

next EDUCACIÓN



Máster en Dirección de Comunicación
Corporativa y Marketing Digital

Asignatura

TRABAJO FIN DE MÁSTER

Curso 2025-2026

I. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Asignatura: Trabajo Fin de Máster

Semestre: Segundo

Tipo de asignatura: Obligatoria

Créditos ECTS: 6

Modalidad: Híbrido

Idioma de impartición: Castellano

II. PROFESORADO

Coordinador: Manuel Campo Vidal

Correo electrónico: presidencia@nexteducacion.com

Tipo Doctor

Perfil profesional:

Doctor en Sociología (Economía Aplicada) por la Universidad Complutense de Madrid. Licenciado en Periodismo en la Universidad Autónoma de Barcelona e ingeniero técnico en Electrónica Industrial por la Universidad Politécnica de Cataluña. Ha dirigido y moderado los primeros debates electorales, 'Cara a Cara', en España. Presidente Emérito de la Academia de las Artes y las Ciencias de la Televisión, es director y docente del Instituto de Comunicación Empresarial (ICE) y presidente de Next Educación, donde dirige la Cátedra sobre Desinformación y sobre Recuperación de la España Despoblada.

Coordinador: Federico Utrera

Correo electrónico: info@nexteducacion.com

Tipo: Doctor acreditado

Perfil profesional:

Especialista en comunicación, medios y dirección académica de programas de posgrado vinculados a comunicación corporativa, marketing y periodismo. Cuenta con experiencia en investigación, dirección de proyectos académicos y supervisión de trabajos de investigación aplicada.

Profesora: Gloria Campos García de Quevedo

Correo electrónico: gloria.campos@nexteducacion.com

Tipo: Doctora / Profesional especializada

Perfil profesional:

Especialista en comunicación corporativa, protocolo y organización de eventos. Cuenta con experiencia en dirección académica, tutorización de Trabajos Fin de Máster y desarrollo de proyectos estratégicos aplicados al ámbito empresarial e institucional.

Profesora: Cristina Cañamero Alvarado
Correo electrónico: cristina.canamero@nexteducacion.com
Tipo: Doctora

Perfil profesional:

Especialista en investigación aplicada, metodología académica y comunicación corporativa. Cuenta con experiencia docente en tutorización de proyectos académicos y dirección de trabajos de investigación.

III. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

El Trabajo Fin de Máster (TFM) constituye una materia obligatoria orientada a la integración y aplicación práctica de los conocimientos, competencias y habilidades adquiridas a lo largo del programa formativo del Máster en Dirección de Comunicación Corporativa y Marketing Digital.

La asignatura tiene como finalidad que el estudiante desarrolle un trabajo original de investigación aplicada o un proyecto profesional vinculado a los ámbitos de la comunicación corporativa, el marketing digital, la reputación, la estrategia de marca, los medios digitales o disciplinas afines. El TFM deberá permitir al estudiante demostrar su capacidad para identificar problemas profesionales, formular objetivos y preguntas de investigación, seleccionar metodologías adecuadas y desarrollar propuestas fundamentadas y viables.

Asimismo, la materia favorece el desarrollo de competencias relacionadas con el análisis crítico, la capacidad argumentativa, la síntesis de información y la comunicación eficaz de resultados en entornos académicos y profesionales. El estudiante deberá presentar y defender públicamente el trabajo realizado ante un tribunal académico, demostrando solvencia metodológica, capacidad analítica y competencias comunicativas.

La asignatura integra procesos de tutorización individualizada, orientación metodológica y seguimiento académico continuo, favoreciendo un enfoque aplicado y profesionalizador alineado con las exigencias actuales del entorno corporativo y de investigación.

IV. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias

- Integrar información teórica y empírica para construir interpretaciones fundamentadas dentro del ámbito profesional. (Competencias Instrumentales)
- Aplicar metodologías adecuadas para la recogida, tratamiento e interpretación de datos, orientando los resultados a propuestas viables para el sector. (Competencias Sistémicas)

- Aplicar metodologías adecuadas para la recogida, tratamiento e interpretación de datos relevantes en el desarrollo del trabajo. (Competencias Interpersonales)

Conocimientos

- Analizar problemas complejos del ámbito profesional integrando marcos teóricos, antecedentes y evidencias empíricas.
- Sintetizar información procedente de diversas fuentes para construir un discurso propio, coherente y fundamentado.
- Evaluar resultados, propuestas o modelos de intervención valorando su viabilidad, impacto y aportación al sector.

Destrezas

- Defender planteamientos, decisiones metodológicas y conclusiones del trabajo realizado con fundamento académico y profesional. (Plano subjetivo)
- Presentar los resultados del proyecto de forma estructurada, clara y ajustada a los tiempos, utilizando soportes y recursos adecuados. (Plano psicomotor)

V. CONTENIDOS

1. Definición y planteamiento del objeto de estudio o proyecto profesional
2. Formulación de objetivos, hipótesis y preguntas de investigación
3. Metodologías de investigación aplicada y análisis de datos
4. Búsqueda, selección y gestión de fuentes académicas y profesionales
5. Estructura y redacción académica del Trabajo Fin de Máster
6. Elaboración de marcos teóricos y análisis contextual
7. Diseño y desarrollo de proyectos aplicados en comunicación y marketing
8. Interpretación de resultados y elaboración de conclusiones
9. Normas de citación y referencias bibliográficas
10. Diseño de presentaciones y defensa oral del TFM

VI. ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad formativa	Modalidad	Horas
Sesiones iniciales síncronas de orientación metodológica y requisitos del TFM	Síncrona	5
Revisión de ejemplos de TFM como guía de desarrollo mediante sesiones híbridas	Síncrona	5
Desarrollo individual del TFM: investigación, análisis y redacción	Asíncrona	110
Actividades de contraste y revisión entre estudiantes mediante dinámicas híbridas de trabajo	Síncrona	5

Seguimiento y supervisión académica personalizada del TFM mediante tutorías híbridas	Síncrona	20
Sesiones metodológicas síncronas de apoyo al desarrollo del TFM	Síncrona	5
TOTAL		150

VII. METODOLOGÍAS DOCENTES

- Sesiones síncronas presenciales y virtuales orientadas a la definición metodológica y estructuración del Trabajo Fin de Máster.
- Desarrollo autónomo de investigaciones aplicadas y proyectos profesionales vinculados al ámbito de la comunicación corporativa y el marketing digital.
- Utilización del campus virtual para el acceso a materiales metodológicos, documentación académica, recursos bibliográficos y seguimiento del proceso de elaboración del TFM.
- Tutorías académicas síncronas y seguimiento personalizado mediante herramientas digitales y sesiones presenciales.
- Actividades híbridas de revisión, contraste y discusión de propuestas de investigación entre estudiantes.
- Desarrollo de ejercicios metodológicos orientados a la formulación de objetivos, diseño metodológico y análisis de resultados.
- Revisión crítica de bibliografía académica y profesional especializada mediante herramientas digitales colaborativas.
- Preparación de presentaciones académicas y simulaciones de defensa oral en entornos híbridos.
- Trabajo autónomo orientado al análisis crítico, redacción académica y elaboración de propuestas aplicadas vinculadas al ámbito profesional del máster.

VIII. CRONOGRAMA

Temas	Periodo temporal
Definición del tema y asignación de tutor	Semana 1
Formulación de objetivos y diseño metodológico	Semana 2-3
Desarrollo del marco teórico y revisión bibliográfica	Semana 4-6
Trabajo de investigación y análisis aplicado	Semana 7-11
Redacción de resultados y conclusiones	Semana 12-13
Revisión final y tutorías de seguimiento	Semana 14
Entrega del TFM	Semana 15
Preparación y defensa oral	Semana 16

Nota: La distribución temporal tiene carácter orientativo y podrá ajustarse en función del desarrollo académico del curso y de las necesidades docentes.

IX. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación de los conocimientos metodológicos necesarios para el desarrollo del Trabajo Fin de Máster	20	20
Elaboración, entrega, defensa y evaluación del Trabajo Fin de Máster como proyecto final del programa	60	60
Evaluación del proceso de desarrollo, seguimiento y participación del estudiante durante la elaboración del TFM	20	20

El profesor/a responsable de la asignatura podrá modificar la parte de la guía docente relativa al sistema de evaluación y su explicación únicamente durante los primeros quince días desde el inicio del semestre y previo acuerdo con los estudiantes.

La matrícula de la asignatura da derecho a dos convocatorias de evaluación, ordinaria y extraordinaria. La convocatoria extraordinaria tendrá como finalidad permitir al estudiante recuperar aquellas pruebas o actividades evaluables no superadas durante la convocatoria ordinaria, siempre que estas sean susceptibles de recuperación conforme a la planificación docente de la asignatura.

X. NORMAS ÉTICAS Y DE COMPORTAMIENTO ACADÉMICO

El Trabajo Fin de Máster deberá ser original e inédito y reflejar el trabajo individual realizado por el estudiante bajo supervisión académica.

Se considerará plagio la copia total o parcial de textos, investigaciones, publicaciones, recursos digitales, trabajos académicos o cualquier otro material sin la correspondiente referencia y citación conforme a las normas académicas establecidas.

El uso de herramientas de inteligencia artificial generativa deberá limitarse a tareas de apoyo y nunca podrá sustituir el trabajo intelectual, analítico y crítico del estudiante. En caso de utilización de herramientas basadas en inteligencia artificial, el estudiante deberá indicarlo expresamente y asumir plenamente la responsabilidad académica sobre los contenidos presentados.

El estudiante será responsable de:

- La veracidad de los datos utilizados
- La autenticidad del trabajo presentado
- El correcto uso de referencias bibliográficas

- Y el respeto a los principios éticos de investigación y propiedad intelectual

La detección de plagio, falsificación de resultados, manipulación de datos o uso fraudulento de herramientas tecnológicas podrá implicar la calificación de suspenso y la aplicación de las medidas académicas correspondientes conforme a la normativa del centro.

Asimismo, durante la defensa oral del TFM se espera del estudiante un comportamiento profesional, respetuoso y adecuado al contexto académico universitario.

XI. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Eco, U. (2020). *Cómo se hace una tesis*. Gedisa.
- Hernández Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. (2021). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Muñoz-Alonso López, G. (2015). *Estructura, metodología y escritura del Trabajo de Fin de Máster*. Escolar y Mayo.
- Sierra Bravo, R. (2019). *Técnicas de investigación social*. Paraninfo.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications*. Sage.

Bibliografía complementaria

- American Psychological Association (2020). *Publication Manual of the American Psychological Association (7th Edition)*.
- Booth, W., Colomb, G. y Williams, J. (2016). *The Craft of Research*. University of Chicago Press.
- Day, R. (2017). *Cómo escribir y publicar trabajos científicos*. OMS.
- Phillips, E. y Pugh, D. (2015). *How to Get a PhD*. Open University Press.
- Walker, M. (2018). *Writing for Academic Journals*. McGraw-Hill.