Universidad de Valladolid

Máster en Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y Campañas

Orientaciones y plan de trabajo para la realización del Trabajos Fin de Máster (TFM) Curso 2021-2022

Universidad de Valladolid

Máster en Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y Campañas

Universidad de Valladolid
Máster en Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y Campañas

¿Qué es el TFM?

El Trabajo Fin de Máster es, administrativamente hablando, una asignatura más del Plan de Estudios, en concreto la asignatura 53253, que tiene 10 créditos y que figura oficialmente como de segundo cuatrimestre.

Es necesario hacer y defender el TFM para obtener el título.

Los Trabajos Fin de Máster disponen de dos convocatorias para su defensa con unas fechas ya aprobadas por el Comité de Título que para el curso 21-22 son las siguientes:

- **Convocatoria ordinaria: 6/7 de julio de 2022**
- **Convocatoria extraordinaria: 26/27 de julio de 2022**

Para poder defenderlo hay que tener previamente aprobadas todas las asignaturas y haber realizado y tener calificadas también las prácticas formativas.

La defensa del trabajo se realiza ante una comisión formada por tres docentes del máster y con anterioridad, habrá que depositarlo junto a la Declaración de Autoría y al Visto Bueno de la persona que lo haya tutorizado, a través de la sede electrónica de la Universidad de Valladolid.

Existen una serie de documentos oficiales sobre el TFM que puedes consultar aquí

https://albergueweb1.uva.es/guia_docente/uploads/2021/515/53253/1/Documento.pdf
http://sjc.uva.es/comunicacion-con-fines-sociales-estrategias-y-campanas/

Pero, además, el TFM es un proceso de enseñanza aprendizaje que se desarrolla en paralelo durante todo el curso, en el que estudiantes y docentes indagan un problema social tratando de buscar y plantear una propuesta comunicativa que pueda contribuir a mejorarlo.

A continuación, te ofrecemos una serie de informaciones que creemos pueden ayudarte a que la elaboración de tu TFM sea un proceso lo más gratificante.

¿Cuándo y cómo empezar?

Entendido como un proceso, no cómo el resultado final, conviene iniciar el TFM cuanto antes, es decir, como mucho en los dos primeros meses del curso (octubre y noviembre).

Para empezar, tienes que tomar dos decisiones que por lo general no son nada fáciles:

1. **Pensar en un tema dentro del ámbito de la comunicación con fines sociales que te apasione y al que quieras dedicarle tiempo de investigación.**

   A veces ese tema ya se tiene en mente cuando se comienza el máster, porque existe un vínculo o una experiencia personal en relación con él. En ese caso lo que habrá que hacer es ir delimitándolo y para eso será imprescindible elegir la persona que te tutorice.

   Otras veces no se tiene claro el tema, hay muchas dudas, por lo que hay que dedicar tiempo a pensar y decidirse, pero teniendo claro que cuanto más demoremos esta decisión más probable es que al final (mayo/junio) haya prisas.

   Para decidirte puedes hacer varias cosas:

   - **Revisar tu propia trayectoria de vida, porque quizás haya un tema que esté ahí y que te resuene desde siempre aunque no le hayas dado prioridad.**
   - **Revisar las guías docentes de todas las asignaturas que están publicadas en la web de la UVA https://www.uva.es/export/sites/uva/2.docencia/2.02.mastersoficiales/2.02.01.ofertaeducativa/detalle/Master-en-Comunicacion-con-Fines-Sociales-Estrategias-y-Campanas/**
   - **Conocer los temas en los que trabaja e investiga cada docente (habrá sesiones de presentación en la jornada inaugural del curso), lo que nos lleva a la segunda decisión …**
   - **Ten en cuenta que los contenidos del máster son relativos a tres áreas de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad; Sociología y Marketing**

2. **Asignación de un docente para que sea tu tutor o tutora.**

   Para ello, además de asistir a las sesiones de presentación que tendrán lugar en la jornada inaugural del curso, puedes buscar información sobre su currículum, su trayectoria o sus publicaciones, ya sea a través de internet o de forma personal, preguntándoles directamente.

   La asignación de tutor o tutora es una decisión conjunta de estudiante y docente.

   Para realizar esta asignación se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

   - **Adecuación entre el tema elegido y el área y campo de investigación en el que trabaje el docente.**
   - **Afinidad personal entre profesor/a y estudiante.**
   - **Si se considera necesario, podrán asignarse dos docentes para tutorizar conjuntamente un mismo TFM.**
   - **Para regular la capacidad de asumir un número determinado de direcciones de trabajos y favorecer la equidad en la ejecución de esta tarea, se procurará en lo posible no asignar más de dos direcciones de TFM por docente en un mismo curso.**

Conviene hacer llegar al profesor/a por correo electrónico o personalmente en una tutoría, una propuesta que recoja de forma breve el tema que se pretende investigar y el objetivo que se persigue con ello.

Para ayudar en la toma de ambas decisiones puedes acceder al repositorio de TFMs de la Universidad de Valladolid (https://uvadoc.uva.es/handle/10324/787/discover?query=Master+en+Comunicaci%C3%B3n+con+fines+sociales&submit=), buscando y revisando los trabajos que previamente ha dirigido cada docente o indagar en los proyectos I+D y las líneas de investigación en las que trabajan en la actualidad y con los que es posible vincular la temática de los trabajos; y también los enlaces a los perfiles de los profesores en distintas webs o redes como Google Scholar, Academia, etc. (Ver Anexo)

La elección de tema y la asignación de tutor o tutora deberá realizarse antes del 26 de noviembre de 2021, de manera que antes de las vacaciones de Navidad haya tiempo de armar un proyecto y un plan de trabajo a desarrollar.

Proyecto y Plan de Trabajo

Una vez decidido el tema y asignado el tutor o tutora, hay que elaborar un proyecto y un plan de trabajo.

El proyecto debe incluir los aspectos esenciales de lo que se pretende desarrollar en el TFM: justificación del tema, necesidad del estudio, objetivos y/o hipótesis, metodologías y marco contextual y teórico necesario.

En las asignaturas del primer cuatrimestre Métodos y Técnicas de investigación y Búsqueda y tratamiento de fuentes, se darán pautas para la elaboración del proyecto y del plan de trabajo de lo que será después el TFM.

Además, conviene añadir al proyecto un plan de trabajo que deberá ser detallado, incluyendo las etapas previstas y las técnicas específicas a aplicar en cada momento. El plan debe especificar la planificación temporal prevista para la realización de cada una de las etapas de la investigación, dejando constancia del tiempo estimado para cada una de ellas.

Se entiende que el plan de trabajo puede ser susceptible de modificaciones durante el desarrollo de la investigación; no obstante, tiene la importancia de permitir determinar la dimensión del trabajo a realizar.

El plan de trabajo debe ser coherente con el tipo de investigación y factible en su cumplimiento.

El proyecto y el plan deberán estar listos antes del 27 de enero de 2022, iniciándose a partir de esa fecha como muy tarde la elaboración y el desarrollo del trabajo.

Universidad de Valladolid
Máster en Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y Campañas

Características del TFM

En general, dado que la finalidad del máster es la proyección, elaboración y puesta en marcha de campañas, procesos o acciones de comunicación con fines sociales, sustentada en la investigación previa de la realidad social e institucional y del marco teórico para el que se hace la propuesta, todos los trabajos deben combinar de manera equilibrada una parte de investigación (sociológica, teórica, etc.); y otra de comunicación (propuesta comunicativa de plan estratégico para una entidad, propuesta educomunicativa, piezas comunicativas en distintos soportes, etc.).
No obstante, no todos los trabajos tienen que presentar la misma estructura, dado que esta depende del tema y de los objetivos planteados, y será establecida en cada caso por cada tutor o tutora.
Como sugerencia, se proponen aquí los siguientes apartados:

- **Portada**
- **Resumen y palabras clave (en español e inglés)**
- **Índice**
- **Introducción**
- **Objeto, objetivos y finalidad**
- **Contexto situacional (referencia sea administrativo, institucional, legal, geográfico, histórico, etc,)**
- **Marco teórico y Estado del arte**
- **Metodología**
- **Trabajo de campo y/o análisis**
- **Resultados**
- **Debate y discusión**
- **Conclusiones parciales o Conclusiones de la investigación**
- **Propuesta comunicativa**
- **Conclusiones generales**
- **Referencias**
- **Anexos**

La ficha completa de la asignatura Trabajo Fin de Máster la tienes aquí https://albergueweb1.uva.es/guia_docente/uploads/2021/515/53253/1/Documento.pdf

Universidad de Valladolid

Máster en Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y Campañas

Elaboración y defensa del TFM

Partiendo del proyecto y del plan de trabajo se iniciará la elaboración del TFM, para la que se dispone de 5 meses (de febrero a junio), dado que las dos convocatorias de defensa serán en el mes de julio de 2022 y no hay convocatoria en septiembre.

El o la estudiante y el tutor o tutora fijarán de manera consensuada un calendario interno de entregas parciales del TFM según lo estimen oportuno, si bien se recomienda tener un borrador ya muy acabado de todo el trabajo a finales del mes de mayo, de manera que el mes de junio sirva para la fase conclusiva y para hacer las mejoras de fondo y de forma que se estimen oportunas.

Una vez finalizado el trabajo, habrá que defenderlo, en una de las dos convocatorias, ante una comisión formada por tres profesores del máster.

Para ello habrá que depositarlo con anterioridad (en los plazos que se indicarán entonces) a través de la sede electrónica de la universidad, subiendo también otros documentos debidamente firmados: el visto bueno del tutor y la declaración de autoría, disponibles en http://sjc.uva.es/comunicacion-con-fines-sociales-estrategias-y-campanas/

Calendario

Se recogen aquí, tanto las fechas oficiales de inicio de curso y defensas de los trabajos, como las fechas recomendadas para los pasos previos que hay que dar para la elaboración del TFM

Fechas oficiales:

- **Inicio del curso académico: 7 de octubre de 2021**
- **Cierre de actas del primer cuatrimestre primera convocatoria, 1 de febrero de 2022; segunda convocatoria, 8 de julio de 2022**
- **Finalización de las clases: 6 de mayo de 2022**
- **Cierre de actas del segundo cuatrimestre primera convocatoria, 22 de junio de 2022; segunda convocatoria, 8 de julio de 2022**
- **Defensas TFMs convocatoria ordinaria: 6 y 7 de julio de 2022**
- **Defensas TFMs convocatoria extraordinaria: 26 y 27 de julio de 2022**

Propuesta de calendario interno

- **Elección de tema y asignación de tutor o tutora: antes del 26 de noviembre de 2021**
- **Proyecto y plan de trabajo: antes del 27 de enero de 2022**
- **Elaboración del trabajo: entre febrero y junio de 2022**

Universidad de Valladolid
Máster en Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y Campañas

EL TFM como oportunidad

Además de ser requisito necesario para la finalización del máster, y un proceso de enseñanza-aprendizaje muy enriquecedor para estudiantes y docentes y, también, objeto de reconocimiento en distintas convocatorias de becas o premios, así como de impulso laboral.
Puedes ver algunos ejemplos en los siguientes enlaces:

https://comunicacion.uva.es/es_ES/detalle/Entrega-de-los-premios-de-la-I-Edicion-de-los-Premios-de-Igualdad-de-la-UVa/

http://sjc.uva.es/2020/07/30/andres-allisardi-egresado-del-master-en-comunicacion-con-fines-sociales-consigue-el-premio-atic-al-mejor-trabajo-de-fin-de-master-en-comunicacion-en-espana/

http://sjc.uva.es/event/premio-gomez-de-caso-a-la-prevencion-de-la-ludopatia-juvenil/

Si quieres ir rápido ve solo
Si quieres ir lejos ve acompañado
Proverbio Africano

Mucha gente pequeña, en lugares pequeños,
haciendo cosas pequeñas puede cambiar el mundo
Eduardo Galeano

Universidad de Valladolid
Máster en Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y Campañas

Anexo. LÍNEAS Y PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN PROFESORADO (puedes vincular tu trabajo fin de máster a alguno de ellos)

ÁREA DE SOCIOLOGÍA Y TRABAJO SOCIAL

Miguel Vicente Mariño **miguelvm@soc.uva.es**	**Estudio de audiencias de medios y redes sociales de comunicación** **Comunicación medioambiental** **Comunicación política y opinión pública** **https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2596742**
Manuel Montañés Serrano **investigacionparticipada@gmail.com**	**Comunicación con fines sociales y participación** **Movimientos Sociales** **Responsabilidades paterna** **Infancia** **Mediación social en la resolución de conflictos sociales, Defensa de los derechos de los animales.** **Aplicación de Métodos y Técnicas de Investigación cualitativas, implicativas y participativas** **http://sociologiaytrabajosocial.sitios.uva.es/?q=node/58**
Ana Teresa López Pastor **anateresa@soc.uva.es**	**Comunicación con fines sociales. Comunicación ambiental. Comunicación y Administraciones Públicas. Desarrollo sostenible. Alimentación Sostenible y saludable. Bienestar y calidad de vida. ODS, Agenda 2030, Agenda urbana, Turismo sostenible y ecoturismo.** **https://scholar.google.es/citations?user=gx-3hkwAAAAJ&hl=es**

Rosario Sampedro Gallego **mariarosario.sampedro@uva.es**	**Sociología rural y desarrollo rural.** **Sociología de las relaciones de género** **Sociología de las migraciones** **https://cvn.fecyt.es/0000-0002-9283-9537**
Ángel Carrasco Campos **angel.carrasco.campos@uva.es**	**Teoría Crítica de la comunicación** **Usos sociales de los medios de comunicación** **Políticas de comunicación, educación y cultura** **Responsabilidad social** **http://sociologiaytrabajosocial.sitios.uva.es/?q=node/33**

ÁREA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

Agustín García Matilla **agustingmatilla@gmail.com**	**Educomunicación** **Comunicación y servicio público** **Competencias mediáticas** **Televisión educativa** **https://scholar.google.es/citations?user=Mk8jOwMAAAAJ&hl=es**
María Cruz Alvarado López **mariacruz.alvarado@uva.es**	**Publicidad Social. Comunicación con Fines Sociales. Historia de la Publicidad** **https://scholar.google.es/citations?user=cTkqvvIAAAAJ&hl=es**
Eva Navarro Martínez **eva.navarro@hmca.uva.es**	**Educomunicación con perspectiva de género y ecofeminista.** **Pedagogía (eco)feminista aplicada a la comunicación para el desarrollo social y sostenible** **Teoría crítica de la cultura y Semiótica cultural, Análisis del discurso ideológico en el contexto actual y de las representaciones culturales y mediáticas (Imagología)Artivismo y creatividad como herramientas pedagógicas para el desarrollo social.https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=314856**

Ana Belén Sebastián Morillas **ana.sebastianmorillas@gmail.com**	**Planificación estratégica de marca, Estrategias de comunicación y Comunicación estratégica.** **Publicidad con fines sociales.** **Nuevas tendencias en comunicación.** **https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=v2Utvi0AAAAJ**
Belinda de Frutos Torres **bfrutos@gmail.com**	**Competencias digitales. menores, familia. Publicidad en medios interactivos.**
Rocío Collado Alonso **rocio.collado@uva.es**	**Imagen corporativa** **Diseño y** **Publicidad Social.**
Pilar San Pablo Moreno **pilarspubli@gmail.com**	**Comunicación para el cambio social. La construcción de la autoimagen en la Era Digital. Periodismo e información en tiempos de posverdad. Google Scholar - Academia - Dialnet**
Teresa Gema Martín Casado **teresagema.martin@uva.es**	**La mujer ante la comunicación y los nuevos medios: publicidad y redes sociales. Tendencias en creatividad y redes sociales. Liderazgo digital y cambio social. Violencia de Género en medios, nuevos medios y publicidad.** **https://scholar.google.es/citations?user=FLaI-NgAAAAJ&hl=es**
Elena González Leonardo **elena.gonzalez.leonardo@gmail.com**	**Creatividad y comunicación integrada con fines sociales. Branded content con fines sociales.**
José Ignacio García- Lomas Taboada **tegaip4@hotmail.com**	**Teoría de la Comunicación - Interacciones sociales, comunicativas y ecológicas - Ética de la Comunicación y del Consumo - Comunicación y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**

ÁREA DE MARKETING

Marta Laguna **martalagunagar@gmail.com**	**Consumo responsable y sostenible** **Plan y estrategias de marketing en organizaciones con fines sociales** **Turismo y agenda 2030** **Satisfacción e imagen en organizaciones con fines sociales(medición y percepción)** **https://scholar.google.es/citations?user=8hu3gDYAAAAJ&hl=es**
Enrique Gómez González **enrique.gomez.gonzalez@uva.es**	**Investigación social. Investigación de mercados** **http://foessa2014.es/informe/detalle_autores.php?id_autor=124**

PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN.

- **Proyecto *RURAL ACCESS: Poniendo el foco en la brecha rural: accesibilidad, movilidades y desigualdades sociales*, financiado por la Agencia Estatal de Investigación (AEI) para el periodo 2020-2024. Sus investigadores principales son los Catedráticos de Sociología Dr. Jesús Oliva Serrano (UPNA) y Dr. Luis Camarero Rioja (UNED).**
  Profesorado del Máster vinculado: Dra. Rosario Sampedro Gallego
- **Proyecto *La implicación paterna en el cuidado de los hijos y el bienestar infantil en España.* Su investigadora principal es la Dra. Almudena Moreno, Catedrática de Sociología de la Facultad de Educación de Segovia. Profesorado del Máster vinculado: Dr. Manuel Montañés**
- **Proyecto *El bienestar infantil y la privación material ante los nuevos escenarios familiares de precariedad en España.* Proyecto I+D+I. Su investigadora principal es la Dra. Almudena Moreno, Catedrática de Sociología de la Facultad de Educación de Segovia. Profesorado del Máster vinculado: Dr. Manuel Montañés**
- **Proyecto *Internética. Verdad y ética en las redes sociales. Percepciones e influencias educativas en jóvenes usuarios de Twitter, Instagram y YouTube.* Los investigadores principales son Alfonso Gutiérrez (Catedrático de Educación) y Agustín García Matilla (Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad). Varios profesores del Máster forman parte del equipo investigador implicados en varias líneas de trabajo: Miguel Vicente Mariño, Maria Cruz Alvarado, Susana de Andrés, Rocío Collado, Belinda de Frutos, Pilar San Pablo…**
- **Grupo de investigación Mediaflows (https://mediaflows.es/proyectos/), de la Universidad de Valencia, con varios proyectos activos en el campo de la comunicación política, en los que participa abundante profesorado de la Universidad de Valladolid (Contacto: Miguel Vicente).**
- **Proyecto de investigación europeo Locomotion (https://geeds.es/project/locomotion/), liderado por el grupo GEEDS de la UVa, centrado en el análisis, la evaluación y las propuestas de acción en materia de políticas medioambientales (Contacto: Miguel Vicente)**

Universidad de Valladolid

Máster en Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y Campañas

El **Máster en Comunicación con Fines Sociales: Estrategias y Campañas** se plantea responder a retos de absoluta actualidad: ¿Qué comunicación es necesaria en el Siglo XXI? ¿Las constantes transformaciones sociales dan un nuevo protagonismo a la ciudadanía frente a las convencionales agendas de los medios? ¿Cómo vamos a guiar la acción de las instituciones para que los procesos globales de comunicación para el cambio social puedan ser evaluados globalmente?

Preinscripción: **mes de junio.**
Créditos: **60 créditos ECTS.**
Requisitos: **título universitario de licenciatura, diplomatura o grado.**
Información y Becas: **http://www.uva.es**

Máster en **Comunicación** con **Fines Sociales. Estrategias** y **Campañas**

http://www.sjc.uva.es
confinessociales@gmail.com
posgradoficial@uva.es
@confinessociales

Programa Oficial de **Postgrado**
Título único en **España**
Alumnado internacional

Presencial octubre - mayo (jueves y viernes)
Prácticas en **entidades**
Investigaciones vinculadas a **proyectos**
Exposición de **trabajos**
Continuidad al **Doctorado**

Universidad de Valladolid

Máster en Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y Campañas

CAMPUS PÚBLICO MARÍA ZAMBRANO SEGOVIA

Universidad de Valladolid

Colabora:

Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa ILCE Organismo Internacional

EEES Espacio Europeo Educación Superior

ECTS European Credit Transfer System