



Trabajo Fin de Grado/ Final Degree Project

**Grado en Comunicación
Corporativa, Protocolo y
Organización de Eventos
2025-26**

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Trabajo Fin de Grado / Final Degree Project

Titulación: Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos

Curso Académico: 2025-26

Carácter: Obligatorio

Idioma: español / inglés

Modalidad. Presencial / virtual

Créditos: 12

Curso: 4º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. Virginia Navarro Mangado / Dr. D. Fernando Bonete Vizcaino

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. Competencias¹

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.

Demostrar la capacidad de 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.

¹ La Facultad Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija aprobó en Junta de Facultad de fecha 4 de julio de 2013 unificar los criterios de evaluación y la redacción -que no naturaleza y objetivos- de las competencias en aquellas asignaturas compartidas entre distintos programas. Con ello, la Facultad de Comunicación y Artes pretende mejorar la coordinación horizontal en los programas de grado y homogeneizar las características de las materias y requisitos solicitados al alumno

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 y presentar y defender ante un tribunal académico, consistente en un proyecto en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas de naturaleza profesional en el que se sinteticen e integren 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

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

2.4 Actividades formativas

Modalidad Presencial/ virtual:

- Trabajo personal del alumno: 270h (90%).
- Tutorías 18h (6%)
- Evaluación: 12h (4%).

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 evaluación²

- 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 noviembre-diciembre y junio. 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.

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 Publicidad y Relaciones Públicas.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Virginia Navarro Mangado
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Ciencias de la Información
Correo electrónico	vnavarro@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>Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (2015) Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (UCM, 1991).</p> <p>Desde 1992 ha desarrollado su actividad profesional como Consultora especialista en Procesos de Influencia, colaborando en Programas de Comunicación Corporativa con entidades como Ministerio de Defensa (ISFAS), Instituto de Empresa, Ilustre Colegio de Abogados de Madrid, Visa Citibank España, American Express, Cepsa, NH Hoteles, Unión Fenosa, Laboratorios Wyeth, Morgan Stanley, Antena 3, Iberia, Grupo Cortefiel, Sage, DHL, Crédito y Caución, Junta de Extremadura, Grupo RCH, IYCSA, Centro de Ensayos Innovación y Servicios, S.L. (C.E.I.S)...</p> <p>En docencia académica imparte diferentes asignaturas en grados y postgrados universitarios, (Universidad Nebrija y UCM) y ciclos técnicos superiores (Cámara de Comercio de Madrid)</p> <p>Labor investigadora en Comunicación de Crisis, con publicaciones como “La incidencia de las campañas electorales en la construcción de la imagen de los hospitales. Las crisis en los hospitales madrileños.” (UCM, 2015)</p> <p>Directora de Comunicación, Marketing y Recursos Humanos en Security World Wide, S.L.: Diseño, organización y ejecución de las estrategias comerciales y de promoción de los espacios dedicados a organización de eventos y espacios de ventas temporales.</p>

Nombre y Apellidos	Dr. D. Fernando Bonete Vizcaino
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctor en Comunicación Social. Acreditado por ANECA
Correo electrónico	fbonete@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.	Fernando Bonete es doctor en Comunicación Social y profesor contratado doctor (ANECA). Ejerce la docencia como profesor titular y director del Grado en Comunicación Corporativa de la Universidad Nebrija. En redes sociales es uno de los divulgadores digitales más importantes de España. Su cuenta de Instagram @en_bookle reúne a más de 400.000 personas en torno a la cultura y la literatura. Además, es colaborador habitual de diversos medios de comunicación. Su trabajo ha sido reconocido con el Premio EDE Literatura 2022 y el Premio Lolo de Periodismo 2023. Es autor de los libros "Cultura de la cancelación. No hables, no preguntes, no pienses" (Ciudadela); "La guerra imaginaria. Desmontando el mito de la inteligencia artificial con Asimov" (Siglo XXI); y "Malas lenguas. 100 anécdotas de escritores de casi todos los tiempos" (Ediciones B). Como investigador, ha publicado decenas de investigaciones en revistas científicas y libros de alcance nacional e internacional. Actualmente es miembro del proyecto de investigación "Politainment ante la fragmentación mediática: desintermediación, engagement y polarización" (PID2020-114193RB-I00) financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, y de los grupos de investigación Innovación en Comunicación y Medios (INNOMEDIA) de la Universidad Nebrija e Investigación en Comunicación a través de la Imagen y el Diseño (ICOIDI) de la Universidad CEU San Pablo. También ha formado parte de proyectos de investigación para instituciones y medios de comunicación como el Observatorio Digital de Medios de la Comisión Europea, Atresmedia Corporación, RTVE, ZDF, France24 y Santander Universities.