

## GUÍA DOCENTE

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

**Máster:** Máster Interuniversitario en DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga

**Centro de adscripción:** Escuelas de Doctorado, Universidad de Cádiz

**Centro de impartición:** Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Campus de Jerez de la Frontera, Universidad de Cádiz

**Asignatura:** Trabajo de Fin de Máster

**Tipo:** Obligatoria

**Código:** 1364901

**Idioma:** Español

**Número de créditos:** 12

**Número de horas de dedicación del estudiante:** 285

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

La defensa pública del Trabajo de Fin de Máster sólo podrá realizarse cuando el/la alumno/a haya superado el resto de los créditos del Máster.

El Trabajo de Fin de Máster (TFM) debe estar dirigido por un/a profesor/a del Máster, doctor, que imparta docencia en cualquiera de las universidades intervinientes (Universidad de Málaga y Universidad de Cádiz). El procedimiento llevado a cabo para la elección y realización de los TFM parte de una propuesta del alumnado, que se trabaja posteriormente con la coordinación, la tutoría y dirección correspondiente de manera conjunta para la mejor consecución de los objetivos propuestos.

El calendario para la presentación y defensa del TFM es el aprobado para las titulaciones de máster de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, sede en la que se imparte el Máster. Debe enviarse la solicitud de presentación y el TFM en formato pdf por correo

electrónico a la Coordinadora del Máster así mismo debe entregarse una copia impresa de estos documentos en Secretaría de Decanato.

La defensa del TFM es de carácter público y se realizará ante una comisión. Este tribunal califica el TFM, emitiendo un acta con la calificación otorgada.

Será obligatoria la defensa pública del TFM ante el Tribunal de Evaluación, compuesto por tres doctores- profesores del Máster que impartan docencia en cualquiera de las universidades intervinientes-. El acto de defensa pública se realizará durante aproximadamente 15 minutos, respondiéndose al finalizar la exposición pública a las cuestiones que le planteen estos evaluadores u otros asistentes a la presentación. Los criterios de evaluación se aplicarán teniendo en cuenta la memoria escrita presentada, la presentación realizada y la defensa de la misma.

Además de atender a estos puntos básicos que recogen el carácter interuniversitario del título, cada una de las Universidades intervinientes, tiene desarrollado su reglamento marco de Trabajos Fin de Máster, pero que no impide la aplicación del carácter interuniversitario del Máster, en cuanto a la realización y defensa pública de los TFM.

En lo que respecta a la Universidad de Cádiz, en su REGLAMENTO MARCO UCA/CG07/2012, DE 13 DE JULIO DE 2012, DE TRABAJOS FIN DE GRADO Y FIN DE MÁSTER DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ (Aprobado por acuerdo de Consejo de Gobierno de la Universidad de Cádiz en sesión ordinaria celebrada el día 13 de julio de 2012, publicado en el BOUCA núm. 148) ([http://www.uca.es/recursos/doc/Unidades/normativa/alumnos/941175087\\_307201213819.pdf](http://www.uca.es/recursos/doc/Unidades/normativa/alumnos/941175087_307201213819.pdf)), recoge en los artículos 5 y 7 la información correspondiente a la defensa de los TFM:

Particularmente, la Escuela de Doctorado EDUCA que es el Centro al que está adscrito el Máster, está trabajando en la elaboración de un Reglamento específico referido a los Trabajos Fin de Máster.

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- 1- Elaboración de un trabajo que implique la aplicación de los conocimientos adquiridos.
- 2- Presentación escrita de los resultados del trabajo realizado.
- 3- Presentación oral y defensa de los resultados ante una comisión evaluadora.

A la finalización de esta asignatura el/la alumno/a será capaz de:

- Elaborar reflexiones con seriedad científica sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la comunicación.
- Estar capacitado/a para comunicarse con la comunidad científica de sus conclusiones, conocimientos y razones sobre la temática objeto de investigación.

#### COMPETENCIAS

##### Básicas y Generales

CG2 - Planificar oportunidades y la capacidad de aprendizaje autónomo, que permita buscar y profundizar en esas oportunidades.

CG4 - Seleccionar las técnicas de análisis adecuadas en función de las necesidades de investigación con criterios científicos.

CG5 - Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos. CG6 - Diseñar y ejecutar investigaciones, así como realizar publicaciones científicas.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

#### Transversales

CT3 - Revisar los nuevos comportamientos sociales e individuales, especialmente en el contexto de la nueva cultura digital.

CT5 - Proyectar los conocimientos adquiridos en el ejercicio profesional.

#### Específicas

CE4 - Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de la comunicación.

CE6 - Capacidad para interpretar las implicaciones y efectos de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas

CE9 - Validar y evaluar las tendencias en comunicación a partir de procesos de innovación tecnológica

CE10 - Comprender y aplicar las principales técnicas de medición y evaluación en comunicación.

### CONTENIDOS

La elaboración del proyecto posibilita que el alumnado sea capaz de elaborar textos científicos a partir de la siguiente estructura:

- Portada
- Introducción: delimitación, interés, estructura de la investigación
- Fundamentación teórica o estado actual del tema objeto de estudio
- Objetivos y metodología de la investigación
- Investigación y resultados
- Discusión y conclusiones
- Fuentes consultadas
- Anexos

El proyecto permitirá capacitar al alumno/a en habilidades de aprendizaje que coadyuven al estudio autónomo de entornos poco conocidos o situaciones novedosas. Las actividades dirigidas por el/la directora del proyecto permitirán que el alumnado sepa aplicar los conocimientos adquiridos dentro de contextos multidisciplinares relacionados con la comunicación en las organizaciones.

#### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación son:

- Acotación del problema estudiado y delimitación precisa de los objetivos.
- Calidad de la redacción, conocimiento de la materia y utilización adecuada de la bibliografía pertinente.
- Profundidad y rigurosidad del marco teórico.
- Metodología y herramientas usadas para el análisis.
- Calidad del desarrollo argumental y aportaciones de resultados y conclusiones.
- Presentación y defensa ante el Tribunal.