

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Trabajo de Fin de Máster
Titulación	Máster Universitario en Comunicación y Emprendimiento Digital
Escuela/ Facultad	Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
Curso	1º
ECTS	9 ECTS
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	Segundo semestre
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	Emilio Velasco PhD
Docentes	Almudena Revilla PhD Javier Pérez Sánchez PhD Emilio Velasco PhD Luis Calderón Carlos E. Pérez

2. PRESENTACIÓN

El módulo del MUCyED “Trabajo Fin de Máster” –transversal a lo largo de la impartición del programa– tiene por objetivo la aplicación de los conocimientos teóricos y técnicos adquiridos en el resto de módulos, con el fin de desarrollar las competencias necesarias para liderar proyectos de investigación y emprendimiento, siempre respetando las buenas prácticas profesionales. Al finalizar el máster, los egresados estarán preparados para integrarse con éxito en el mundo laboral o emprender sus propios proyectos en el dinámico entorno de la comunicación digital.

Este módulo tiene como objetivo desarrollar una sólida base ética y profesional, al mismo tiempo que fomenta la elaboración de proyectos de investigación y la creación de modelos de negocio innovadores en el campo de la comunicación y el emprendimiento digital.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- **CB1:** 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.
- **CB3:** 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.
- **CB4:** 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.

Competencias transversales:

- **CT01:** Valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.
- **CT03:** Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes.
- **CT04:** Comunicación escrita / Comunicación oral: Capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.
- **CT07:** Liderazgo: Ser capaz de orientar, motivar y guiar a otras personas, reconociendo sus capacidades y destrezas para gestionar eficazmente su desarrollo y los intereses comunes.
- **CT09:** Mentalidad global: Ser capaz de mostrar interés y comprender otros estándares y culturas, reconocer las propias predisposiciones y trabajar con efectividad en una comunidad global.

Competencias específicas:

- **CE13:** Capacidad para elaborar el e-Business sus planes de negocio y presentación de proyectos.
- **CE17:** Capacidad para elaborar el plan de negocio de una empresa de comunicación digital así como el "business model canvas".
- **CE18:** Analizar y aplicar los códigos éticos de la comunicación.
- **CE23:** Capacidad para diseñar, desarrollar y comunicar proyectos de investigación en el ámbito de la comunicación digital y el emprendimiento.
- **CE24:** Capacidad para desarrollar una actividad científica en áreas relacionadas con la comunicación y el emprendimiento digital.

El estudiante será capaz de:

- **RA1:** Conductas y actitudes de los alumnos alineadas con los códigos de buenas prácticas de referencia.
- **RA2:** Elaboración de un proyecto anual de investigación.
- **RA3:** Creación de un modelo de negocio de comunicación y emprendimiento digital.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CB3, CT07; CT09, CB4, CE18	RA1: Conductas y actitudes de los alumnos alineadas con los códigos de buenas prácticas de referencia
CB4, CT03, CT04, CE17, CE23, CE24	RA2: Elaboración de un proyecto anual de investigación.
CB1, CT04, CT07, CT09, CB3, CE18	RA3: Creación de un modelo de negocio de comunicación y emprendimiento digital.

4. CONTENIDOS

- Realización de dos trabajos de carácter grupal (en grupos de 3 o 4 alumnos) que pongan de manifiesto las competencias adquiridas por los estudiantes a lo largo del máster.
 - Trabajo 1: Elaboración de un artículo científico.
 - Trabajo 2: Elaboración de un proyecto de emprendimiento en el ámbito de la comunicación.
- Realización de una memoria individual en formato portafolio curricular que ponga de manifiesto los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos por el estudiante a lo largo del máster sobre los múltiples aspectos que rodean a la actividad de la comunicación y el emprendimiento digital en un entorno digital integrando los temas expuestos durante el programa.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Método del caso.
- Aprendizaje basado en proyectos.
- Aprendizaje basado en problemas.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Exposiciones orales de trabajos	2
Análisis de casos	30
Investigaciones /científicas/de casos) y Proyectos	45
Elaboración del TFM	98
Tutorías	50
TOTAL	225

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Artículo científico	25%
Proyecto grupal ámbito comunicación	25%
Proyecto TFM individual	50%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Artículo científico.	2ª semana febrero 2025
Actividad 2: Proyecto grupal ámbito de la comunicación.	2ª semana junio 2025
Actividad 3: Proyecto individual de emprendimiento.	4ª semana junio 2025

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se aporta la bibliografía en la que se basan los temas correspondientes al módulo.

- Bauman, Z. (2012) La cultura como praxis, Barcelona, Paidós.
- Bauman, Z. (2017) Retropía, Barcelona, Paidós.
- Broncano, F (2009) La melancolía del ciborg, Barcelona, Herder.
- Carr, N. (2011). ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes? Superficiales. España: Santillana
- Castells, M. (2005). La Era de la Información. Vol. I: La Sociedad Red. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012) Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet, Madrid, Alianza Editorial.

- Eagleton, T. (2017) *Cultura*, Madrid, Taurus.
- Fontcuberta, J. (2016) *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*, Madrid, Galaxia Gutenberg.
- García, M.; López, M. y Ruiz, M. J. (coords.) (2011) *Medios de comunicación y cultura: ¿Cultura a Medias?*, Los libros de la frontera.
- Gutiérrez-Rubí, A., y Freire, J. (2013). *Manifiesto Crowd: La empresa y la inteligencia de las multitudes*. Barcelona, España: Laboratorio de tendencias.
- Harari, Y. N. (2020). *21 lecciones para el siglo XXI*, Barcelona, Penguin Random House.
- Jenkins, H. (2008) *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. España: Paidós Ibérica.
- Llaneza, P. (2019). *Datanomics: Todos los datos personales que das sin darte cuenta y todo lo que las empresas hacen con ellos*. Deusto.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2015) *La estetización del mundo*, Barcelona, Anagrama.
- Manovich, L. (2005) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona, España: Ediciones Paidós. Col. Paidós Comunicación.
- Mayer-Schönberger, V. y Cukier, K. (2013). *Big data: la revolución de los datos masivos*. Madrid, España: Turner.
- Morozov, E. (2009) *El desengaño de Internet*, Ediciones Destino, Colección Imago Mundi.
- Neira, E. (2015) *La otra pantalla. Redes sociales, móviles y la nueva televisión*. Barcelona, UOC.
- Schreibman, S., Siemens, R. Y Unsworth, J. (ed.) (2016) *A new Companion to Digital Humanities*. West Sussex: John Wiley & Sons.
- Svenson, P. (2016). *Big Digital Humanities: Imagining a Meeting Place for the Humanities and the Digital*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Pellicer, M. y Franco, M. (2014) *Optimismo para periodistas. Claves para entender los nuevos medios de comunicación en la era digital*, Barcelona, UOC.
- Watzlawick, P. (2003) *¿Es real la realidad? Confusión, desinformación, comunicación*, Herder.

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con

necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.