



DATOS IDENTIFICATIVOS

Trabajo de Fin de Grado

Asignatura	Trabajo de Fin de Grado			
Código	P04G190V01991			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	12	OB	4	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a				
Profesorado				
Correo-e				
Web				
Descripción general	El TFG forma parte del plano de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y equivale a 12 grados ECTS programados en el segundo semestre del cuarto año de la titulación.			

Competencias

Código	
A1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Competencias interpretativa y operativa de la comunicación como realidad y como campo de estudio desde el punto de vista humanístico y técnico: conocimiento teórico de la comunicación.
B2	Competencia interpretativa de la comunicación: capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina.
B3	Competencia interpretativa del entorno: capacidad para analizar e interpretar el entorno económico, político, socio-cultural, tecnológico y comunicativo.
D1	Competencias interpretativas de la comunicación: capacidad de reconocer implicaciones éticas en decisiones profesionales.
D2	Competencias creativas: capacidad para la creatividad, la innovación y la adaptación al cambio
D3	Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo
D4	Competencias directivas: capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas
D5	Competencias directivas: capacidad de asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo compromisos de responsabilidad social
D6	Competencias directivas: preparación para asumir el riesgo en la toma de decisiones

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	---------------------------------------

Elegir un tema de trabajo interesante y pertinente, que aporte un valor añadido a la formación adquirida durante la titulación	A3 A5	D2 D6
Seleccionar y formular los objetivos del trabajo adecuadamente, relacionando causas y efectos		D3 D5
demostrar un conocimiento general y *amplio de la titulación, a través de los aspectos concretos abordados en el trabajo.	A1	B1
Analizar los diferentes elementos de la comunicación y del *entorno para y generar conocimientos relevantes en el tema elegido		B2 B3
Sintetizar e interpretar correctamente y de forma crítica los elementos que se tengan en consideración en la elaboración del trabajo	A3	
Relatar el trabajo con corrección, tanto desde el punto de vista oral como escrito, aportando argumentos relevantes	A2 A4	
demostrar la capacidad para administrar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas		D4
Interpretar y asumir correctamente los referentes éticos de la profesión en el desarrollo del trabajo		D1

Contenidos

Tema	
Definición	Definición de un proyecto y un plan de trabajo relacionado con uno o varios ámbitos de conocimiento asociados al título
Realización	Desarrollo del trabajo proyectado
Presentación	Presentación y defensa del trabajo proyectado

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos tutelados	0	275	275
Presentaciones/exposiciones	0.5	24.5	25

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Trabajos tutelados	El TFG es un trabajo personal que cada estudiante realizará de manera autónoma bajo las orientaciones de un/de una tutor/a académico/la. En ningún caso puede ser un trabajo presentado con anterioridad por el estudiante en alguna materia de la titulación. El TFG podrá revestir una orientación teórica o práctica.
Presentaciones/exposiciones	El/la alumno/a expondrá, en un tiempo máximo establecido por el tribunal y previamente comunicado, un resumen del TFG y de los principales resultados y conclusiones alcanzados.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	El tutor/a académico/a, que será un profesor/a del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, orientará y supervisará la elaboración del TFG a lo largo de toda su duración para el logro de los objetivos y el desarrollo de las competencias.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Presentaciones/exposiciones	La evaluación del TFG será responsabilidad de un tribunal evaluador integrado por tres profesores/las que impartan docencia en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.	100	A1 B1 D1 A2 B2 D2 A3 B3 D3 A4 D4 A5 D5 D6
	El Tribunal evaluará el resultado y la exposición del trabajo, así como el aprendizaje y adquisición de competencias y conocimientos, emitiendo una calificación numérica de 0 a 10, conforme al Real Decreto 1125/2003		

Otros comentarios sobre la Evaluación

El TFG podrá defenderse en primera convocatoria, en el mes de mayo, o en la convocatoria extraordinaria de julio.

El acto de presentación será realizado por el/a alumno/la en sesión pública en la fecha y hora asignada. Lo/A alumno/la

expondrá, en un tiempo máximo establecido por el tribunal y previamente comunicado, un resumen del TFG y de los principales resultados y conclusiones alcanzados. Posteriormente los miembros del tribunal evaluador realizarán las observaciones y consideraciones oportunas. En cualquiera caso el acto de defensa no podrá exceder los 30 minutos por trabajo.

Celebrado el acto de presentación pública del TFG, el Tribunal evaluador deliberará sobre la calificación tomando en consideración el informe emitido por el tutor académico, la calidad y contenido del TFG, así como la propia exposición, en particular, la claridad expositiva y la capacidad de debate y defensa argumental/a alumno/la.

Segundo el establecido en las directrices de la Universidad de Vigo, lo/a director/la del TFG podrá estar presente con voz en las deliberaciones del tribunal si bien se deberá garantizar que el tribunal haga la calificación final en sesión personal.

La calificación final será la resultante del promedio aritmética de las notas atribuidas por cada uno de los miembros del Tribunal evaluador. En este punto el tribunal se regirá por el dispuesto en las Normas de Gestión Académica para las Titulaciones de Grado regulados por el Real Decreto 1393/2007.

Al final de la evaluación y calificación de la totalidad del TFG, el Tribunal evaluador podrá conceder la mención de matrícula de honor de conformidad con la normativa del anterior punto.

En caso de que el TFG no alcance la calificación mínima de aprobado (5), el Tribunal deberá indicar aquellos aspectos susceptibles de corrección y mejora para alcanzar dicha calificación. En este supuesto, el alumno/la podrá presentar nuevamente el TFG a la consideración del Tribunal evaluador en la convocatoria extraordinaria.

Fuentes de información

Las fuentes de información empleadas serán las fuentes específicas que se precisen en cada caso en función de la temática del trabajo elegido.

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Prácticas externas: Proyecto práctico profesional/P04G190V01981

Taller de prácticas profesionales (seminario de experiencias profesionales)/P04G190V01982

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Comunicación: Comunicación escrita/P04G190V01201

Comunicación: Historia de la propaganda y la publicidad/P04G190V01204

Comunicación: Teoría e historia de la comunicación/P04G190V01104

Comunicación: Teoría y técnica de la imagen/P04G190V01106

Economía: Economía/P04G190V01101

Empresa: Fundamentos de organización y gestión empresarial/P04G190V01202

Sociología: Estructura social, consumo y estilos de vida/P04G190V01203

Teoría y práctica de la comunicación publicitaria/P04G190V01105

Teoría y práctica de las relaciones públicas/P04G190V01205

Administración pública y análisis estadístico/P04G190V01301

Comunicación: Imagen corporativa/P04G190V01303

Creatividad publicitaria/P04G190V01304

Elaboración del mensaje publicitario/P04G190V01401

Empresa: Fundamentos de marketing/P04G190V01302

Estrategias de la comunicación publicitaria/P04G190V01402

Estructuras y actividad de la agencia publicitaria/P04G190V01403

Redacción y locución publicitaria/P04G190V01404

Teoría y práctica de la comunicación televisiva/P04G190V01405

Teoría y práctica de la fotografía publicitaria/P04G190V01305

Deontología de la comunicación/P04G190V01501

Evaluación de la eficacia publicitaria/P04G190V01601

Métodos y técnicas de investigación de medios y audiencias/P04G190V01502

Planificación estratégica de las relaciones públicas/P04G190V01503

Producción publicitaria en medios audiovisuales/P04G190V01504

Producción publicitaria impresa/P04G190V01505

Técnicas de comunicación electoral e institucional/P04G190V01603

Técnicas de propaganda política/P04G190V01506

Técnicas de relaciones públicas/P04G190V01604
Dirección de comunicación/P04G190V01701
Producción publicitaria en la web y multimedia/P04G190V01801

Otros comentarios

La presentación pública y evaluación del TFG requiere que el alumno/a supere la totalidad de las restantes materias correspondientes al plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Excepcionalmente la Comisión Específica podrá autorizar la presentación y evaluación a aquellos/as alumnos/as que, como máximo, le resten 12 ECTS de semestres anteriores a aquel en que se elabora el TFG.
