

Líneas temáticas para la realización del Trabajo Fin de Grado

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas – Curso 2020-2021

Líneas y TFG disponibles para el primer plazo de matriculación

Línea Temática	Departamento	TFG ofertados	Descriptores
Comunicación e Identidades Sociales	Sociología: Metodología y Teoría	3	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	2	Cambios comunicativos-TIC-Sociedad del conocimiento
Creación y Producción de la Comunicación Publicitaria	Ciencias de la Comunicación Aplicada	46	El proceso de creación publicitaria; Redacción publicitaria; Creatividad en los medios no convencionales
Cuestiones jurídicas de la comunicación: derechos fundamentales, menores, transparencia, nuevas tecnologías, derechos de autor, transparencia, consumidores y usuarios...	Derecho Constitucional	17	Trabajos escritos o audiovisuales, estudios documentales o prácticos que conectados con los aspectos jurídicos de la comunicación demuestren la formación recibida por el estudiante en su grado.
Documentación en Publicidad y Relaciones Públicas	Biblioteconomía y Documentación	8	Documentación y uso de fuentes para la práctica profesional de Publicidad y las Relaciones Públicas. Trabajos teóricos y prácticos
Economía Aplicada a la Publicidad y las Relaciones Públicas	Economía Aplicada, Pública y Política	6	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	10	Cambios comunicacionales; Globalización
Ética del Periodismo, la Comunicación Audiovisual y la Publicidad	Periodismo y Nuevos Medios	7	Ética de la comunicación, Códigos deontológicos en Publicidad y RRPP
Geopolítica y conflictos internacionales. Procesos de integración internacional	Relaciones Internacionales e Historia Global	12	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	9	Reputación corporativa; Gestión de marca; Responsabilidad social de las empresas; Cultura de las organizaciones
Historia de la Comunicación	Periodismo y Comunicación Global	4	Información, persuasión y entretenimiento en prensa, medios audiovisuales e Internet

Líneas temáticas para la realización del Trabajo Fin de Grado

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas – Curso 2020-2021

Líneas y TFG disponibles para el primer plazo de matriculación

Línea Temática	Departamento	TFG ofertados	Descriptores
Investigación aplicada a la Publicidad, las RRPP y el Neuromarketing	Teoría y Análisis de la Comunicación	24	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.)
La lengua española en la publicidad y en las RRPP. Recursos lingüísticos y discursivos en publicidad	Lengua Española	11	Realización de un estudio pragmático y discursivo en tipos concretos de textos publicitarios y de las relaciones públicas
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	11	Hitos históricos de la relación publicidad-literatura; presencia de mitos literarios en publicidad; poética y retórica en los anuncios; recursos literarios aplicados; intertextualidades pictóricas en publicidad; la publicidad reflejada en la novela, la poesía, el teatro y el ensayo
Marketing aplicado a la Comunicación	Organización de Empresas y Marketing	10	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 e Investigación en Marketing	Organización de Empresas y Marketing	9	El trabajo podrá consistir en una de estas opciones, o una combinación de ambas: A) Aplicación práctica de las diferentes estrategias de marketing de una compañía de productos de consumo o servicios, integradas en su plan de marketing. B) Planteamiento y realización de una investigación comercial, con sus etapas correspondientes (análisis de fuentes secundarias, técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas, resultados y conclusiones para la toma de decisiones en marketing).
Producción, realización, planificación de medios, estrategia y creatividad	Teoría y Análisis de la Comunicación	15	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	12	Comunicación y género en relación con la Publicidad y las Relaciones Públicas
Sociología, Opinión Pública y Cultura de masas	Sociología Aplicada	11	Estudios sobre la dimensión sociológica de la comunicación publicitaria
Teoría y Estructura de la Comunicación Publicitaria. Planificación y Gestión	Ciencias de la Comunicación Aplicada	20	Teoría de la Publicidad; Historia de la publicidad; Estructura y empresa de la publicidad; Planificación