



1. DATOS GENERALES

Asignatura: TRABAJO FIN DE MÁSTER	Código: 311148
Tipología: PROYECTO	Créditos ECTS: 12
Grado: 2368 - MÁSTER UNIVERSITARIO EN PRODUCCIÓN Y COMUNICACIÓN CULTURAL	Curso académico: 2023-24
Centro:	Grupo(s): 30
Curso: 1	Duración: SD
Lengua principal de impartición: Español	Segunda lengua:
Uso docente de otras lenguas:	English Friendly: N
Página web:	Bilingüe: N

Profesor: FRANCISCO JOSÉ MURCIA VERDÚ - Grupo(s): 30				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Despacho 2.08	DPTO. EN CONSTITUCIÓN		Francisco.Murcia@uclm.es	

2. REQUISITOS PREVIOS

No se han establecido

3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

El Trabajo Fin de Máster (TFM) consiste en la realización, presentación y defensa de un trabajo original. El objetivo principal es que el alumnado demuestre que es capaz de aplicar las competencias adquiridas a lo largo del máster.

La finalidad es que el alumnado sea capaz de idear un proyecto - profesional o de investigación- de acuerdo a la discusión con el Director del trabajo.

4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
CB06	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
CB07	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB08	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
CB09	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
CB10	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.
CE01	Demostrar el conocimiento de las relaciones entre cultura y comunicación en ámbitos como la sociedad, la economía, la política y el derecho, tanto desde un punto de vista global como local, para ser capaz de desarrollar análisis académicos interdisciplinares.
CE02	Demostrar el conocimiento de la diversidad de las manifestaciones culturales y la complejidad de los procesos de globalización para ser capaz de aplicar propuestas a favor del diálogo intercultural.
CE03	Demostrar el conocimiento de las políticas culturales y de la comunicación y debe ser capaz de aplicarlo a la gestión de las creaciones culturales y a su evaluación.
CE04	Ser capaz de gestionar los contenidos de los proyectos y la organización de las empresas, las instituciones y los equipamientos culturales en base al análisis de los mercados y los territorios y de acuerdo con las principales fuentes y mecanismos de financiación.
CE05	Ser capaz de reunir, organizar y manejar profesionalmente documentación e información tanto de fuentes primarias como de ámbitos propios de la comunicación.
CE06	Ser capaz de desarrollar investigaciones académicas a partir del conocimiento de la sociología de la cultura y su aplicación en las sociedades contemporáneas.
CE07	Ser capaz de desarrollar propuestas de planificación estratégica en proyectos expositivos, espectáculos en vivo o industrias culturales en los ámbitos empresarial e institucional.
CE08	Adquirir la habilidad para generar un contenido cultural apropiado para la salvaguarda y divulgación del patrimonio cultural a través de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías.
CE09	Analizar y evaluar planes de acciones comunicativas y criterios de diversas dimensiones patrimoniales, que cristalicen en la definición y elaboración de una imagen de marca destinada a alcanzar un fuerte impacto como producto cultural.
CE10	Conocer las limitaciones de los recursos disponibles para desarrollar un producto cultural sostenible a nivel medioambiental, económico-financiero y del uso tradicional de los bienes culturales.
CE11	Desentrañar las relaciones entre los productos culturales y las relaciones de poder, para ser capaz de evaluar las críticas culturales, de acuerdo con los valores de libertad, justicia y solidaridad.
	Sintetizar, analizar y evaluar fuentes y datos cuantitativos y cualitativos, así como de describir esos datos de forma correcta en un

CE12	determinado marco de referencia -es decir convertirlos en información- de modo que puedan generar conocimiento sobre la evolución y tendencias del mercado de la comunicación y de la cultura.
CE13	Demostrar el conocimiento y la comprensión de la problemática teórica reciente sobre la producción y el consumo cultural en la era digital, para ser capaz de pronosticar y evaluar predicciones sobre prácticas culturales.
CE14	Ser capaz de demostrar el conocimiento de los distintos lenguajes de la cultura y de la comunicación para su aplicación al análisis crítico de las producciones culturales y de la comunicación en todos sus ámbitos (edición, música, audiovisual, artes escénicas, artes visuales y expositivas, nuevos medios).
CE15	Ser capaz de demostrar el conocimiento de la cultura y la comunicación, y de su complejidad y diversidad como ámbito específico de la creación contemporánea para ser capaz de desarrollar análisis académicos.
CE16	Analizar y seleccionar los descriptores que mejor representen un conjunto de datos extraídos de una situación física o virtual en el ámbito de la investigación.
CE17	Poder utilizar y evaluar herramientas software especializadas para el procesado de grandes datos en distintos contextos de investigación.
CE18	Poder analizar, evaluar y aplicar técnicas estadísticas avanzadas para la evaluación de resultados obtenidos sobre los datos de investigación.
CE19	Evaluar y asesorar sobre los diferentes métodos de visualización de datos aplicables según la información que se pretenda transmitir.
CE20	Entender la transformación de la economía de los medios y de sus condiciones laborales, técnicas y humanas para poder sintetizar y evaluar proyectos culturales.
CE21	Analizar y evaluar el ecosistema de la comunicación digital y audiovisual, especialmente las dinámicas de las redes sociales.
CE22	Analizar críticamente los valores específicos que propone cada producto cultural para situarlo en una perspectiva histórica y social adecuada.
CE23	Analizar el hecho cultural y evaluar las distintas expresiones culturales que difunden los medios de comunicación para sintetizar esos análisis y evaluaciones en distintos formatos comunicativos.
CE24	Poder desarrollar investigaciones profesionales y estudios de públicos a partir del conocimiento de la sociología de la cultura y su aplicación en las sociedades contemporáneas.
CET01	Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.
CET02	Aplicar eficazmente las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
CG01	Poder identificar los temas de estudio propios del ámbito de la producción y la comunicación cultural para, en primera instancia, poder analizarlos y, posteriormente, ser capaces de aportar respuestas originales en el desarrollo o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
CG02	Saber adaptar las tecnologías de la información y de la comunicación a todo el aprendizaje de los procesos de producción y comunicación cultural de manera crítica y reflexiva, y desarrollar sus potencialidades.
CG03	Poder comunicar de forma clara y sin ambigüedades, tanto oralmente como por escrito, las producciones culturales, así como los conocimientos y las razones que las sustentan, a un público especializado o no, en el entorno profesional.
CG04	Poder elaborar un discurso coherente, analítico y crítico, articulando argumentos razonados y juicios críticos sobre el mundo de la cultura, a partir de informaciones de diversa procedencia, contenido y formatos.
CG05	Poder conocer y comprender nuevas situaciones relacionadas con el entorno profesional del mundo de la cultura en continua transformación.
CG06	Poder comprender, analizar y evaluar el sector de la comunicación y el periodismo, las herramientas para su estudio y la aplicación de los conocimientos adquiridos para desarrollar un pensamiento propio adecuado al sector.
CG07	Poder conocer, analizar y evaluar las relaciones entre contenido, producto y servicio en el sector de la comunicación.
CG08	Ser capaz de fomentar una cultura de la innovación.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

Descripción

Defender el resultado de una investigación de manera correcta y convincente.

Idear, planificar y desarrollar un proyecto investigación o desde una vertiente profesional sobre algún aspecto relevante de la Producción o Comunicación Cultural.

Utilizar los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes propios de una formación avanzada en Comunicación.

6. TEMARIO

Tema 1: Planteamiento del tema, objetivos y justificación

Tema 2: Redacción / Elaboración del TFM

Tema 3: Presentación y Defensa del TFM

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Descripción
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Presentación individual de trabajos, comentarios e informes		2	50	S	S	1. Presentación de idea. 2. Propuesta de trabajo o proyecto. 3. Objetivos y justificación. 3. Metodología o planteamiento para su desarrollo.
Tutorías individuales [PRESENCIAL]	Trabajo dirigido o tutorizado		0.8	20	S	N	
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL]	Presentación individual de trabajos, comentarios e informes		0.08	2	S	S	Presentación y Defensa del TFM
Análisis de artículos y recensión [AUTÓNOMA]	Lectura de artículos científicos y preparación de recensiones		5.12	128	S	N	
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Presentación individual de trabajos, comentarios e informes		4	100	S	N	Elaboración del TFM
Total:			12	300			

Créditos totales de trabajo presencial: 0.88	Horas totales de trabajo presencial: 22
Créditos totales de trabajo autónomo: 11.12	Horas totales de trabajo autónomo: 278

Ev: Actividad formativa evaluable

Ob: Actividad formativa de superación obligatoria (Será imprescindible su superación tanto en evaluación continua como no continua)

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

Sistema de evaluación	Evaluación continua	Evaluación no continua*	Descripción
Elaboración de memorias de prácticas	70.00%	70.00%	Memoria Final del Máster
Presentación oral de temas	30.00%	30.00%	Presentación oral del TFM
Total:	100.00%	100.00%	

* En **Evaluación no continua** se deben definir los porcentajes de evaluación según lo dispuesto en el art. 4 del Reglamento de Evaluación del Estudiante de la UCLM, que establece que debe facilitarse a los estudiantes que no puedan asistir regularmente a las actividades formativas presenciales la superación de la asignatura, teniendo derecho (art. 12.2) a ser calificado globalmente, en 2 convocatorias anuales por asignatura, una ordinaria y otra extraordinaria (evaluándose el 100% de las competencias).

Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

Evaluación continua:

La calificación del TFM dependerá de factores tanto formales como de contenido. Responderá a los siguientes parámetros:

- Estructura de la memoria siguiendo unos apartados atendiendo al tipo de TFM seleccionado.
- Originalidad del tema seleccionado.
- Desarrollo de cada uno de los apartados que se corresponden con la modalidad de TFM seleccionado.
- Selección de las fuentes de información.
- Demostración de que posee y comprende conocimientos en un área de estudio concreta.
- Evaluación de la claridad y corrección en la expresión.
- Realización de una presentación por escrito utilizando medios y procedimientos que faciliten su comprensión.
- Utilización correcta del uso de un lenguaje disciplinar especializado.

Exposición del Trabajo

- Claridad y precisión de la presentación pública.
- Demostración de dominio en el uso del lenguaje disciplinar de la temática.
- Habilidad y dominio del lenguaje verbal (uso de muletillas, lapsus, reiteraciones innecesarias, etc.).
- Distribución del tiempo de la exposición.
- Resolución, concreción y exactitud de las respuestas a las preguntas hechas por el tribunal

Serán deméritos de la evaluación todos aquellos aspectos y elementos que resten originalidad a la investigación como el cúmulo de citas, la excesiva reproducción de paráfrasis y, por supuesto, el plagio.

Evaluación no continua:

Se aplican los mismo criterios que en la evaluación continua.

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

Se aplican los mismo criterios que en la ordinaria.

Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

Se aplican los mismo criterios que en la ordinaria.

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL

No asignables a temas	
Horas	Suma horas
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Presentación individual de trabajos, comentarios e informes]	50
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	20
Análisis de artículos y recensión [AUTÓNOMA][Lectura de artículos científicos y preparación de recensiones]	128
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Presentación individual de trabajos, comentarios e informes]	100
Comentarios generales sobre la planificación: Esta planificación podrá adaptarse y sufrir leves modificaciones en caso de que se acometa cualquier medida extraordinaria relacionada con la pandemia sanitaria de la COVID-19. No obstante, incluso en un escenario imprevisto, se tratarán de mantener los porcentajes de evaluación con la máxima fidelidad a lo señalado en esta guía.	
Tema 3 (de 3): Presentación y Defensa del TFM	
Actividades formativas	Horas
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Presentación individual de trabajos, comentarios e informes]	2
Actividad global	
Actividades formativas	Suma horas
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Presentación individual de trabajos, comentarios e informes]	2
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Presentación individual de trabajos, comentarios e informes]	50
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Presentación individual de trabajos, comentarios e informes]	100
Análisis de artículos y recensión [AUTÓNOMA][Lectura de artículos científicos y preparación de recensiones]	128
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	20
Total horas: 300	

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población ISBN	Año	Descripción
Clanchy Jonn y Ballard, Brigid	Cómo se hace un trabajo académico: Guía práctica para estudiantes universitarios Cómo elaborar y defender un	Prensas Universitarias de Zaragoza		2000	

Muñoz-Alonso, Gemma	trabajo académico en Humanidades. Del Trabajo de Fin de Grado al Trabajo de Fin de Máster	Bubok Publishing	2015
Levenberg, Lewis; Neilson, Tai; Rheams, David	Research Methods for the Digital Humanities Developing Research	Palgrave McMillan	2018
White, Patrick	Questions: A Guide for Social Scientists	Palgrave MacMillan	2008
Bruhn Jensen, Klaus	La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa	Fondodeculturaeconómica	2014
Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar	Metodología de la investigación	Mac Graw-Hill	2003
Eiroa, Matilde; Barranquero, Alejandro	Métodos de investigación en la comunicación y sus medios	Síntesis	2017
Eco, Umberto	Como se hace una tesis : Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura	Gedisa	2001
Igartúa, Juan José	Métodos cuantitativos de investigación en comunicación	Bosch	2006
Vilches, Lorenzo	La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital.	Gedisa	2011
Troyano, José Fernando	Estrategias de investigación en las Ciencias Sociales: fundamentos para la elaboración de un Trabajo de Fin de Grado o un Trabajo de Fin de Máster	Tirant lo Blanch	2018