

A large, light gray, stylized profile of a man with a cap and curly hair, facing right, serving as a background for the top half of the page.

Trabajo fin de grado
/Final Degree Project

Grado en Publicidad y
Relaciones Públicas
2025-26



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Trabajo Fin de Grado / Final Degree Project

Titulación: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Carácter: Trabajo fin de grado

Idioma: Español / inglés

Modalidad: Presencial

Curso Académico: 2025-26

Créditos: 12

Curso: 4º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. Marta Perlado Lamo de Espinosa

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 sintetizen 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

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	90	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	150	0%
AF3	Tutorías	30	50%
AF4	Evaluación	30	100%
		300	

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 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.

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. Marta Perlado Lamo de Espinosa
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (1999) y Licenciada en Ciencias de Información (Rama Publicidad y RR.PP.) por la misma universidad. (1989)
Correo electrónico	mperlado@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

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Tras 30 años como docente e investigador en la Universidad Nebrija de Madrid, en la actualidad es catedrática en la Facultad de Comunicación y Artes de la misma universidad, y Decana de la misma Facultad (2013). Desde 1995 imparte docencia en el área de Publicidad y RR.PP. de la Universidad Nebrija, tanto en grado como en postgrado, entre otras, en asignaturas relacionadas con la publicidad y los medios de comunicación. Asimismo, ha colaborado como profesora y conferenciante en la Universidad Complutense de Madrid y en varios centros de formación y Escuelas de Negocios. Su actividad docente está avalada por excelentes resultados en numerosas encuestas de estudiantes, así como por los procesos de evaluación del programa Docencia.</p> <p>En el ámbito de la gestión académica, posee el Diploma de Experto en Alta Dirección de Universidades por la Universidad Nebrija (2015) y ha pasado por varios puestos de dirección académica como el de vicedecana, jefa de estudios de publicidad, directora del departamento de publicidad y marketing, y coordinadora académica. Desde diciembre de 2024 es la directora de la Cátedra Nebrija - L'Oréal Groupe (BELSILVER) en Comunicación, Imagen y Bienestar en la Generación Silver, creada para profundizar en el conocimiento de los comportamientos y actitudes de los mayores de 55 años.</p> <p>Además de esta línea de investigación, su actividad investigadora está centrada en otras dos perspectivas; por un lado, en los medios de comunicación, audiencias, planificación de medios y comunicación digital y, por otro, en las competencias y perfiles profesionales de la comunicación digital. Ha sido IP del grupo de la Universidad Nebrija del proyecto Nacional "COMPENSA, Competencias Digitales para la Empleabilidad de Personas con Discapacidad en el Sector Audiovisual", Plan Nacional de I+D+i, en colaboración con la Universidad Complutense de Madrid; del PROYECTO I+D+i. "MARKETNET-Canal temático formativo y de asesoramiento sobre técnicas actualizadas de marketing online" (2009) Proyecto Nacional/ Cooperativo (Tractor Avanza); y del PROYECTO "Estudio TICOMCOR. Investigación de las Titulaciones Universitarias en Comunicación Corporativa en España: perfiles, contenidos y competencias" (2015) de DIRCOM. Autora de los libros Planificación de medios de comunicación de masas; coeditora en Audiencias y medios digitales: más allá del dato; Sociedad Digital y Empleabilidad en Comunicación; El creativo publicitario en la era digital. Nuevos roles y destrezas profesionales; Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la Comunicación. Evaluadora en El Profesional de la Información, Comunicar, Trípodos, Prisma Social, Revista Latina de Comunicación, Fonseca, entre otros.</p>
---	---