

Trabajo de Fin de Máster

Código: 44115
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4313256 Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad	OB	0	2

Contacto

Nombre: Francesc Xavier Ribes Guardia

Correo electrónico: Xavier.Ribes@uab.cat

Otras observaciones sobre los idiomas

El TFM podrá redactarse en castellano, catalán o inglés

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Equipo docente

Montse Bonet Bagant

Josep Maria Català Domènech

Matilde Delgado Reina

Rosa Franquet Calvet

María Gutiérrez García

Juan Bautista Hernández Gómez

Josep Maria Martí Martí

Emili Prado Pico

Joaquín Puig González

José Luis Terrón Blanco

José Luis Valero Sancho

Natividad Ramajo Hernández

Nuria Garcia Muñoz

Carles Llorens Maluquer

María Teresa Soto Sanfiel

Emilio Fernández Peña

Belen Monclús Blanco

Oscar Coromina Rodríguez

Virginia Luzón Fernández

Celia Andreu Sánchez

Prerequisitos

Haber cursado los créditos del máster correspondientes a seminarios y/o prácticas externas

Objetivos y contextualización

El objetivo del Trabajo Final de Máster es verificar la adquisición de las competencias asociadas al máster

Competencias

- Analizar críticamente las teorías y modelos analíticos de la comunicación audiovisual y publicitaria.
- Analizar los resultados de investigación para obtener nuevos productos o procesos, valorando su viabilidad industrial y comercial para su transferencia a la sociedad.
- Aplicar modelos validados de análisis de contenidos, de evaluación de políticas, de estudios de recepción y análisis de industrias del sector audiovisual y publicitario.
- Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de habilidades operativas en el uso de las TIC.
- Demostrar una actitud despierta, innovadora y analítica en relación con los interrogantes de investigación
- Elaborar, planificar, dirigir, coordinar y gestionar proyectos de investigación académicos y/o profesionales en el ámbito de la comunicación audiovisual y publicitaria siguiendo criterios de calidad, igualdad y responsabilidad ética y social.
- Identificar y comprender los principales fenómenos que inciden en las industrias, las políticas, los contenidos audiovisuales y publicitarios, así como en su recepción.
- Planificar las tareas de acuerdo a los recursos humanos, instrumentales y temporales disponibles, siendo capaz de mejorar el rendimiento.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Seleccionar, diseñar y aplicar estrategias metodológicas de investigación científica en el estudio de la comunicación audiovisual y en el desarrollo de productos.
- Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades y consecuencias que éstas conllevan.

Resultados de aprendizaje

1. Analizar los resultados de investigación para obtener nuevos productos o procesos, valorando su viabilidad industrial y comercial para su transferencia a la sociedad.
2. Aplicar modelos de análisis al fenómeno estudiado en el TFM
3. Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de habilidades operativas en el uso de las TIC.
4. Communicate and justify conclusions clearly and unambiguously to both specialised and non-specialised audiences.
5. Continue the learning process, to a large extent autonomously
6. Demostrar una actitud despierta, innovadora y analítica en relación con los interrogantes de investigación
7. Determinar el modelo teórico y analítico desde el que se abordará el TFM
8. Establecer el cronograma y plan de trabajo del TFM
9. Identificar y seleccionar el fenómeno sobre el que centrará su Trabajo de Fin de Master
10. Integrate knowledge and use it to make judgements in complex situations, with incomplete information, while keeping in mind social and ethical responsibilities.
11. Planificar las tareas de acuerdo a los recursos humanos, instrumentales y temporales disponibles, siendo capaz de mejorar el rendimiento.

12. Seleccionar la metodología adecuada para cumplir con los objetivos marcados por el TFM
13. Solve problems in new or little-known situations within broader (or multidisciplinary) contexts related to the field of study.
14. Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades y consecuencias que éstas conllevan.

Contenido

El Trabajo Final de Máster (TFM) es un trabajo académico autónomo que consiste en la realización de un proyecto de investigación integral dentro de cualquier ámbito de las políticas, la industria, los mercados o la generación, producción, distribución y consumo de los contenidos audiovisuales y publicitarios.

Los contenidos del TFM se acuerdan entre el tutor o tutora y el o la estudiante

Metodología

La extensión del TFM (incluyendo bibliografía) será de entre 12.000 y de 18.000 palabras. El trabajo se puede redactar en castellano, catalán o inglés.

Se deberán realizar un mínimo de 3 tutorías presenciales y deberá firmarse la ficha de tutorías en cada ocasión (tanto por el alumno/a como por el tutor/a). Esta ficha deberá entregarse obligatoriamente con la copia escrita del TFM el día de entrega definitiva a la Coordinación del Máster. Excepcionalmente, y previa autorización del coordinador/a, se podrá realizar alguna tutoría obligatoria de manera virtual. Además de las tutorías fijadas, se podrán acordar otras tutorías extraordinarias.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	6	0,24	2, 7, 9, 4, 12
Tipo: Autónomas			
Investigación i redacción del TFM	142	5,68	1, 3, 6, 8, 11, 14, 10, 13, 5

Evaluación

Los TFM serán presentados en un acto público ante un tribunal evaluador formado por tres miembros del profesorado del departamento de Comunicació Audiovisual i Publicitat. Los TFM serán enviados en formato PDF a la Coordinación del Master siguiendo las indicaciones. Además del archivo PDF se deberá entregar una copia impresa del trabajo a la Coordinación del Máster junto a la ficha de las tutorías.

El trabajo se valorará en función de los siguientes criterios:

1. Originalidad y oportunidad del objeto propuesto
2. Viabilidad de las preguntas de investigación e hipótesis
3. Adecuación de la metodología propuesta a los objetivos planteados
4. Comprensión de los principales antecedentes del marco teórico planteado
5. Descripción de resultados a partir del análisis propuesto
6. Capacidad de describir las aportaciones de la investigación en las conclusiones
7. Demostración de las capacidades de expresión oral y escrita
8. Manejo de las fuentes bibliográficas y corrección en las citas

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Presentación y Defensa del TFM	100 %	2	0,08	1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 11, 14, 10, 13, 4, 5, 12

Bibliografía

El módulo de TFM no tiene una bibliografía común