



Trabajo Fin de
Máster

Máster Universitario
en Dirección de
Publicidad Integrada
2023-24



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Trabajo Fin de Máster

Titulación: Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada

Curso Académico: 2023-24

Carácter: Obligatorio

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 8

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. Juana Rubio Romero / Dra. Dña. Inés Arranz Rodríguez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias generales

- Aplicar las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo.

Competencias específicas

- Saber planificar, defender e implementar una campaña de publicidad integrada.

1.2. Resultados de aprendizaje

Síntesis y aplicación de los conocimientos adquiridos durante el máster, mediante la elaboración y presentación de una campaña de publicidad integrada.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Haber cursado todas las asignaturas.

2.2. Descripción de los contenidos

El estudiante debe realizar un ejercicio original a realizar individualmente (o formando parte de un grupo en el caso de presentar una campaña completa) y defender ante un tribunal académico, consistente en la elaboración e implementación de una campaña de publicidad integrada en la que se sintetizen e integren las competencias adquiridas en el máster.

2.3. Actividades formativas

Trabajo personal del alumno: 180h (90%). Todas las competencias de la materia.

Tutorías y evaluación: 20 h (10%). Se realizarán tutorías individuales y conjuntas donde se supervisarán los trabajos que se estén llevando a cabo en la asignatura y se esclarecerán contenidos y competencias que sea necesario. Todas las competencias de la materia.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente 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)

3.2. Criterios de evaluación

Según los acuerdos tomados en la I Comisión de Garantía de Calidad del curso 2023/24 de la Facultad de Comunicación y Artes, atendiendo al RD90/2021 y la nueva normativa de la Universidad Nebrija que entra en vigor en el curso 2023/24, se dispone que los estudiantes de máster pueden defender el Trabajo Fin de Máster con hasta 12 ECTS suspensos.

Convocatoria Ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo	80%
Exposición y defensa oral ante Tribunal	20%
Examen final o trabajo final presencial	50%

El Trabajo Final de Máster podrá ser evaluado por un tribunal formado por profesores de la facultad y por profesionales de reconocido prestigio.

Convocatoria Extraordinaria

En caso de que el Tribunal juzgue que el trabajo no alcanza un nivel de calidad y adecuación a los condicionantes de partida, digno de ser evaluado con un 5, el alumno tiene un plazo de tres meses para presentar un nuevo trabajo que corrija las deficiencias observadas en el anterior.

3.3. Advertencias sobre plagios

La Facultad de Comunicación y Artes 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. En caso de detectarse este tipo de prácticas la sanción consistirá en el suspenso de la asignatura en la convocatoria correspondiente.

4. BIBLIOGRAFÍA

Los alumnos deben consultar las instrucciones al respecto publicadas en el portal del alumnado, donde se especifica tanto la normativa vigente universitaria y la publicada en el campus virtual donde se publican las normas específicas para el TFG del Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Juana Rubio Romero
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Filosofía. Licenciada en Psicología. Doctora Acreditada.
Correo electrónico	jrubio@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. C/ Sta. Cruz de Marcenado, 27 28015 Madrid
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. Licenciada en Psicología Profesora Doctora Acreditada. Profesora e investigadora en la Facultad de Comunicación y Artes desde 1996. Su especialización son los Métodos de Investigación y la Psicología aplicados a la comunicación y al consumo. Experiencia profesional en investigación social y de mercado. Ha ejercido en diversos puestos de responsabilidad como investigadora cualitativista para Institutos de Investigación, Agencias de Publicidad y clientes directos. Ha dirigido durante cinco años el Curso de Investigación en Marketing, que organiza AEDEMO. Ha participado en numerosos congresos nacionales e internaciones, como ponente y formando parte del comité organizador. Sus publicaciones más relevantes son documentos técnicos de investigación social.</p>

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Inés Arranz Rodríguez
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Ciencias de la Información
Correo electrónico	iarranz@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. C/ Sta. Cruz de Marcenado, 27 28015 Madrid
Tutoría	Contactar con la profesora 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><u>Datos Académicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 2013: Programa Superior en Digital Business y gestión de contenidos digitales. THE VALLEY. • 2010: Curso Superior de Publicidad Digital. ICEMD-ESIC. • Sept 2010: Doctora Cum Laude en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Tesis dirigida por el profesor L.A. Sanz de la Tajada. • Sept.2001- junio 2002: Master en Dirección de Recursos Humanos y organización. ESIC. • Oct.1992-junio 1997: Licenciada en Publicidad y RR.PP., por la Universidad Complutense de Madrid <p><u>Universidad Nebrija</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirijo el Máster de Dirección de Publicidad Integrada • Imparto las siguientes asignaturas en grado: Laboratorio de Medios en 4º curso del Grado de Publicidad y RR.PP., Planificación de Medios en 3º curso del Grado de Publicidad y RR.PP., Investigación de Audiencias 2º curso del grado Publicidad y RR.PP.. • Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada • Asignatura: Gestión de medios Integrada. Asignatura: Target, Puntos de contacto y gestión de medios POEM • Máster Universitario en Marketing y Publicidad Digital..Asignatura Estrategias de E-Marketing y planificación de medios on-line.

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p><u>Universidad Complutense de Madrid</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • He trabajado como profesora asociada en el departamento Organización de Empresas y Marketing (área de marketing) <p><u>Asignaturas impartidas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigación de mercados. Facultad de Comercio y Turismo) • Marketing aplicado a la Publicidad. Facultad de Ciencias de la Información • Marketing aplicado al Periodismo. Facultad de Ciencias de la Información • Fundamentos del marketing. Facultad de Económicas <p><u>Datos profesionales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • SMA (Sep. 2013 - Febrero 2021).Directora de Medios..Cuentas: Juguetos, Gocco,Turismo Tokio, Seguros Santa Lucía, Securitas Direct, Unidental, Grupo Larcovi, Alcala Gres. • Iceberg Media.Jefe de Planificación. Cuentas: Toyota , Lexus, ENA (Autopistas Estado) GT Sport, Maserati y Subaru. • Optimedia..Jefe de planificación para la cuenta de Domecq. • Equmedia. Planificadora de medio. Cuentas: Lancia, Colgate, Bosch, Dremel, Dinamic Multimedia, MX Onda. • Carat Departamento de planificación, cuentas: Telefonica, Buenavista Internacional, Cofresco. <p><u>Actividad investigadora del profesor aplicada a la asignatura</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tesis Doctoral por el grupo editorial internacional de textos científicos, Editorial Académica Española. • VI Congreso Comunicación y pensamiento. de abril de 2021, presentando la ponencia titulada: PROFESIONALIZACIÓN DE LOS CREADORES DE CONTENIDOS • Capítulo titulado “Los eventos como creadores de branding de los destinos turísticos” en la obra colectiva: Mediaciones comunicativas, con ISBN 978-84-1124-254-7. I (2022) dentro de la colección Estudios Aranzadi, de la editorial Thomson Reuters-Aranzadi, encontrándose en estos momentos en proceso de edición.
---	---