



Trabajo Fin de  
Máster

Máster Universitario  
en Dirección de  
Publicidad Integrada  
2024-25



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Trabajo Fin de Máster

**Titulación:** Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada

**Curso Académico:** 2024-25

**Carácter:** Obligatorio

**Idioma:** Español

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 8

**Curso:** 1º

**Semestre:** 2º

**Profesores/Equipo Docente:** Dra. Dña. Juana Rubio Romero / Dr. D. Carlos Jiménez Narros

## 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   | <a href="mailto:jrubio@nebrija.es">jrubio@nebrija.es</a>   |
| Localización   | Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales  |
| 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. | 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. |

|  |   |
|--|---|
| Nombre y Apellidos   | Dr. D. Carlos Jiménez Narros  |
| Departamento   | Publicidad  |
| Titulación académica   | Doctor en Comunicación (UCM), Acreditado por ACAP   |
| Correo electrónico   | cjimenez@nebrija.es   |
| Localización   | Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales   |
| 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>Doctor en Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor acreditado por la ACAP. Licenciado en Periodismo en la Facultad de Ciencias de la Información (UCM). Experiencia profesional en distintos medios; <i>La Voz del Tajo</i>, <i>Radio Arco Iris</i> y <i>As</i>, y en diferentes revistas especializadas: <i>PC Actual</i>, <i>Elektor</i>, <i>Home PC</i>, <i>Deliberación</i>, <i>Electrónica Fácil</i>, <i>Games/consolas</i>, <i>Redes Lan</i>, <i>Novias</i> y <i>Predicciones</i>, entre otras. Diseño de imágenes corporativas y proyectos gráficos para empresas e instituciones. Trayectoria profesional centrada en el diseño gráfico, técnicas de autoedición y proyectos de preimpresión. Creador del diseño de las revistas universitarias: <i>Aida</i>, <i>Nuestra</i> y <i>[N]</i>.</p> <p>Ponencias y comunicaciones en congresos internacionales sobre comunicación, diseño, docencia. El área de investigación son las nuevas tecnologías de la información. Especialidad: diseño editorial y publicitario.</p> <p>Coordinador de Investigación y Doctorado de la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Antonio de Nebrija. Desde 1994 es profesor de grado y postgrado de la Universidad Nebrija, impartiendo clase en diferentes titulaciones, entre otras las asignaturas de Diseño gráfico, Diseño periodístico y Diseño publicitario.</p> |