



Trabajo Fin de
Grado/ Final Degree
Project

Grado en Periodismo
2024-25



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Trabajo Fin de Grado/Final Degree Project

Titulación: Grado en Periodismo

Curso académico: 2024-25

Carácter: Trabajo fin de grado

Idioma: Español / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 12

Curso: 4º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dª Juana Rubio Romero

Dependiendo de la temática del TFG elegida por el alumno, lo tutorizará un profesor del claustro, teniendo también la oportunidad de ser tutorizado por profesionales de relevancia en dicho/a sector/temática.

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- 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.
- 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.
- 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.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
- Presentar y defender un proyecto propio
- Aplicar las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo

1.2. Resultados de aprendizaje

Síntesis y aplicación de los conocimientos adquiridos durante el grado, mediante el estudio en un área concreta de la actividad profesional y académica.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

La lectura y defensa del Trabajo de Fin de Grado se realizará una vez aprobadas el resto de materias del plan de estudios.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Ejercicio original a realizar individualmente, presentar y defender ante un tribunal académico, consistente en un proyecto del ámbito del periodismo, de naturaleza profesional, en el que se sintetizan e integran las competencias adquiridas en las enseñanzas.

Original activity to be made, presented and defended consisting of a project concerning the communicative field, professional or academic nature, in which the acquired competences are synthesized and integrated.

2.3 Contenido detallado

Proyecto de investigación: Trabajo teórico

Extensión: 100-120 páginas

- Introducción
- Justificación del tema elegido
- Objetivos y/o Hipótesis
- Metodología
- Marco teórico
- Resultados obtenidos
- Conclusiones
- Bibliografía y materiales utilizados

Proyecto de investigación: Producto profesional

Trabajo práctico y desarrollo de una memoria

- Introducción
- Justificación del tema elegido
- Objetivos
- Marco teórico
- Desarrollo proyecto
- Conclusiones
- Bibliografía y materiales utilizados
- Extensión: 40 páginas
- Extensión ilimitada. Diversidad de formatos

2.4 Actividades formativas

- Trabajo personal del alumno: 270 h. (0%). Todas las competencias de la materia.
- Tutorías: 15 h. 50%
- Evaluación: 15 h. (10=%). Todas las competencias de la materia.

Nota: La realización del Trabajo de Fin de Grado se regirá por la normativa vigente al respecto disponible en el portal del alumnado.

3. SISTEMA 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 evaluación¹

Trabajo individual: 80%. Se valorarán aspectos tales como la redacción, congruencia entre el título y la propuesta. El alcance y coherencia de los objetivos planteados con el resto del trabajo. La creatividad, aportación y originalidad del mismo.

Exposición y defensa oral ante Tribunal: 20%. Se valorarán aspectos tales como la expresión oral y claridad expositiva. Los soportes utilizados y el atractivo visual de la presentación. La contestación a las preguntas del Tribunal.

Cada curso tendrá dos plazos de defensa cuyas fechas serán establecidas por el Departamento. Con carácter general, dichos plazos se ubicarán en los meses de junio-julio y septiembre. El estudiante podrá solicitar, por motivos de causa mayor, adelanto de convocatoria al Departamento, que decidirá al respecto y establecerá la fecha de la defensa (con carácter general se celebrará durante el mes de febrero).

Para la defensa en cualquiera de estos plazos deben respetarse los tiempos de entrega previos establecidos por el Departamento; plazos que estarán publicados en el Campus Virtual.

3.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

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. 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 en Periodismo.

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 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.	<p>Licenciada en Psicología y Doctora en Filosofía por la Universidad Complutense de Madrid. Es especialista en Investigación social, en el área de la comunicación. Con más de 25 años de experiencia investigadora, ha trabajado en distintos institutos de investigación, numerosas agencias de publicidad y para organismos públicos. 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 Monterrey, Campus Puebla (México).</p> <p>Es Investigadora Principal del grupo INNECOM (Investigación Nebrija Comunicación) de la Facultad de Artes y Comunicación de la Universidad Antonio de Nebrija. Imparte en la Universidad Antonio de Nebrija las asignaturas de Grado de Métodos de Investigación en Comunicación y de Teoría de la Comunicación, y de Máster de Metodologías de Investigación en Comunicación.</p> <p>Entre sus publicaciones más relacionadas con esta asignatura cabe destacar las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rubio-Romero, J. (2004). La identidad sexual de los jóvenes en la publicidad de Bacardí. Revista Trama y Fondo, 16, páginas 65-73. - Perlado Lamo de Espinosa, M. y Rubio-Romero, J. (2004). ¿Qué engancha a los jóvenes de la publicidad televisiva? "Claves" que están funcionando entre el público objetivo joven. Revista El Publicista, 97, páginas 52-53. - Rubio-Romero, J. (2007). "Be water my friend" o las identidades fluidas en las sociedades de consumo avanzado. Revista Investigación y Marketing, 96, páginas 6-10. - - Montesinos Mulleras, E. y Rubio-Romero, J. (2008). Fastest, una técnica cualitativa para detectar los problemas de comprensión de un mensaje publicitario. Revista EAN, 64, páginas 19-30. - Perlado, M. y Rubio-Romero, J. (2013). El marketing online: una oportunidad para las pymes. Revista Investigación y Marketing, 120, páginas 10-18. - Rubio-Romero, J. (2014). Las diosas de Desigual. Ponencia VII Congreso Internacional de Análisis Textual. Universidad Complutense. Madrid.

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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. Revista Icono14, Volumen (13), páginas 73-94. - Rubio-Romero, J. y Perlado Lamo de Espinosa, M. (2017). Snapchat o el impacto del contenido efímero. Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación), Nº 107, páginas 82-92 -Rubio-Romero, J., Ramos, M. y Perlado Lamo de Espinosa, M. (2018), Factores de notoriedad en la música que valoran los jóvenes en la publicidad. Revista Disertaciones. -Rubio-Romero, J., Jiménez Pelaez, 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. Revista Mediterránea de Comunicación (en proceso de edición) -Rubio-Romero 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 .
---	---