

Líneas temáticas para la realización del Trabajo Fin de Grado

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas – Curso 2019-2020

Línea Temática	Departamento	TFG ofertados	Descriptorios
Comunicación e Identidades Sociales	Sociología: Metodología y Teoría	2	Comunicación, Identidad; Representaciones sociales; Cambios
Comunicación Institucional, imagen pública y RSC	Teoría y Análisis de la Comunicación	20	Desarrollo de campañas institucionales. Proyectos de comunicación e imagen pública. Investigación de los intangibles. Desarrollo e investigación de proyectos de responsabilidad social corporativa. Comunicación de ONG 's.
Comunicación, Tecnología y Sociedad del Conocimiento	Sociología: Metodología y Teoría	3	Cambios comunicativos-TIC-Sociedad del conocimiento
Creación y Producción de la Comunicación Publicitaria	Ciencias de la Comunicación Aplicada	40	El proceso de creación publicitaria; Redacción publicitaria; Creatividad en los medios no convencionales
Cuestiones jurídicas de la comunicación	Derecho Constitucional	15	Derechos fundamentales, menores, transparencia, nuevas tecnologías, derechos de autor, transparencia, consumidores y usuarios...
Documentación en Publicidad y Relaciones Públicas	Biblioteconomía y Documentación	7	Estrategias y perspectivas documentales en la información digital; Fuentes de información para la publicidad; Proceso documental aplicado a las agencias de publicidad; Centros de documentación en las Agencias de Publicidad; Nuevos formatos publicitarios y sus aportes documentales; Modelos de centros de documentación en las agencias de publicidad; Gestión de los contenidos documentales en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas; Fotografía documental como elemento de comunicación publicitaria
Economía Aplicada a la Publicidad y las Relaciones Públicas	Economía Aplicada, Pública y Política	4	Economía y Sistemas Económicos. El Mercado. La Empresa e Industria. Agregados Macroeconómicos. Sector Público. Dinero e Inflación. Mercado de Trabajo. Comercio Internacional. Crecimiento Económico. Instituciones Económicas.
Entorno comunicacional y fenómenos de la Globalización	Sociología: Metodología y Teoría	7	Cambios comunicacionales; Globalización
Ética del Periodismo, la Comunicación Audiovisual y la Publicidad	Periodismo y Nuevos Medios	5	Ética de la comunicación, Códigos deontológicos en Publicidad y RRPP
Geopolítica y conflictos internacionales. Procesos de integración internacional	Relaciones Internacionales e Historia Global	9	Tratamiento de los fundamentos de la geopolítica y conflictos internacionales así como los procesos de integración internacionales. Idear, planificar y ejecutar proyectos informativos comunicativos en relación con la geopolítica, los conflictos internacionales y los procesos de integración internacional. Y estudiar todos los aspectos de la realidad internacional.
Gestión de intangibles	Ciencias de la Comunicación Aplicada	20	Reputación corporativa; Gestión de marca; Responsabilidad social de las empresas; Cultura de las organizaciones

Líneas temáticas para la realización del Trabajo Fin de Grado

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas – Curso 2019-2020

Línea Temática	Departamento	TFG ofertados	Descriptorios
Historia de la Comunicación	Periodismo y Comunicación Global	4	Información, persuasión y entretenimiento en prensa, medios audiovisuales e Internet
Investigación aplicada a la Publicidad, las RRPP y el Neuromarketing.	Teoría y Análisis de la Comunicación	20	Investigación de la eficacia publicitaria y de RRPP, investigación para definir la estrategia y/o la creatividad, insight del consumidor o las audiencias, investigaciones pretest y post-test; neuromarketing: métodos y técnicas de investigación aplicadas a la publicidad (EEG, Eye-tracking, GSR, Facial Expression, etc.)
Investigación en Marketing	Organización de Empresas y Marketing	3	El trabajo consistirá en el planteamiento y realización de una investigación comercial sobre un producto o servicio, siguiendo la estructura propia de los estudios de mercado. Se revisarán y analizarán fuentes de información secundarias, se utilizarán técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas, y se incluirán resultados y conclusiones que sirvan como base para la toma de decisiones en marketing.
Las TIC aplicadas a la Publicidad: campañas digitales, gaming, e-sport, big data, social media, etc.	Teoría y Análisis de la Comunicación	10	Campañas digitales, gaming, e-sport, bigdata, social media, influencers, etc.
Literatura y Publicidad, Mitos, Novela, Poesía, Pintura retórica	Literatura Española, Literatura Hispanoamericana y Bibliografía Literaria	10	Literatura y Publicidad, Mitos, Novela, Poesía, Pintura retórica
Marketing aplicado a la Comunicación	Organización de Empresas y Marketing	9	El trabajo consistirá en la aplicación práctica de las diferentes áreas del marketing desde la perspectiva de una compañía de productos de consumo o servicios que realiza comunicación publicitaria. Se profundizará en el comportamiento e investigación del consumidor, la planificación estratégica del marketing, la política de productos, la distribución, así como la comunicación de carácter comercial.
Marketing Estratégico	Organización de Empresas y Marketing	5	El trabajo consistirá en la aplicación práctica de las diferentes estrategias de marketing en una compañía de productos de consumo o servicios. Se realizará un análisis y diagnóstico de la situación, se fijarán objetivos comerciales, y se trabajará con estrategias genéricas (segmentación, posicionamiento), y particulares (producto, precio, distribución, comunicación), con el fin de comprender la puesta en marcha de un plan de marketing.
Producción, realización, planificación de medios, estrategia y creatividad.	Teoría y Análisis de la Comunicación	14	Proyectos de realización y producción de campañas o materiales de publicidad y/o RRPP. Análisis, investigación y desarrollo de proyectos de planificación de medios.
Publicidad y Relaciones Públicas y Género	Ciencias de la Comunicación Aplicada	2	Comunicación y género en relación con la Publicidad y las Relaciones Públicas
Recursos lingüísticos y discursivos en publicidad y RRPP	Lengua Española	10	Realización de un estudio pragmático y discursivo en tipos concretos de textos publicitarios y de las relaciones públicas

Líneas temáticas para la realización del Trabajo Fin de Grado

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas – Curso 2019-2020

Línea Temática	Departamento	TFG ofertados	Descriptor
Sociología Aplicada a la Publicidad	Sociología Aplicada	10	Cultura de masas; Efectos de los medios de comunicación de masas; Consumo; Cambios sociales
Teoría y Estructura de la Comunicación Publicitaria. Planificación y Gestión	Ciencias de la Comunicación Aplicada	25	Teoría de la Publicidad; Historia de la publicidad; Estructura y empresa de la publicidad; Planificación