

# **Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado**

## **Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones**

**GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :**

**Trabajo de Fin de Máster  
(2024 - 2025)**

## 1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Trabajo de Fin de Máster	Código: 835901202
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centro: <b>Escuela de Doctorado y Estudios de Postgrado</b></li> <li>- Lugar de impartición: -</li> <li>- Titulación: <b>Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones</b></li> <li>- Plan de Estudios: <b>2018 (Publicado en 2018-09-19)</b></li> <li>- Rama de conocimiento: <b>Ciencias Sociales y Jurídicas</b></li> <li>- Itinerario / Intensificación:</li> <li>- Departamento/s:           <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Sociología y Antropología</b></li> <li><b>Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social</b></li> <li><b>Economía, Contabilidad y Finanzas</b></li> <li><b>Filología Española</b></li> </ul> </li> <li>- Área/s de conocimiento:           <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Antropología Social</b></li> <li><b>Comunicación Audiovisual y Publicidad</b></li> <li><b>Fundamentos del Análisis Económico</b></li> <li><b>Literatura Española</b></li> <li><b>Periodismo</b></li> </ul> </li> <li>- Curso: <b>1</b></li> <li>- Carácter: <b>Obligatoria</b></li> <li>- Duración: <b>Segundo cuatrimestre</b></li> <li>- Créditos ECTS: <b>9,0</b></li> <li>- Modalidad de impartición: <b>Presencial</b></li> <li>- Horario: <b>Enlace al horario</b></li> <li>- Dirección web de la asignatura: <b><a href="http://www.campusvirtual.ull.es">http://www.campusvirtual.ull.es</a></b></li> <li>- Idioma: <b>Castellano</b></li> </ul>	

## 2. Requisitos de matrícula y calificación

## 3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: <b>CARMEN MARIA RODRIGUEZ WANGUEMERT</b>
- Grupo:
<p><b>General</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre: <b>CARMEN MARIA</b></li> <li>- Apellido: <b>RODRIGUEZ WANGUEMERT</b></li> <li>- Departamento: <b>Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social</b></li> <li>- Área de conocimiento: <b>Periodismo</b></li> </ul>

<b>Contacto</b> - Teléfono 1: <b>922317250</b> - Teléfono 2: <b>922317965</b> - Correo electrónico: <b>crodrigu@ull.edu.es</b> - Correo alternativo: <b>crodrigu@ull.edu.es</b> - Web: <b>http://www.campusvirtual.ull.es</b>						
<b>Tutorías primer cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	10:30	13:30	Edificio de Periodismo - GU.4A	3º dcha.
Todo el cuatrimestre		Jueves	09:30	12:30	- - -	Google meet. Dirección de correo crodrigu@ull.edu.es
Observaciones: Las tutorías de los jueves se harán en línea, con el uso de google meet, con la dirección de correo crodrigu@ull.edu.es						
<b>Tutorías segundo cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	10:30	13:30	Edificio de Periodismo - GU.4A	3º dcha.
Todo el cuatrimestre		Jueves	09:30	12:30	- - -	Google meet. Dirección de correo crodrigu@ull.edu.es
Observaciones: Las tutorías de los jueves se harán en línea, con el uso de google meet, con la dirección de correo crodrigu@ull.edu.es						

#### 4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Trabajo Fin de Máster**  
Perfil profesional:

#### 5. Competencias

**Competencias Generales**

- CG1** - Capacidad de comunicación, escrita, verbal y multimedia, con distintos públicos y medios.
- CG2** - Capacidad para organizar y planificar acciones dentro del ámbito profesional, con una orientación hacia la consecución de metas y de resultados concretos, y con un compromiso ético
- CG3** - Capacidad de trabajar en equipos interdisciplinares para lograr objetivos y resolver problemas conjuntamente
- CG4** - Capacidad para la toma de decisiones a partir de habilidades y conocimientos adquiridos en contextos diversos y cambiantes del ejercicio profesional
- CG5** - Capacidad para la dirección de equipos, la gestión de los recursos humanos y el liderazgo en el ámbito de la comunicación
- CG6** - Capacidad de generar formas innovadoras para comprender la realidad y resolver situaciones o problemas concretos dentro del ejercicio profesional

#### Competencias Básicas

- CB6** - 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
- CB7** - 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
- CB8** - 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
- CB9** - 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.

#### Competencias Específicas

- CE1** - Capacidad de reconocer en la realidad, y de analizar de forma crítica, las tendencias más importantes de la comunicación en la actualidad, utilizando para ello los principales conceptos, teorías y modelos que las explican
- CE2** - Capacidad para explicar y diferenciar los modelos económicos, políticos y sociales que se han desarrollado en la historia y en la actualidad, y reconocer su influencia en las tendencias y actores más relevantes del entorno en el que se desenvuelven las organizaciones
- CE3** - Comprensión del papel estratégico que tiene la comunicación en las organizaciones actuales, y capacidad de explicar y aplicar de forma innovadora sus principales herramientas de gestión
- CE4** - Conocimiento del marco legal, deontológico y social en el que se desarrolla la actividad de las organizaciones
- CE5** - Capacidad para seleccionar y aplicar las distintas metodologías y técnicas de investigación con el fin de realizar diagnósticos complejos sobre la comunicación de las organizaciones, instituciones y líderes políticos, sobre el impacto de sus acciones comunicativas y sobre su reputación
- CE6** - Capacidad de formular objetivos, diseñar acciones innovadoras, ofrecer resultados y cuantificar costes en los distintos aspectos comunicativos fundamentales de las organizaciones
- CE7** - Conocimiento de los mecanismos de planificación y gestión de la comunicación, y capacidad de aplicarlos de forma innovadora en la consecución de objetivos estratégicos de carácter institucional, empresarial o político
- CE8** - Capacidad para construir y mejorar la reputación de una organización frente a sus distintos públicos, a través de la aplicación innovadora de las herramientas y procesos de las Relaciones Públicas
- CE9** - Capacidad para mejorar el proceso de ideación, comunicación y comercialización de un producto o servicio, a través del manejo avanzado de las distintas herramientas analógicas y digitales, y de los últimos procesos y tendencias de

marketing, desde una perspectiva innovadora en su aplicación

**CE10** - Capacidad para crear y comunicar los intangibles vinculados al capital relacional de la organización y conocimiento de los mecanismos que generan valor para las marcas, a través del desarrollo de estrategias de comunicación publicitaria adecuadas para el logro de estos objetivos

**CE11** - Dominio de las funciones internas y externas de la dirección estratégica de comunicación de una organización, incluyendo la gestión y el liderazgo de equipos

**CE12** - Capacidad para idear, diseñar y poner en práctica un proyecto de organización y producción de un evento de cualquier naturaleza

**CE13** - Destreza para utilizar las herramientas de la comunicación corporativa y las relaciones públicas para gestionar las situaciones de crisis

**CE14** - Capacidad para idear, diseñar y ejecutar campañas de comunicación política y electoral, en el marco de una planificación estratégica e integral

**CE15** - Conocimientos, habilidades y destrezas para comunicar las decisiones de las organizaciones a la sociedad, al mercado y a la propia organización, a través de mensajes informativos y persuasivos presentados de forma atractiva y comprensiva en formatos diferentes (textual, audiovisual y multimedia)

**CE16** - Capacidad para gestionar las relaciones con los medios de comunicación de manera eficiente

**CE17** - Conocimiento de los principios de la responsabilidad social y capacidad para aplicarlos en el marco de la comunicación organizacional

## 6. Contenidos de la asignatura

### Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

La asignatura de Trabajo Fin de Máster (TFM) es de carácter obligatorio y resulta clave en la titulación, dado que en ella se recoge la evaluación de un gran número de competencias específicas y genéricas de la titulación.

El Trabajo de Fin de Máster consistirá en la realización de un trabajo académico o proyecto de innovación, ambas modalidades han de aportar algún aspecto innovador en su propuesta, en conexión con los aspectos de innovación comunicativa relacionada con las materias que se imparten en el máster. Esto es, tanto si se trabaja de un proyecto académico y/o investigador o de una propuesta de proyecto innovador, se afrontará abordando aspectos innovadores orientados a las materias y fundamentos de la Comunicación y las Relaciones Públicas que son las que fundamentan el contenido del Plan de Estudios, de manera que se muestren las competencias en los conocimientos sobre comunicación corporativa y/o política en el ámbito de las organizaciones.

En los TFM, por tanto, se valorarán, a través de un tribunal, tanto las competencias teóricas como prácticas y de aplicación a casos o planes concretos. La asignación de los temas del TFM se realiará de acuerdo a las directrices de la Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado de la ULL que quedan descritos en el apartado 7 de esta guía de descripción y metodología de la asignatura.

### Actividades a desarrollar en otro idioma

Cada tutor puede asignar las actividades en inglés que considere adecuadas para la elaboración del TFM de su alumnado tutorizado.

## 7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

## Modelo de Enseñanza Centrada en el Alumnado

Aplica el Modelo de Enseñanza Centrada en el Alumnado (MECA - ULL)  
Aula invertida - Flipped Classroom, Aprendizaje basado en Proyectos (ABP), Método o estudio de casos

## Descripción

La elaboración, presentación y calificación del Trabajo de Fin de Máster se regulará por lo establecido en el Reglamento de Enseñanzas Oficiales de Máster Universitario de la Universidad de La Laguna

En ese sentido, el profesorado coordinador de la asignatura de TFM solicitará cada año de la Comisión Académica y de su profesorado, las principales líneas de investigación que se precisan abordar a través de los TFM, en coherencia con los aspectos innovadores que atañen a las formas de afrontar las Relaciones Públicas y la Comunicación de las Organizaciones. Todo ello para mantener siempre la conexión con la realidad y que las competencias de los TFM tengan conexión con esas tendencias y capacite de manera efectiva en competencias de innovación comunicativa.

Desde esa premisa, se aplicarán los siguientes procedimientos, previstos en la mencionada normativa de la ULL.

### **Artículo 14. Publicación de temas e inscripción**

1. Los profesores/tutores del máster propondrán los temas (líneas de investigación) para los TFM anualmente a la comisión académica. La comisión académica aprobará y publicará un listado con los temas que el alumnado pueda solicitar para realizar su TFM, los tutores de los mismos, los criterios de asignación y unas normas básicas de estilo, extensión y estructura que debe tener la memoria del TFM y la remitirá a la EDEPULL, que a su vez también la hará pública, de conformidad con el siguiente cronograma:

-Antes de finalizar el primer cuatrimestre.

Una vez publicada la oferta de TFM, el alumnado solicitará que se le asigne el tema del TFM y el tutor correspondiente, debiendo incluir en su solicitud una relación priorizada de, al menos, tres temas de los que oferten los estudios de máster correspondiente.

2. El número de trabajos propuestos para la realización del TFM deberá ser como mínimo igual al número de alumnos matriculados.

3. Alternativamente y con anterioridad a los períodos establecidos en los apartados anteriores, el alumno podrá proponer un tema para su TFM a la comisión académica, para lo cual necesita previamente haber llegado a un acuerdo con un tutor sobre el tema del trabajo que va a dirigir. Dicho acuerdo deberá contener, además del tema de su TFM, la aceptación del tutor elegido, una declaración de los objetivos del trabajo que indique claramente el problema que se trata de analizar y el cumplimiento del resto de requisitos exigidos para la presentación del TFM.

### **Artículo 15. Asignación del tutor/a y del tema**

1. Con arreglo a los criterios establecidos, la comisión académica asignará de manera individual a cada alumno el profesorado encargado de su tutorización, el tema que va a desarrollar en su TFM y la composición del tribunal de evaluación que deberá juzgar el correspondiente TFM.

2. La comisión académica deberá comunicar dicha asignación a la EDEPULL a los efectos oportunos. Esta comunicación deberá producirse en el siguiente período: antes del comienzo de segundo cuatrimestre.

3. Cada TFM podrá ser supervisado por uno o dos tutores/as. Si se habilitase para ejercer la labor de tutorización a una persona externa a la Universidad de La Laguna, deberá designarse como tutor principal a una persona perteneciente a la plantilla docente de la Universidad de La Laguna. Podrán asumir este papel de tutor principal investigadores de plantilla de

Organismos Públicos de Investigación con los que la Universidad de La Laguna haya establecido el oportuno convenio específico de colaboración.

4. Cada tutor/a no podrá supervisar más de cuatro TFM por curso académico o su equivalencia en créditos para cada trabajo en caso de cotutorización. En este límite no se computarán los TFM que se hayan comenzado a tutorizar en el curso anterior.

#### **Artículo 16. Presentación y convocatorias**

1. El alumnado presentará su TFM en la forma y plazos que se establezcan, debiendo constar previamente el visto bueno de su tutor/a.
2. Se comunicará la recepción del TFM al tutor del trabajo, al director académico del título y a los miembros del tribunal evaluador/a.
3. El régimen de convocatorias de los TFM será el mismo que el establecido para el resto de asignaturas del título.

#### **Artículo 17. Tribunales evaluadores**

1. La comisión académica del máster propondrá el tribunal o tribunales que habrán de evaluar los TFM y lo remitirá a la EDEPULL en los períodos establecidos en el artículo 15.2 de este reglamento, debiendo a su vez hacerse pública esta información.
2. Los tribunales estarán formados por tres miembros: Presidente, Secretario y Vocal. El presidente y el secretario que deberá ser personal docente de la Universidad de La Laguna serán designados entre el citado personal que imparta docencia en la titulación correspondiente. El vocal podrá ser externo a la plantilla docente del título, siempre que tenga la titulación mínima exigible para formar parte del tribunal designado y que su labor profesional esté relacionada con el máster. Asimismo, se nombrarán dos suplentes, que actuarán en caso de ausencia de alguno de los miembros titulares del tribunal evaluador.
3. El tutor de un TFM no podrá ser miembro del tribunal que lo califique.

#### **Artículo 18. Defensa del TFM**

1. La comisión académica hará público el calendario completo de defensas al menos con siete días naturales de antelación respecto de la fecha señalada para la correspondiente convocatoria, donde se indique para cada alumno el lugar, día y hora fijados para la defensa de su trabajo.
2. La defensa del TFM se realizará por el alumnado mediante la exposición oral de su contenido o de las líneas principales del mismo, durante el tiempo máximo especificado.
3. A continuación, el alumno contestará a las preguntas y aclaraciones que planteen los miembros del tribunal evaluador, durante el período de tiempo que se establezca.
4. La comisión evaluadora deliberará sobre la calificación a puerta cerrada, dando audiencia al tutor del TFM antes de otorgar la calificación, si se estimase oportuno

#### **Artículo 19. Calificación.**

1. La calificación se otorgará en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que deberá añadirse su correspondiente calificación cualitativa: 0-4,9: Suspenso. 5,0-6,9: Aprobado. 7,0-8,9: Notable. 9,0-10: Sobresaliente.

2. Cada tribunal de evaluación del TFM hará constar la calificación en un acta individualizada que será proporcionada por EDEPULL de acuerdo al modelo que se establezca.

3. Cada tribunal evaluador podrá proponer en el acta individualizada del alumno los méritos que considere relevantes para otorgar la mención de matrícula de honor al TFM, siempre que la calificación inicial obtenida sea igual o superior a 9,5.4. La comisión académica del máster, a la vista de los méritos recogidos en las actas individualizadas y de los criterios que se establezcan en la guía docente del TFM, otorgará la mención de matrícula de honor a tantos alumnos como marque la proporción establecida en la instrucción o norma pertinente.

5. Las modificaciones sobre el acta individualizada levantada por tribunal correspondiente, consecuencia de las menciones de Matrícula de Honor otorgadas por la comisión académica, las realizará el director académico de la titulación.

#### **Dirección del TFM**

Durante el primer cuatrimestre del curso, el alumnado puede pedirle al profesorado del Máster, o del Grado en Periodismo, o de cualquier otra titulación de la Universidad (siempre que guarde relación con el contenido del TFM), que le dirija su trabajo. Si ese/a profesor/a accede, según las posibilidades de su POD y encargo docente, esa decisión debe ser comunicada por correo electrónico a la coordinadora de esta asignatura, junto con una previsión general del tema a desarrollar. Al alumnado que no tenga asignado director/a de TFM en el segundo cuatrimestre la comisión académica se lo asignará.

#### **Presentación del TFM**

El TFM no podrá tener una extensión mayor a las 20.000 palabras + anexos. Deberá entregarse redactado con un procesador de textos. En la primera página se indicará que corresponde a un TFM del Máster en Innovación Comunicativa en las Organizaciones de la Universidad de La Laguna, el título del trabajo, el nombre del autor y de/de los tutor/es, según modelo establecido por la Comisión Académica y publicado en el aula virtual. Se deberá añadir, después de esa portada, un resumen en español y en inglés. Asimismo, deberá cumplir las normas que establezca la Comisión Académica del Máster y publique en el aula virtual de la asignatura.

**El estudiantado no podrá hacer un uso de la Inteligencia Artificial que pueda impedir su crecimiento académico personal o impedirle comprender los conceptos de esta asignatura.**

#### **Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante**

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	200,00	200,0	[CE9], [CB9], [CE1], [CE12], [CE3], [CG3], [CG5], [CB10], [CE11], [CE7], [CE10], [CG6], [CE6], [CG2], [CE5], [CE2], [CE13], [CE8], [CE17], [CE16], [CE15], [CB8], [CB6], [CB7], [CG1], [CE4], [CE14], [CG4]



Asistencia a tutorías	9,00	0,00	9,0	[CE9], [CB9], [CE1], [CE12], [CE3], [CG3], [CG5], [CB10], [CE11], [CE7], [CE10], [CG6], [CE6], [CG2], [CE5], [CE2], [CE13], [CE8], [CE17], [CE16], [CE15], [CB8], [CB6], [CB7], [CG1], [CE4], [CE14], [CG4]
Exposiciones, debates y defensas de trabajos y proyectos	2,00	0,00	2,0	[CE9], [CB9], [CE1], [CE12], [CE3], [CG3], [CG5], [CB10], [CE11], [CE7], [CE10], [CG6], [CE6], [CG2], [CE5], [CE2], [CE13], [CE8], [CE17], [CE16], [CE15], [CB8], [CB6], [CB7], [CG1], [CE4], [CE14], [CG4]
Preparación y realización de exámenes y/o pruebas de evaluación	1,00	13,00	14,0	[CE9], [CB9], [CE1], [CE12], [CE3], [CG3], [CG5], [CB10], [CE11], [CE7], [CE10], [CG6], [CE6], [CG2], [CE5], [CE2], [CE13], [CE8], [CE17], [CE16], [CE15], [CB8], [CB6], [CB7], [CG1], [CE4], [CE14], [CG4]
Total horas	12,00	213,00	225,00	
Total ECTS			9,00	

## 8. Bibliografía / Recursos

### Bibliografía Básica

La que asigne cada tutor.

### Bibliografía Complementaria

### Otros Recursos

## 9. Sistema de evaluación y calificación

### Descripción

El Trabajo de Fin de Máster será evaluado a través de la entrega, en la fecha indicada por el calendario de la EDEPULL, de una Memoria del TFM que deberá tener una extensión no mayor a las 20.000 palabras + anexos. Deberá entregarse redactado con un procesador de textos. En la primera página se indicará que corresponde a un TFM del Máster en Innovación Comunicativa en las Organizaciones de la Universidad de La Laguna, el título del trabajo, el nombre del autor y de/de los tutor/es. Asimismo, cumplirá las normas convencionales en relación con la forma de citar la bibliografía y un resumen en español y en inglés. La evaluación de este trabajo corresponde al 80% de la nota final de la asignatura. El otro 20% corresponde a la defensa pública del TFM, en la que se valorará la habilidad para la comunicación oral, verbal y no verbal, la capacidad de análisis y síntesis, la innovación en la presentación de los resultados obtenidos y la corrección del lenguaje utilizado.

Nota para el alumnado de Quinta o posterior convocatoria

El alumnado que se encuentre en la quinta o posteriores convocatorias y desee ser evaluado por un Tribunal, deberá presentar una solicitud a través del procedimiento habilitado en la sede electrónica, dirigida a la **Dirección del Máster**. Dicha solicitud deberá realizarse con una antelación mínima de diez días hábiles al comienzo del periodo de exámenes”.

### Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Trabajos y proyectos	[CE9], [CB9], [CE1], [CE12], [CE3], [CG3], [CG5], [CB10], [CE11], [CE7], [CE10], [CG6], [CE6], [CG2], [CE5], [CE2], [CE13], [CE8], [CE17], [CE16], [CE15], [CB8], [CB6], [CB7], [CG1], [CE4], [CE14], [CG4]	Se evaluará la aplicación de los conocimientos en innovación comunicativa en las organizaciones adquiridos durante el Máster.	80,00 %
Exposiciones y pruebas orales (individual, en grupo, presentación de temas, trabajos, etc.)	[CE9], [CB9], [CE1], [CE12], [CE3], [CG3], [CG5], [CB10], [CE11], [CE7], [CE10], [CG6], [CE6], [CG2], [CE5], [CE2], [CE13], [CE8], [CE17], [CE16], [CE15], [CB8], [CB6], [CB7], [CG1], [CE4], [CE14], [CG4]	Habilidad para la comunicación oral, verbal y no verbal, capacidad de análisis y síntesis, innovación en la presentación de los resultados obtenidos y corrección del lenguaje utilizado.	20,00 %

## 10. Resultados de Aprendizaje

- RA1 - Comprender y saber distinguir cuáles son las tendencias más importantes de la comunicación en la actualidad, así como los principales modelos, conceptos y teorías que la explican.
- RA2 - Reconocer las características de los diferentes modelos económicos, políticos y sociales que se desarrollan en la actualidad y ser capaz de describir las tendencias más relevantes que se están desarrollando en el entorno en el que se desenvuelven las organizaciones.
- RA3 - Saber explicar en qué consiste el papel estratégico que tiene la comunicación en las organizaciones actuales y describir cuáles son sus principales herramientas de gestión.
- RA4 - Conocer y saber explicar las características del marco legal, deontológico y social en el que se desarrolla la actividad de las organizaciones, así como reconocer sus implicaciones para el ejercicio profesional.
- RA5 - Realizar diagnósticos sobre la comunicación de las organizaciones, las instituciones y los líderes políticos, sobre el impacto de sus acciones comunicativas y sobre su reputación, mediante la correcta aplicación de las metodologías y técnicas de investigación adecuadas para ello.
- RA6 - Formular objetivos y, a partir de ellos, diseñar y ejecutar acciones innovadoras en los distintos aspectos comunicativos fundamentales de las organizaciones.
- RA7 - Planificar y gestionar la comunicación institucional, empresarial y política de forma innovadora, para alcanzar objetivos estratégicos previamente formulados.
- RA8 - Aplicar de forma innovadora los conceptos y herramientas básicas de las Relaciones Públicas, para lograr el cumplimiento de sus funciones dentro de una organización.
- RA9 - Saber distinguir las herramientas del marketing y aplicarlas de forma innovadora para el logro de los distintos objetivos estratégicos que se planteen en la comunicación de las organizaciones.
- RA10 - Desarrollar estrategias de comunicación publicitaria adecuadas para crear y comunicar intangibles vinculados al capital relacional de la organización y generar valor para las marcas.
- RA11 - Gestionar y liderar equipos cumpliendo las distintas funciones internas y externas de la dirección estratégica de comunicación de una organización.
- RA12 - Planificar, organizar y producir un evento de cualquier naturaleza, en el marco de las Relaciones Públicas de una organización.
- RA13 - Gestionar de forma innovadora y creativa las situaciones de crisis de una organización, a través de las distintas herramientas de la comunicación corporativa.
- RA14 - Llevar a cabo campañas de comunicación política y electoral, utilizando herramientas innovadoras, tras un proceso de diagnóstico y planificación.
- RA15 - Elaborar mensajes informativos y persuasivos, en formato textual, audiovisual y multimedia, que resulten atractivos y comprensibles para los distintos públicos de las organizaciones, con el fin de comunicarles de forma innovadora y efectiva las decisiones de esta.
- RA16 - Conocer y saber aplicar las distintas estrategias para gestionar las relaciones con los medios de comunicación de manera eficiente.
- RA17 - Conocer los principios de la responsabilidad social corporativa y saber aplicarlos de forma innovadora y acorde a los objetivos estratégicos de la organización.

## 11. Cronograma / calendario de la asignatura

### Descripción

Cada tutor/a establecerá el correspondiente cronograma de trabajo, una vez que se haya establecido la asignación de tutores y temas.

Segundo cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Los desarrollados en el TFM.	Desarrollo de las tareas pertinentes para la realización del TFM. Tutorías.	0.50	14.00	14.50
Semana 2:	Los desarrollados en el TFM.	Desarrollo de las tareas pertinentes para la realización del TFM. Tutorías.	0.50	14.00	14.50
Semana 3:	Los desarrollados en el TFM.	Desarrollo de las tareas pertinentes para la realización del TFM. Tutorías.	0.50	14.00	14.50
Semana 4:	Los desarrollados en el TFM.	Desarrollo de las tareas pertinentes para la realización del TFM. Tutorías.	0.50	14.00	14.50
Semana 5:	Los desarrollados en el TFM.	Desarrollo de las tareas pertinentes para la realización del TFM. Tutorías.	0.50	14.00	14.50
Semana 6:	Los desarrollados en el TFM.	Desarrollo de las tareas pertinentes para la realización del TFM. Tutorías.	0.50	14.00	14.50
Semana 7:	Los desarrollados en el TFM.	Desarrollo de las tareas pertinentes para la realización del TFM. Tutorías.	0.50	14.00	14.50
Semana 8:	Los desarrollados en el TFM.	Desarrollo de las tareas pertinentes para la realización del TFM. Tutorías.	0.50	14.00	14.50
Semana 9:	Los desarrollados en el TFM.	Desarrollo de las tareas pertinentes para la realización del TFM. Tutorías.	1.00	14.00	15.00
Semana 10:	Los desarrollados en el TFM.	Desarrollo de las tareas pertinentes para la realización del TFM. Tutorías.	1.00	14.00	15.00
Semana 11:	Los desarrollados en el TFM.	Desarrollo de las tareas pertinentes para la realización del TFM. Tutorías.	1.00	14.00	15.00
Semana 12:	Los desarrollados en el TFM.	Desarrollo de las tareas pertinentes para la realización del TFM. Tutorías.	1.00	15.00	16.00
Semana 13:	Los desarrollados en el TFM.	Desarrollo de las tareas pertinentes para la realización del TFM. Tutorías.	1.00	15.00	16.00
Semana 14:	Los desarrollados en el TFM.	Desarrollo de las tareas pertinentes para la realización del TFM. Tutorías.	1.00	15.00	16.00
Semana 15 a 17:			2.00	14.00	16.00
Total			12.00	213.00	225.00