



GRADO EN PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING

Rama	Ciencias Sociales y Jurídicas
Campo de estudio	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas
Créditos ECTS	240 ECTS: 60 Básicos, 120 Obligatorios, 48 Optativos, 12 Trabajo de fin de grado
Resultados del Aprendizaje de la Titulación (RAT)	<p>RAT-K01 Identificar las principales teorías, modelos y tendencias de la comunicación y el comportamiento del consumidor.</p> <p>RAT-K02 Organizar equipos multidisciplinares en el desarrollo de proyectos de comunicación, publicidad y marketing.</p> <p>RAT-K03 Reconocer las estrategias óptimas para la toma de decisiones respetando la reputación de una empresa o marca en situaciones de crisis o de alto impacto mediático.</p> <p>RAT-K04 Demostrar el conocimiento del manejo de herramientas digitales y software especializado en la creación de campañas publicitarias, análisis de datos y gestión de la relación con el cliente (CRM).</p> <p>RAT-H01 Expresarse oralmente y por escrito de forma eficaz en catalán y castellano, con dominio del lenguaje especializado en la publicidad, las relaciones públicas y el marketing.</p> <p>RAT-H02 Aplicar técnicas de liderazgo y de trabajo en equipo para la resolución de problemas comunicacionales y de marketing.</p> <p>RAT-H03 Determinar situaciones o aspectos a mejorar en proyectos comunicativos propios o de organizaciones relacionadas con la publicidad, las relaciones públicas y el marketing.</p> <p>RAT-H04 Utilizar las fuentes de información de forma crítica y responsable en la publicidad, las relaciones públicas y el marketing.</p> <p>RAT-H05 Analizar el entorno socioeconómico, cultural y tecnológico en el que se desarrollan las actividades de publicidad, relaciones públicas y marketing en las actividades profesionales del sector y reconociendo su influencia.</p> <p>RAT-H06 Aplicar las herramientas de comunicación y medios para campañas publicitarias, de relaciones públicas y marketing.</p> <p>RAT-H07 Desarrollar campañas publicitarias, de relaciones públicas y de marketing que capturen la atención del público objetivo a partir de ideas creativas y originales.</p> <p>RAT-H08 Aplicar métodos de resolución de problemas comunicacionales y de marketing a partir del pensamiento innovador.</p> <p>RAT-H09 Aplicar modelos de análisis de datos de consumidores para campañas orientadas a resultados óptimos según el contexto.</p> <p>RAT-H10 Aplicar estrategias de marketing, publicidad y relaciones públicas en contextos internacionales, considerando las diferencias culturales y los mercados globales.</p> <p>RAT-C01 Evaluar el impacto social y medioambiental de actuaciones en la publicidad, las relaciones públicas y el marketing con la finalidad de contribuir a los ODS.</p> <p>RAT-C02 Integrar un razonamiento crítico y un compromiso con la pluralidad y diversidad de realidades de la sociedad actual de manera transversal en actividades vinculadas con la publicidad, las relaciones públicas y el marketing, desde el respeto a los derechos fundamentales, a la igualdad de mujeres y hombres y a la no discriminación.</p> <p>RAT-C03 Demostrar actitudes coherentes con las concepciones éticas, los códigos deontológicos y la integridad intelectual con conciencia de las implicaciones sociales de las diferentes actividades relacionadas con la publicidad, las relaciones públicas y el marketing.</p> <p>RAT-C04 Trabajar en equipo de forma eficiente y coordinada, tanto en equipos disciplinarios como interdisciplinarios, en el diseño, gestión, planificación y ejecución de proyectos y retos colectivos en la publicidad, relaciones públicas y el marketing.</p> <p>RAT-C05 Aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas a situaciones prácticas de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing.</p> <p>RAT-C06 Utilizar la capacidad de diagnosis y la creatividad para la resolución de problemas en el ámbito de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing.</p> <p>RAT-C07 Integrar habilidades de aprendizaje autónomo a partir de la capacidad de análisis, de reflexión, de síntesis, de visiones globales y de razonamiento experto en contextos comunicativos y de marketing.</p> <p>RAT-C08 Diseñar campañas de marketing, publicidad y relaciones públicas, gestionando los recursos de manera eficaz y eficiente.</p>
K: conocimientos	
H: habilidades	
C: competencias	

GUÍA DOCENTE

Curso 2026-27

Materia	Trabajo Fin de Grado					
Asignatura	Trabajo Fin de Grado					
Datos de la Asignatura	Código	Tipo	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA
	366148	TR	12	7 y 8	100%	Catalán / Castellano

Este plan docente es susceptible de ser modificado por causa de fuerza mayor o sobrevenida.



Contenido de la Asignatura

1. ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA.
2. PROGRAMACIÓN DEL TRABAJO Y SEGUIMIENTO.
3. INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.
4. REDACCIÓN DEL TRABAJO FINAL.
5. PREPARACIÓN DEL TRABAJO EXPOSITIVO.
6. DEFENSA ORAL ANTE EL TRIBUNAL.

Considerando la naturaleza integrativa del Trabajo de Fin de Grado, y la necesidad de evidenciar en él la totalidad de competencias y resultados del aprendizaje de la titulación, se contemplan en esta asignatura elementos elaborados en el semestre anterior.

El alumnado visualizará en el *Moodle* del TFG:

- La Campaña global realizada en grupo en el sexto semestre de la titulación y que comprende cinco asignaturas.
- También se tendrá acceso a las cinco propuestas adicionales para cada una de las materias que, a título individual, había realizado para el cliente (real) sobre el que se ha elaborado la investigación.
- Para el alumnado que repita la asignatura, si su calificación de curso/s anterior/es es:
 - “No presentado”, podrá repetir materia.
 - “Suspendido”, deberá elegir OBLIGATORIAMENTE una materia distinta.

Cada estudiante seleccionará, según su criterio, una de sus cinco propuestas (Trabajo Individual) que ya en su momento fueron validadas. En ningún caso puede realizarse el TFG sobre una materia y/o propuesta no superada o reconocida en el expediente académico del alumnado.

Si fuera conveniente, y de acuerdo con su tutor/a podrá reorientar y ampliar oportunamente si se considera necesario, manteniendo la esencia de la propuesta y de la materia.

Sistema de Evaluación específico de la asignatura

INFORMACIÓN PARA TODAS LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS Y TUTORÍAS

SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (DERECHOS DE AUTOR) SOBRE EL DERECHO AL HONOR, LA INTIMIDAD PERSONAL Y A LA PROPIA IMAGEN.

Se informa al alumnado y a toda la comunidad académica sobre la **captación, grabación y/o difusión de actividades en las que aparezcan personas físicas**, a fin de proteger su derecho al honor, a la intimidad personal y a la propia imagen y **contra el uso inadecuado de la propiedad intelectual (derechos de autor)**:

- **PROPIEDAD INTELECTUAL.**
Los **contenidos facilitados por el centro, así como aquellos preparados por el profesorado (incluidas explicaciones orales)** para el desarrollo de las sesiones lectivas **son objeto de propiedad intelectual** y, por tanto, no se pueden fotografiar, grabar, o distribuir sin el permiso de su autor/a, debiendo ajustarse el/la estudiante en su utilización, exclusivamente, a las finalidades de uso personal que académicamente le son propias.
- **DERECHO AL HONOR, INTIMIDAD PERSONAL Y A LA PROPIA IMAGEN DEL ALUMNADO, PROFESORADO Y PERSONAL DEL CENTRO.**
No está permitido captar, conservar o distribuir imágenes o grabaciones sin el consentimiento de las personas afectadas, ya sea durante las actividades lectivas o en las instalaciones del propio centro. La persona que capte, conserve o distribuya este contenido se convierte en el/la único/a responsable del uso ilícito o ilegítimo de estas imágenes o grabaciones.

Para el desarrollo de las evaluaciones y de la actividad educativa online se podrán habilitar videoconferencias y grabaciones, conforme a lo previsto en el artículo 6.1.c) y e) del Reglamento General de Protección de Datos.

La **imagen o voz del alumnado y profesorado emitida durante las actividades en línea constituye información personal**, en consecuencia, los/as estudiantes (o, en su caso, sus familiares, tutores legales o amistades) no deben grabarla para garantizar la seguridad y privacidad de los datos personales que contienen. La persona que capte, conserve o distribuya este contenido se convierte



en el/la único/a responsable del uso inadecuado de la imagen o grabación, como puede ser la publicación o distribución de contenido audiovisual sin el consentimiento de las personas que figuren en el mismo.

De acuerdo con el Título IX de la LODP, la difusión y publicación de contenido audiovisual sin consentimiento del/de la afectado/a puede ser objeto de una sanción económica por parte de la Agencia Española de Protección de Datos, además de otras responsabilidades legalmente previstas.

EVALUACIÓN

- La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante.
- La puntuación mínima para superar la asignatura es un 5.
- La matrícula de honor puede ser otorgada a partir de una calificación final de 10. El número de MH por curso está sujeto a la normativa vigente.
- Cualquier tipo de trabajo alternativo no tendrá efecto sobre la evaluación.

Estudiante y tutor/a acordarán los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** que se integrarán en el Trabajo de Fin de Grado.

Para el adecuado desarrollo de la evaluación, el/la estudiante **SE COMPROMETE**:

- A la autoría de su Trabajo de Fin de Grado.
 - Se aplicarán programas de prevención de plagio. La detección de esta infracción en un 20% o más del material comportará una calificación final de cero y puede dar paso a actuaciones disciplinarias por parte de la Escuela.
 - El/la docente tiene potestad para requerir al alumnado la defensa oral de cualquier elemento de evaluación para superarlo (por ejemplo, en caso de sospecha de uso indebido de la IA).
- Se compromete a la citación conveniente en caso de uso de cualquier recurso IA.
- A la corrección ortográfica, sintáctica y léxica del material presentado. Estos elementos forman parte intrínseca de la evaluación. Pueden comportar suspender la asignatura.
- A elaborar los contenidos de acuerdo con los criterios establecidos por el centro y/o el profesorado para cada uno de los elementos de evaluación.
- A realizar toda la entrega en el formato estipulado por el centro y dentro del plazo establecido y exclusivamente a través del *Moodle* de la asignatura.
- A realizar todas las comunicaciones con el/la docente exclusivamente: Vía *Moodle*.

EVALUACIÓN CONTINUADA Y EVALUACIÓN ÚNICA

Evaluación continuada:

La Escuela Superior de Relaciones Públicas, siguiendo la normativa de la Universidad de Barcelona, considera que todo/a estudiante accede directamente a este formato de evaluación.

Evaluación única:

Atendiendo a las características particulares de esta asignatura, **no se contempla** la opción de evaluación única.

EVALUACIÓN CONTINUADA

El procedimiento de evaluación para cada elemento está descrito en la **Rúbrica** que aparece en este documento.

- Para la evaluación de la asignatura es imprescindible seguir escrupulosamente todas las instrucciones descritas en el Plan Docente, el resto de material informativo disponible en el *Moodle* y las indicaciones colectivas e individuales del/la tutor/a.
- Al/la alumno/a le corresponde la responsabilidad e iniciativa del desarrollo de su trabajo escrito y será evaluado también por su capacidad de planificación. La figura del/la tutor/a es de acompañamiento.



ELABORACIÓN Y
DESARROLLO DEL
TRABAJO DE FIN DE
GRADO

FORMATO: ESCRITO
(DOC 1)

Elementos obligatorios del TFG:

DOS DOCUMENTOS: ESCRITO Y AUDIOVISUAL

DOC 1. TRABAJO ESCRITO.

FORMATO OBLIGATORIO DEL TRABAJO ESCRITO:

- ❖ Portada (indicando Universidad, Escuela, titulación, año académico, nombre de la asignatura, del tutor/a y del/la estudiante)
- ❖ Tipografía: Calibri 11
- ❖ Interlineado: 1,5
- ❖ Formato de paginación: Página 1 de n
- ❖ Extensión del trabajo: mínimo 30 y máximo 40 páginas
- ❖ Anexos aparte (también bibliografía –obligatorio citación APA-)

PUBLICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO:

Se publican en el *Moodle* DOS archivos, cada uno de ellos no deberán superar los 16MB.

- Archivo 1: TFG. Introducción y propuesta de TFG (sin anexos); y
- Archivo 2: Anexos de TFG (también bibliografía)

Archivo 1:

SUMARIO OBLIGATORIO:

Título del TFG (máximo 10 palabras)

Breve descripción del contenido (máximo 100 palabras)

Introducción

1. Estado actual de la marca.
2. Situación de los tres principales competidores y últimas acciones o campañas llevadas a cabo (si tienen una imagen de marca o vínculo con un *influencer* indicar cuál).
3. Análisis actual del sector.
4. Conclusiones sobre la investigación.

Propuesta

5. Públicos de la marca.
 6. DAFO de la marca.
 7. Introducción a la campaña.
 8. Objetivos.
 9. Estrategia argumentada.
 10. Propuesta de nombre campaña.
 11. Desarrollo de las acciones a presentar.
 12. Presupuesto real con PDF de empresas/*influencers* o *celebrities*/ proveedoras.
13. Conclusiones sobre el proyecto.
 14. Citar y justificar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que contempla el trabajo.

Archivo 2:

ANEXOS *

Anexo 1. *Citarlo de la siguiente manera:* "Trabajo colectivo final_nombre del grupo", publicado en la tarea CAMPAÑAS GRUPAL del Moodle TFG.

Anexo 2. *Citarlo de la siguiente manera:* "Trabajo individual. Campañas_nombre y apellidos del/la estudiante", publicado en la tarea CAMPAÑAS INDIVIDUAL del Moodle TFG.

Anexo 3.- Bibliografía

Obligatorio



	<p>3.1. Bibliografía que aporte información sobre la actividad de la marca y su situación actual tanto financiera como empresarial.</p> <p>3.2. Bibliografía que incluya artículos del sector en el que se vean las acciones o campañas llevadas a cabo por los competidores y por la propia marca.</p> <p>Anexos n. (si procede): "Título de la documentación que se adjunta".</p> <p>(*) Tener en cuenta: Los "Anexo 1", "Anexo 2" y "Anexo 3" debéis hacerlos constar en el Sumario, ya que hacen referencia a las campañas sobre las que se sustenta el Trabajo. "Anexos n" se puede añadir tantos documentos como sean necesarios para hacer constar cualquier elemento relevante que avale los elementos destacados en el trabajo.</p>	
<p>ELABORACIÓN Y DESARROLLO DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO</p> <p>FORMATO: AUDIOVISUAL (DOC 2)</p>	<p>DOC 2. DOCUMENTO AUDIOVISUAL.</p> <p>- Se presenta mediante un ENLACE:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Copiar en el <i>Moodle</i> el enlace del archivo audiovisual que habréis subido previamente en vuestro drive. 2.- Configurar el acceso compartido del enlace <u>-con envío de notificación-</u> a los correos del/la tutor/a, y también a: tfg@esrp.net <p>FORMATO del DOC. 2. TRABAJO AUDIOVISUAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Documento audiovisual de entre 3 y 6 minutos de duración y en formato MP4. ❖ El/la alumno/a debe aparecer la mayor parte del tiempo en la grabación presentando su propuesta. <p>Se valorará, entre otros ítems, la escenificación y adecuación del material utilizado. También, elementos de montaje y edición de interés</p>	<p>Obligatorio</p>
<p>DEFENSA DEL TFG</p>	<p>El TRIBUNAL, constituido por tres miembros, revisará los documentos presentados para la exposición y defensa del TFG: DOC 1 y DOC 2.</p> <p>El TRIBUNAL tendrá en cuenta la nota orientativa que ha propuesto el/la tutor/a teniendo en base al cumplimiento de los elementos de evaluación.</p> <p>El TRIBUNAL podrá convocar al/la estudiante para una nueva presentación con el fin que responda a las cuestiones que se le planteen.</p> <p>Los miembros del tribunal serán distintos a la persona que ha tutorizado el TFG.</p> <p>Elementos de la Rúbrica:</p> <p>Trabajo Escrito:</p> <ul style="list-style-type: none"> Presentación formal del documento. Formato exigido. Claridad y uso correcto del lenguaje escrito. Adecuación del planteamiento de la campaña (o investigación). Originalidad y creatividad de las propuestas. Valoración del análisis económico, jurídico y social de la propuesta. Valoración estratégica y grado de complejidad de la propuesta. Redacción y ortografía. Calidad del seguimiento en las tutorías. <p>Trabajo Audiovisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> Grado de ajuste al tiempo estipulado. Adecuación del formato. Escenificación y adecuación del material utilizado. Presentación. 	<p>RÚBRICA 100%</p>



	<p>Calidad de la estructura presentada.</p> <p>Aportación de elementos de montaje y edición de interés.</p> <p>Retórica y oratoria.</p> <p>Empleo de un lenguaje audiovisual coherente.</p> <p>Aportación de elementos creativos de interés.</p> <p>Acredita resultado previsto de aprendizaje.</p>	
--	---	--

REVALUACIÓN		
<p>➤ Los estudiantes cuya calificación sea de “no presentado” en la evaluación <u>no</u> podrán acceder a esta convocatoria. Su calificación final será de NO PRESENTADO.</p>		
ELEMENTO DE REVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	CRITERIO
Trabajo: DOC 1 y DOC 2	<p>El trabajo escrito y/o la pieza audiovisual suspendidas deberán presentarse debidamente mejorados en todos los aspectos indicados por el/la tutor/a.</p> <p>➤ Se deberá hacer una entrega conjunta OBLIGATORIA del DOC 1 y el DOC 2 para acceder a la reevaluación.</p>	Obligatorio
DEFENSA DEL TFG	<p>El TRIBUNAL, constituido por tres miembros, revisará los documentos presentados para la exposición y defensa del TFG: DOC 1 y DOC 2.</p> <p>El TRIBUNAL tendrá en cuenta la nota orientativa que ha propuesto el/la tutor/a teniendo en base al cumplimiento de los elementos de evaluación.</p> <p>El TRIBUNAL podrá convocar al/la estudiante para una nueva presentación con el fin que responda a las cuestiones que se le planteen.</p> <p>Los miembros del tribunal serán distintos a la persona que ha tutorizado el TFG.</p> <p>Elementos de la Rúbrica:</p> <p>Trabajo Escrito:</p> <ul style="list-style-type: none"> Presentación formal del documento. Formato exigido. Claridad y uso correcto del lenguaje escrito. Adecuación del planteamiento de la campaña (o investigación). Originalidad y creatividad de las propuestas. Valoración del análisis económico, jurídico y social de la propuesta. Valoración estratégica y grado de complejidad de la propuesta. Redacción y ortografía. Calidad del seguimiento en las tutorías. <p>Trabajo Audiovisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> Grado de ajuste al tiempo estipulado. Adecuación del formato. Escenificación y adecuación del material utilizado. Presentación. Calidad de la estructura presentada. Aportación de elementos de montaje y edición de interés. Retórica y oratoria. 	RÚBRICA 100%



Empleo de un lenguaje audiovisual coherente.
Aportación de elementos creativos de interés.
Acredita resultado previsto de aprendizaje

Resultados de Aprendizaje de la Asignatura / Materia (RAM)

K: conocimientos
H: habilidades
C: competencias

RAM-K80 Distinguir la información necesaria de diversas fuentes de calidad en favor del valor académico del trabajo.
RAM-H95 Producir una propuesta audiovisual complementaria al trabajo escrito de Marketing, Publicidad o Relaciones Públicas.
RAM-C92 Defender una propuesta individual de Marketing, Publicidad o Relaciones Públicas.
RAM-C93 Integrar el proceso de investigación académico que requiere un trabajo final de grado.
RAM-C94 Desarrollar una actitud innovadora en los ámbitos del Marketing, la Publicidad y las Relaciones Públicas.
RAM-C95 Defender oralmente la propuesta a partir de la sintetización de la información extraída.

FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICA

PARA TODAS LAS UNIDADES FORMATIVAS

Identificación y reflexión sobre los objetivos para el desarrollo sostenible ([ODS](#)).

<https://crai.ub.edu/es/search/node/tfg>

[Norma reguladora de TFE de la ESRP. Aprobada por la Universidad de Barcelona.](#)

Actividades Formativas

Planificación genérica según Memoria Verifica

- Trabajo escrito (informe, memoria, diario de campo, proyectos ...).
- Trabajo audiovisual (vídeos...).
- Exposición oral.
- Trabajo con fuentes de información (búsqueda de información, lectura de documentos, visualización de vídeos...).
- Aprendizaje autónomo.

Metodologías docentes de la Materia: elementos disponibles.

Planificación genérica según Memoria Verifica

- Trabajos individuales de trabajo de fin de grado.
- Dirección de trabajo de fin de grado.

Sistema de Evaluación de la Materia: elementos disponibles.

Planificación genérica según Memoria Verifica

- Defensa y argumentación en debates o TFG.
- TFG.