

**Treball de Final de Màster**

Codi: 44115  
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4313256 Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat	OB	0	2

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

**Professor/a de contacte**

Nom: Francesc Xavier Ribes Guardia

Correu electrònic: Xavier.Ribes@uab.cat

**Utilització d'idiomes a l'assignatura**

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

**Altres indicacions sobre les llengües**

El TFM podrà redactar-se en castellà, català o anglès

**Equip docent**

Josep Maria Català Domènech

Matilde Delgado Reina

Rosa Franquet Calvet

María Gutiérrez García

Josep Maria Martí Martí

Emili Prado Pico

Joaquín Puig González

José Luis Terrón Blanco

José Luis Valero Sancho

Natividad Ramajo Hernández

Carles Llorens Maluquer

Maria Teresa Soto Sanfiel

Emilio Fernández Peña

Belen Monclús Blanco

Oscar Coromina Rodríguez

Virginia Luzón Fernández

Celia Andreu Sánchez

**Prerequisits**

Haver cursat els crèdits del màster corresponents a seminaris i/o pràctiques externes

## Objectius

L'objectiu del Treball Final de Màster és verificar l'adquisició de competències associades al màster

## Competències

- Analitzar críticament les teories i els models analítics de la comunicació audiovisual i publicitària.
- Analitzar els resultats de recerca per obtenir nous productes o processos, valorant-ne la viabilitat industrial i comercial per a la seva transferència a la societat.
- Aplicar models validats d'anàlisi de continguts, d'avaluació de polítiques, d'estudis de recepció i d'anàlisi d'indústries del sector audiovisual i publicitari.
- Buscar informació en l'entorn científicotècnic i tenir habilitats operatives en l'ús de les TIC
- Demostrar una actitud desperta, innovadora i analítica en relació amb els interrogants d'investigació
- Elaborar, planificar, dirigir, coordinar i gestionar projectes de recerca acadèmics i professionals en l'àmbit de la comunicació audiovisual i publicitària seguint criteris de qualitat, igualtat i responsabilitat ètica i social.
- Identificar i comprendre els principals fenòmens que incideixen en les indústries, les polítiques i els continguts audiovisuals i publicitaris, així com en la seva recepció.
- Planificar les tasques d'acord amb els recursos humans, instrumentals i temporals disponibles, i ser capaç de millorar el rendiment
- Prendre decisions i assumir-ne les responsabilitats i conseqüències
- Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis
- Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats
- Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit
- Seleccionar, dissenyar i aplicar estratègies metodològiques de recerca científica en l'estudi de la comunicació audiovisual i el desenvolupament de productes
- Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca

## Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar els resultats de recerca per obtenir nous productes o processos, valorant-ne la viabilitat industrial i comercial per a la seva transferència a la societat.
2. Aplicar models d'anàlisi al fenomen estudiat en el TFM.
3. Buscar informació en l'entorn científicotècnic i tenir habilitats operatives en l'ús de les TIC
4. Demostrar una actitud desperta, innovadora i analítica en relació amb els interrogants d'investigació
5. Determinar el model teòric i analític des del qual s'abordarà el TFM.
6. Establir el cronograma i pla de treball del TFM.
7. Identificar i seleccionar el fenomen en el qual se centrarà el treball de final de màster (TFM).
8. Planificar les tasques d'acord amb els recursos humans, instrumentals i temporals disponibles, i ser capaç de millorar el rendiment
9. Prendre decisions i assumir-ne les responsabilitats i conseqüències
10. Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis
11. Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
12. Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats

13. Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit
14. Seleccionar la metodologia adequada per complir els objectius marcats pel TFM.

## Continguts

El Treball Final de Màster (TFM) és un treball acadèmic autònom que consisteix en la realització d'un projecte de recerca dins de qualsevol àmbit de les polítiques, la indústria, els mercats o la generació, producció, distribució i consum de continguts audiovisuals i publicitaris.

Els continguts del TFM es consensuen entre el tutor o tutora i el o la estudiant

## Metodologia

L'extensió del TFM (bibliografia inclosa) serà d'entre 12.000 i 18.000 paraules. El treball pot ser redactat en castellà, català o anglès.

Caldrà mantenir un mínim de 3 tutories presencials i signar la fitxa de tutories en cada reunió (tant el o l'alumna com el tutor o tutora). Aquesta fitxa s'ha d'adjuntar obligatòriament amb la còpia impresa del TFM el dia del lliurament definitiu a la Coordinació del Màster. Excepcionalment, i prèvia autorització del coordinador/a, es podria acordar que alguna tutoria obligatòria es fes de manera virtual. A més de les tutories fixades, es poden acordar tutories extraordinàries.

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Supervisades			
Tutories	6	0,24	2, 5, 7, 12, 14
Tipus: Autònomes			
Recerca i Redacció del TFM	142	5,68	1, 3, 4, 6, 8, 9, 10, 11, 13

## Avaluació

Els TFM es presentaran en un acte públic davant d'un tribunal avaluador format per 3 membres del professorat del departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat. Els TFM hauran de ser lliurats a la Coordinació del Màster en format PDF seguint les indicacions. A més, caldrà lliurar una còpia impresa del treball juntament amb la fitxa de tutories.

El treball es valorarà d'acord amb els següents criteris:

1. Originalitat i oportunitat de l'objecte proposat
2. Viabilitat de les preguntes de recerca i hipòtesis
3. Adequació de la metodologia proposada als objectius plantejats
4. Comprensió dels principals antecedents del marc teòric plantejat
5. Descripció de resultats a partir de l'anàlisi proposada
6. Capacitat de descriure les aportacions de la investigació en les conclusions
7. Demostració de les capacitats d'expressió oral i escrita
8. Gestió de les fonts bibliografies i correcció en les citacions

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Presentació i Defensa del TFM	100 %	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14

## **Bibliografia**

El mòdul de TFM no compta amb una bibliografia comuna