trabajo Fin de Máster

**Titulación:** Máster Universitario en Organización y Dirección de Eventos

**Curso Académico:** 2023-24

**Carácter:** Trabajo Fin de Máster

**Idioma:** Español

**Modalidad:** Presencial / A distancia

**Créditos:** 8

**Curso:** 1º

**Semestre:** 2

**Profesores/Equipo Docente:** Dra. Dña Juana Rubio Romero

## 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

### 1.1. Competencias

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Aplicar las técnicas de organización y dirección de eventos en el contexto de las empresas e instituciones, atendiendo las necesidades comunicativas de las mismas.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Incorporar los conocimientos adquiridos en el máster en el desarrollo de un trabajo de planificación, defensa e implementación en la dirección y organización de un evento.

### 1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá:

Aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos a través de las materias desarrolladas en el plan de estudios del título.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1 Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2 Breve descripción de los contenidos

Ejercicio original a presentar y defender ante un tribunal académico, consistente en un proyecto relacionado con la organización y dirección de eventos en el que se sintetizan e integran las competencias adquiridas en el máster.

### 2.3 Actividades formativas:

#### Modalidad presencial:

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF2	Trabajo personal del alumno	180	0%
AF3	Tutorías	10	50%
AF4	Evaluación	10	100%
		200	

#### Modalidad a distancia

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF2	Trabajo personal del alumno	180	0%
AF3	Tutorías	10	50%
AF4	Evaluación	10	
		200	

## 3. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

### 3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

### 3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria y extraordinaria

<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>SE4. Memoria de Trabajo de Fin de Máster</b>	<b>80%</b>
<u>Aspectos profesionales:</u> planteamiento del proyecto, justificación de las técnicas utilizadas, consulta de fuentes de referencia y descripción del proceso de trabajo desarrollado por el alumno	25 %
<u>Aportaciones del trabajo:</u> Pertinencia, originalidad, interés y fundamentación de las aportaciones del trabajo.	30 %
<u>Aspectos formales del documento escrito:</u> Estructura, claridad en la exposición de las ideas y corrección del lenguaje.	25 %
<b>SE5. Presentación y exposición oral de Trabajo de Fin de Máster:</b> Claridad de la exposición y defensa oral ante el tribunal, capacidad de síntesis y de transmisión.	<b>20 %</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

### 3.3. Restricciones

#### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

### 3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

#### 4. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Juana Rubio Romero
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctor en Filosofía por la UCM. Acreditada por ANECA
Correo electrónico	jrubio@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctora en Filosofía por la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y Licenciada en Filosofía y Letras (Sección Psicología), por la UCM. Acreditada como Profesora Contratada Doctora y Profesora Doctorade Universidad Privada. Licenciada en Psicología</p> <p>Profesora Titular de la Universidad Nebrija, Está vinculada desde 1996 a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nebrija, donde desempeña labores de docencia (profesora de Teoría de la Comunicación en Grado y de Métodos de Investigación en Máster. Es IP del Grupo Nebrija de Investigación en Comunicación – (INNECOM) y de gestión.</p> <p>Cuenta con una dilatada experiencia profesional de más 25 años en el campo de la investigación social y de mercados, donde ha trabajado como investigadora, para los principales Institutos de Investigación, numerosas agencias de publicidad y para clientes directos, así como para organismos públicos.</p> <p>Ha sido Directora-Coordinadora del curso CIM-AEDEMO (Curso de Investigación en Marketing, organizado por la asociación AEDEMO, Asociación Española De Estudios de Mercado y Opinión) desde 2002 hasta 2007 y profesora conferenciante en el IED (Istituto Europeo de Diseño) de Madrid y en el TEC de Monterry, Campus Puebla (México).</p> <p>Ha dirigido el Doctorado en Ciencias de la Comunicación y durante más de 15 años ha sido Investigadora Principal del grupo INNECOM (Investigación Nebrija Comunicación) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Antonio de Nebrija. Ha dirigido 3 Tesis Doctorales y participado en más de 25 Tribunales de Defensa de Tesis en distintas universidades. Actualmente pertenece al Grupo de investigación INMOMEDIA y participa en el Proyecto COMPENSA (Competencias Digitales para la Empleabilidad de Personas con Discapacidad en el Sector Audiovisual), un proyecto de I+D+i orientado a analizar la empleabilidad de las personas con discapacidad en los Medios de Comunicación</p>

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Sus líneas de investigación principales son: redes sociales y jóvenes, juegos y gamificación, y competencias educativas.</p> <p>Entre sus publicaciones más relacionadas con esta asignatura cabe destacar las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ferruz-González, S-A; Rodríguez-Fernández, L. y Rubio-Romero, J. (2021). Visibilidad del liderazgo femenino en Twitter: aproximación sobre el ranking Top 100. Mujeres líderes en España. <i>Revista Mediterránea de Comunicación</i>, 12 (2), 45-64.</li> <li>- Pérez-Escoda, A.; Pedrero-Esteban, LM.; Rubio-Romero, J. y Jiménez-Narros, C. (2021). Fake News Reaching Young People on Social Networks: Distrust Challenging Media Literacy. <i>Publications</i> 9 (24)</li> <li>- Rubio-Romero, J. y Barón-Dulce, G. (2019). Actitudes de los jóvenes hacia las comunidades virtuales y su vínculo con las marcas. Una aproximación a través de los estudiantes universitarios de comunicación y de marketing de la Universidad Nebrija. <i>adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación</i>, (18), 41-62.</li> <li>- Rubio-Romero, J., Jiménez, J. M. y Barón-Dulce, G. (2019). Las redes sociales digitales como espacios de sociabilidad de los adolescentes. El caso del colegio Escolapios de Aluche. <i>Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication</i>, 10(2), 85-99</li> <li>- Rubio-Romero, J., Perlado-Lamo de Espinosa, M., &amp; Ramos-Rodríguez, M. (2019). La música en la publicidad que atrae a los jóvenes. <i>Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"</i>, 12(2), 97-124.</li> <li>- Rubio-Romero, J. y Perlado Lamo de Espinosa, M. (2017). Snapchat o el impacto del contenido efímero. Rubio-Romero, J. (2004). La identidad sexual de los jóvenes en la publicidad de Bacardí. <i>Revista Trama &amp; Fondo</i>, 16, 65-73.</li> <li>- Rubio-Romero, J. (2016). Las diosas de Desigual. <i>Revista Trama &amp; Fondo</i> Nº 40, 85-100</li> <li>- Rubio-Romero, J. y Perlado Lamo de Espinosa, M. (2015). El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios. <i>Revista Icono14</i>, Volumen (13), 73-94.</li> <li>- Perlado, M. y Rubio-Romero, J. (2013). El marketing online: una oportunidad para las pymes. <i>Revista Investigación y Marketing</i>, 120, 10-18.</li> <li>- Montesinos Mulleras, E. y Rubio-Romero, J. (2008). Fastest, una técnica cualitativa para detectar los problemas de comprensión de un mensaje publicitario. <i>Revista EAN</i>, 64, 19-30.</li> <li>- Rubio-Romero, J. (2007). "Be water my friend" o las identidades fluidas en las sociedades de consumo avanzado. <i>Revista Investigación y Marketing</i>, 96, 6-10.</li> </ul>
---	---