



Proyecto/Guía docente de la asignatura TFG

Asignatura	TRABAJO FIN DE GRADO		
Materia	TRABAJO FIN DE GRADO		
Módulo	PRÁCTICUM		
Titulación	GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS		
Plan	458	Código	42877
Periodo de impartición		Tipo/Carácter	OBLIGATORIA
Nivel/Ciclo	GRADO	Curso	4º
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Marta Pacheco Rueda (Coordinadora del Comité de Título del Grado Publicidad y Relaciones Públicas)		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	marta.pacheco.rueda@uva.es De los tutores/as: disponibles en https://directorio.uva.es/search		
Departamento	Varios departamentos		
Fecha de revisión por el Comité de Título	25 de septiembre de 2025		

1. Situación / Sentido de la asignatura

1.1 Contextualización

El Trabajo Fin de Grado es una asignatura obligatoria de 4º curso en la que los estudiantes realizan un proyecto en el que manejan lo aprendido a lo largo de este ciclo formativo. Con la defensa de este trabajo demuestran estar preparados para recibir el título de Graduado/a en Publicidad y Relaciones Públicas.

Las principales directrices del proyecto están reguladas por el Reglamento sobre Trabajos Fin de Grado en la Universidad de Valladolid, aprobado por el Consejo de Gobierno, sesión 18 de enero de 2012, BOCyL nº32, de 15 de febrero, modificado el 27 de marzo de 2013.

Artículo 2. Autoría del trabajo.

- 2.1. El TFG ha de ser original e inédito y debe ser realizado por el estudiante bajo la supervisión y la orientación de su correspondiente tutor académico.
- 2.2. El TFG es un trabajo protegido por la Ley de Propiedad Intelectual. Con carácter general, la titularidad de los derechos de propiedad intelectual corresponde al estudiante que lo haya realizado y los derechos referidos a la propiedad industrial se registrarán por la legislación vigente en la materia.
- 2.3. La titularidad de un TFG puede compartirse con los tutores y las entidades públicas o privadas a las que pertenezcan en los términos y condiciones previstas en la legislación vigente.

Artículo 3. Finalidad y características del Trabajo de Fin de Grado.

- 3.1. El TFG es un trabajo de integración con cuya elaboración y defensa el estudiante deberá demostrar que ha adquirido el conjunto de competencias asociadas al título.
- 3.2. El TFG deberá permitir evaluar los conocimientos y capacidades adquiridos por el estudiante teniendo en cuenta su carácter de prueba global.
- 3.3. El TFG forma parte del Plan de Estudios y, como tal, deberá disponer de una guía docente elaborada por el comité del título correspondiente en la que se especifiquen todos aquellos aspectos que orienten el trabajo del estudiante de acuerdo con lo contemplado en la memoria verificada del título y en el Reglamento de Ordenación Académica.
- 3.4. El responsable de introducir en la aplicación informática habilitada a tal efecto la guía docente de los TFG será el coordinador de la titulación correspondiente.

Artículo 4. Elaboración del Trabajo de Fin de Grado:

4.1. El TFG debe ser realizado bajo la dirección de uno o dos tutores y estará concebido de forma que pueda ser completado por el estudiante en un número de horas que se ajuste lo mejor posible a la carga de trabajo estimada, de acuerdo con el número de créditos ECTS que tenga asignado en el Plan de Estudios y con los requisitos contemplados en la memoria de verificación del título. El trabajo será desarrollado y defendido individualmente sin perjuicio de que, excepcionalmente, y cuando el tema elegido así lo aconseje, pueda ser elaborado en colaboración con otros estudiantes, previa autorización del Comité de Título.

1.2 Relación con otras materias

Tanto los contenidos como la coherencia metodológica del Trabajo Fin de Grado estarán necesariamente vinculados con el perfil curricular que el/la alumno/a haya diseñado a través del itinerario elegido. El TFG es la culminación de los estudios de grado. El/la estudiante deberá demostrar la adquisición de las competencias definidas en la titulación mediante la presentación de un trabajo original.

1.3 Prerrequisitos

El TFG sólo podrá ser defendido una vez que se tenga constancia de que el estudiante ha superado todos los créditos necesarios para la obtención del título de graduado/a, salvo los correspondientes al propio trabajo, si bien puede ser elaborado con anterioridad a este momento.

2. Competencias

2.1 Generales

G.1. Capacidad de análisis y síntesis de la información y comunicación procedente del entorno y del contexto sociocultural y económico.

G.2. Capacidad de organización y planificación de las tareas de estudio y trabajo, en función de las necesidades del entorno.

G.3. Capacidad de utilización de las TIC en el ámbito de estudio y contexto profesional y consideración de éstas como herramienta, más que como solución.



G.4. Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos y respeto de la diversidad y multiculturalidad; tener una visión holística de los problemas y soluciones.

G.5. Capacidad de compromiso ético profesional y personal.

G.6. Capacidad de adoptar una visión creativa de la realidad, que favorezca soluciones nuevas e innovadoras.

2.2 Específicas

Las que correspondan a cada una de las modalidades del TFG elegida por el/la estudiante.

3. Objetivos

Se definen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Integrar los conocimientos y capacidades adquiridos a lo largo de la titulación.
- Demostrar la capacidad de aplicar las teorías y conceptos claves de la publicidad y las relaciones públicas para abordar problemas reales o hipotéticos.
- Adquirir una visión práctica de los estudios realizados.
- Iniciarse en la actividad investigadora.

4. Contenidos

El/la estudiante elegirá, en diálogo con su tutor/a, y atendiendo a las líneas propuestas por el profesorado de los diferentes departamentos que integran el título, la temática a abordar en el proyecto.

El trabajo podrá realizarse según dos modalidades:

Modalidad 1. Trabajo de DISERTACIÓN, orientado a la investigación académica y teórica en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas, o áreas afines. El estudiante seleccionará un tema relevante, analizará el estado del arte y propondrá una disertación crítica que explore teorías, modelos y estudios previos relacionados con el fenómeno elegido. A lo largo de este trabajo se espera que el estudiante desarrolle una capacidad de análisis profundo, evaluación crítica y argumentación académica.

El trabajo deberá abordar, independientemente de la estructura que se establezca para la memoria final, con carácter general, los siguientes aspectos:

- Justificación: debe señalarse la relevancia de la temática elegida, la fundamentación teórica, los antecedentes y su vinculación de la propuesta con las competencias propias del título.
- Diseño metodológico: se establecerá un plan de trabajo que dé cuenta del proceso a seguir para el estudio, análisis y desarrollo del tema elegido.
- Estado de la cuestión, marco teórico o marco contextual: todos los proyectos incluirán una parte dedicada al estudio del tema que se va a desarrollar. Tanto en los trabajos teóricos como en los prácticos habrá un capítulo que recoja los conceptos, antecedentes, influencias y bases teóricas de la temática elegida.
- Conclusiones e implicaciones: el TFG finalizará con un capítulo de conclusiones en las que se reflexione sobre la investigación efectuada, poniéndola en relación con el marco contextual del que se haya partido.

Modalidad 2. Trabajo PROFESIONAL, orientado hacia la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos durante la carrera en un proyecto tangible y realista. El enfoque será principalmente práctico y creativo, con un producto final que refleje la habilidad del estudiante para abordar problemas reales y ofrecer soluciones efectivas, en el ámbito de la comunicación y/o de las relaciones públicas.

Tipologías:

2.1.- Campaña de comunicación y/o relaciones públicas

El trabajo tendrá como punto de inicio un *briefing* real, ya sea uno proporcionado por el Comité de Título o uno recabado por el/la estudiante, a partir del cual el/la estudiante elegirá el enfoque que dará a su proyecto:

- a) Creatividad: arte y copy.
- b) Planificación de medios.
- c) Social media manager.
- d) Planificación estratégica.
- e) Comunicación corporativa.
- f) Organización de eventos.
- g) Producción de contenidos en comunicación audiovisual, publicidad y RR.PP.

Se espera que en el *briefing* se detallen los elementos principales que debe conocer el alumnado para comenzar a realizar su proyecto, tales como: información de la marca, problemática, objetivos, público objetivo, tono de comunicación, competencia, medios, presupuesto y *timing*.

Dado que se trata de un trabajo práctico, será fundamental que en el proyecto se priorice el proceso, es decir, no se valorará únicamente el resultado final, sino que deberá detallarse cómo ha sido el camino hasta llegar a la resolución del *briefing*, asemejando este trabajo a la realidad profesional en el ámbito publicitario.

Por ello, el proyecto deberá contener de forma obligatoria los siguientes apartados:

1. Análisis del *briefing*: seleccionar un área específica de trabajo según perfil profesional.
2. Definición de objetivos: establecer los objetivos de comunicación que se quieren alcanzar con el proyecto. Los objetivos deben ser claros, medibles y estar alineados con las necesidades de la empresa, marca o proyecto.
3. Análisis del contexto: realizar un análisis exhaustivo del contexto en el que se desarrollará el proyecto. Esto incluye análisis de la empresa, análisis del mercado, análisis del público objetivo, análisis de la marca. quién es, en qué mercado opera, valores, antecedentes publicitarios, medios propios digitales con los que cuenta y cómo los usa (web, redes

sociales, *streaming...*), línea comunicativa actual o cualquier otro apartado que sea de interés para demostrar que el/la alumno/a entiende con qué marca está trabajando. La presentación de este apartado debe hacerse de forma analítica y a la vez esquemática, reflejando tendencias y puntos fuertes y débiles.

4. Desarrollo de la estrategia: definir la estrategia de comunicación global, que incluye la propuesta de valor, el mensaje clave, el tono de la campaña.
5. Desarrollo del plan táctico: detallar la ejecución práctica de las estrategias a través de un plan táctico. Se incluirán las acciones específicas que se llevarán a cabo, y los canales que se utilizarán con un calendario de acciones.
6. Desarrollo creativo: se reitera la importancia de relatar, de forma clara y ordenada, cómo ha sido el proceso. Este apartado deberá contener los siguientes subapartados:
 - Lluvia de ideas
 - Ejemplos de otras campañas que sirvan como inspiración
 - Selección de las ideas
 - Creación de un concepto creativo o estratégico (dependiendo de la modalidad elegida)
 - Demostración del proceso (bocetos, conceptos modificados, cambios a medida que se avanza...)
7. Implementación o simulación de la campaña: se incluirá una simulación o una propuesta detallada de cómo se implementaría la campaña, mostrando ejemplos de publicaciones, anuncios o acciones programadas.
8. Conclusiones y recomendaciones: el/la alumno/a deberá hacer una evaluación general del proyecto destacando los logros alcanzados y las posibles áreas de mejora. Sería útil también ofrecer recomendaciones futuras para optimizar la campaña.

El alumnado contará en todo momento con la tutorización de un/a profesor/a competente para guiarlo en cada una de las etapas de este trabajo práctico.

2.2.- Portfolio

El objetivo del trabajo es la creación de un portfolio profesional en el ámbito de la Publicidad y las Relaciones Públicas. Este portfolio puede ser una herramienta fundamental para la inserción en el mundo laboral, con el que el alumnado podrá mostrar sus trabajos más representativos, competencias, habilidades, y su desarrollo como creativo y comunicador.

El/la alumno/a que opte por este tipo de trabajo deberá crear un portafolio digital o físico que muestre sus mejores trabajos, su evolución como profesional, y que esté orientado a captar la atención de potenciales empleadores en el campo de la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación.

El trabajo debe contener los siguientes apartados:

1. Investigación y análisis

- Análisis de portafolios existentes: estudio de portafolios de profesionales y colegas del sector para identificar buenas prácticas.
- Investigación de tendencias actuales: investigación de las últimas tendencias en diseño gráfico, presentación digital y *branding* personal.

2. Desarrollo de la identidad visual

- Definir una identidad visual propia (colores, tipografías, estilo gráfico...) que será coherente en todo el portafolio y refleje la personalidad y estilo del alumno.
- Diseñar una marca personal que será el eje del portafolio.

3. Diseño y presentación

- Elegir el formato adecuado (digital, físico, o ambos).
- Utilizar herramientas de diseño como Adobe Creative Suite, Figma, Canva, o similares.
- Asegurar una navegación fluida en caso de optar por un portafolio digital.
- Si es físico, elegir los materiales y soportes adecuados (calidad de impresión, encuadernado, etc.).
- En la presentación deberá incluirse los siguientes subapartados:
 - Publicidad: muestra de campañas publicitarias con un análisis de los resultados y el impacto.
 - Diseño gráfico: ejemplos de *branding*, diseño de logotipos, material gráfico, etc.
 - Relaciones Públicas: casos prácticos de gestión de comunicación corporativa, organización de eventos, etc.
 - Contenido digital: proyectos de redes sociales, páginas web, marketing digital.

4. Reflexión crítica

- Incluir una sección en el portafolio que ofrezca una breve descripción y reflexión sobre cada trabajo. Explicar el proceso creativo, los retos enfrentados y las soluciones aplicadas.

2.3.- Publicatessen

Podrán cursar esta modalidad solo coordinadores y subcoordinadores de los diferentes departamentos de Publicatessen. Podrán también cursarlo el/la presidente/a y vicepresidente/a. El proyecto debe reflejar una memoria completa del trabajo realizado durante la edición del festival en el departamento correspondiente.

El trabajo debe incluir los siguientes apartados:

1. Descripción e historia del festival: describir brevemente el festival, incluyendo objetivos, duración, estructura, actividad desarrollada y estructura organizativa.
2. Recopilación de información: documentar cada una de las actividades en las que el/la alumno/a y el departamento ha participado, describiéndolas y aportando los recursos necesarios para llevarlos a cabo; resultados, problemas encontrados, resolución de problemas, repercusión en medios, aportación a la institución y al alumnado.
3. Trabajo interdepartamental: documentar la organización del departamento con otros departamentos y los trabajos interdepartamentales realizados.
4. Describir su papel dentro del departamento y en la organización en general. Aportaciones personales realizadas, ejecución de acciones y trabajo desarrollado.
5. Descripción de las competencias desarrolladas en la ejecución de su labor, y defensa según competencias desarrolladas en el Verifica del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid.
6. Análisis crítico de los resultados del festival y del trabajo del/de la alumno/a.
7. Conclusiones y aportaciones. Propuestas de mejora.

2.4.- Plan de negocio emprendedor/ampliación o mejora

El TFG consistirá en el desarrollo de un plan de negocio a partir de una idea emprendedora que el/la estudiante vaya a poner o esté poniendo en marcha. También puede basarse en la ampliación o mejora de una empresa familiar o propiedad del alumno/a.

El objetivo del trabajo es que el/la estudiante convierta su idea en un plan de negocio viable, incluyendo tanto el diseño de una estrategia competitiva (diseño de producto, fijación de precios, elección de un canal de distribución y diseño de una estrategia de comunicación), como un análisis de la viabilidad del negocio.

Para el desarrollo del trabajo, el/la estudiante deberá combinar diferentes conocimientos adquiridos durante el grado, en especial los relacionados con el marketing y la investigación de mercados y la comunicación de marca. Además, se le proporcionarán algunas herramientas clave para la gestión de proyectos emprendedores. Es importante definir objetivos claros, medibles y alcanzables para su negocio.

El plan de negocio deberá acompañarse de un vídeo, de entre uno y dos minutos de duración, que resuma el argumento del negocio y propuesta de valor y sirva como carta de presentación ante posibles inversores, socios, colaboradores o patrocinadores.

La idea emprendedora puede ser de carácter mercantil o sin ánimo de lucro pero, en todo caso, el plan de negocio deberá justificar las fuentes de ingreso y los costes necesarios para asegurar la sostenibilidad económica del proyecto.

De cara a seleccionar los TFG de esta línea, el/la estudiante debe incluir la siguiente información:

- Descripción (entre una y tres líneas) de la idea.
- Conocimientos previos sobre el producto o servicio. Puede ser como usuario o cliente (si es un producto o servicio), aficionado (si es un *hobby*), practicante (si es un deporte), empleado, negocio familiar, etc...

5. Fases, procesos y temporalización

5.1. ASIGNACIÓN DE TUTOR

- El Comité de Título publicará el listado definitivo de temas y tutores/as
- Cada tema tendrá un número limitado de plazas, que dependerá del número de alumnos que pueda tutorizar cada profesor/a, en función de su encargo docente.
- El/la estudiante puede solicitar tutor/a de dos formas:
 - a.- Por firma del proyecto: podrá acordar tema y dirección del TFG con un tutor/a que ha de firmarle la autorización y aceptación de la propuesta (formulario 1 disponible en Campus Virtual). Durante el plazo establecido y publicado en la web de la Facultad y en el Campus Virtual.
 - b.- Por orden de expediente académico: el alumno podrá solicitar entre 2 y 5 opciones, según temas/profesores, en función de sus intereses (formulario 2 disponible en el Campus Virtual). Durante el plazo establecido y publicado en la web de la Facultad y en el Campus Virtual. El Comité de Título realizará la asignación de tutor y tema respetando siempre el expediente académico.
- En ambos casos, la solicitud se realizará a través de la tarea generada en el Campus Virtual de la asignatura Trabajo Fin de Grado.
- Si a un/a estudiante que, cumpliendo todos los requisitos de adjudicación, no se le pudiera asignar ningún tema de los que ha elegido en su solicitud, el Comité de Título le asignará un tema y profesor/a de oficio.
- El Comité de Título publicará un listado provisional en el que aparecerán las asignaciones. Se abrirá un plazo de 3 días para la subsanación de errores.

Temporalización:

1ª convocatoria

- *Plazo para solicitar tutor/a por firma: del 8 al 14 de octubre de 2025, inclusive.
- *Plazo para solicitar tutor/a por nota de expediente: del 24 al 28 de octubre de 2025, inclusive.
- **Deadline* para que el Comité de Título publique las asignaciones de tutor/a: 19 de noviembre de 2025.

2ª convocatoria

- *Plazo para solicitar tutor/a por nota de expediente: del 9 al 12 de marzo de 2026, inclusive.
- **Deadline* para que el Comité de Título publique las asignaciones de tutor/a: 20 de marzo de 2026.

5.2. ELABORACIÓN DEL TFG

- El/la estudiante contacta con su tutor/a y establecen un plan de trabajo y un calendario de entregas.
- El TFG podrá adscribirse a una modalidad/tipología de las descritas en el epígrafe 4 de esta Guía:
 - a.- Disertación
 - b.- Profesional: Campaña de comunicación y/o relaciones públicas; Portfolio; Publicatessen; Plan de negocio emprendedor/ampliación o mejora.
- El/la estudiante deberá:
 - a) Elaborar el trabajo respetando el formato y extensión establecidos en la guía docente
 - b) Informar regularmente a su tutor del desarrollo del trabajo.
 - c) Estructurar el trabajo teniendo en cuenta los objetivos establecidos.
 - d) Presentar adecuadamente y en plazo el trabajo realizado, para su evaluación
- El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas establece que el Trabajo Fin de Grado tiene una carga de 6 créditos, equivalentes a 150 horas de dedicación al proyecto por parte del alumno/a.

5.3. ENTREGA

- El alumno deberá entregar el TFG definitivo a su tutor/a **un mínimo de 10 días antes de la fecha de depósito** marcada en el calendario. El/la tutor/a puede decidir no aceptar la presentación del trabajo si no se respeta esta norma.

5.4. AUTORIZACIÓN

- El/la tutor/a autorizará la presentación del TFG (impreso Visto bueno tutor), previa revisión final de su calidad y de su autenticidad (tarea antiplagio). Emitiendo una calificación (rúbrica 1) que enviará directamente a la Comisión evaluadora asignada.
- **El TFG no puede ser presentado sin el visto bueno de su tutor/a**, quien debe aprobar el trabajo con al menos 5 puntos sobre 10.

5.5. DEPÓSITO DEL TFG

- El/la estudiante realizará su solicitud de defensa y evaluación de su TFG en la sede electrónica de la Uva. Para ello, depositará allí su TFG en formato pdf junto con la declaración de autoría y originalidad y el Visto bueno del tutor firmado.

Temporalización:

- Convocatoria EXTRAORDINARIA Fin de carrera (noviembre): del lunes 24 al jueves 27 de NOVIEMBRE 2025

Cierre de actas: viernes 19 de diciembre de 2025

- Convocatoria EXTRAORDINARIA Fin de carrera (febrero): del lunes 16 al jueves 19 de FEBRERO 2026

Cierre de actas: viernes 6 de marzo de 2026.

- 1ª CONVOCATORIA CURSO 2025/2026: del martes 16 al viernes 19 de JUNIO 2026 hasta las 12 horas (mediodía).

Cierre Actas: viernes 3 de julio 2026

- 2ª CONVOCATORIA CURSO 2025/2026: del jueves 2 al lunes 6 de JULIO 2026 hasta las 12 horas (mediodía).

Cierre Actas: lunes 20 julio de 2026

>> Estas fechas están sujetas a posibles modificaciones por razones de carácter administrativo. En caso de realizarse algún ajuste, este será comunicado de manera oportuna, a fin de garantizar la adecuada organización y el cumplimiento de los procesos previstos.

5.6. PRESENTACIÓN

- El acto de **defensa oral presencial** será **condición indispensable** para aprobar la asignatura.
- El Comité de Título hará público el lugar, día y hora fijados para la defensa de cada TFG, al menos con tres días de antelación respecto de la fecha señalada para la defensa. En dicha comunicación se hará constar también la duración máxima de la exposición y su estructura, si procede. Esta información deberá publicarse, en los mismos plazos, en la web oficial del Centro de acuerdo con los mismos procedimientos empleados para la publicación de los calendarios de pruebas de evaluación de carácter global empleados en el resto de asignaturas.
- El TFG se evaluará por un tribunal formado por dos profesores/as del grado, que actuarán como Presidente/a y Secretario/a, y por el/la tutor/a del trabajo, que actuará como vocal.
- La defensa del TFG será realizada por el/la estudiante en sesión pública, mediante la exposición oral de su contenido o de las líneas principales del mismo. A continuación, el/la estudiante contestará de manera breve y concisa a las preguntas y aclaraciones que plantee la Comisión Evaluadora (el/la

Presidente/a y Secretario/a del tribunal). Finalmente, se cederá el turno de palabra al tutor/a del trabajo, si así lo desea, con anterioridad a la deliberación sobre la calificación final.

-El/la estudiante tendrá 10 minutos para exponer oralmente su trabajo. Podrá utilizar materiales de apoyo (proyectados), si lo considera oportuno, así como un guion, que no excederá de un folio por una cara y que se entregará al tribunal al término de la exposición. Es obligatorio ajustarse al tiempo establecido. La Comisión puede interrumpir la presentación si se excede el tiempo establecido. A continuación habrá 10 minutos de debate con la Comisión Evaluadora

- En situaciones excepcionales, debidamente justificadas y autorizadas por el Comité de Título, la defensa podrá realizarse a través de videoconferencia, con las garantías técnicas que procedan. En todo caso, las excepciones se contemplarán cuando se dé alguna de las circunstancias recogidas en el *Reglamento de Ordenación Académica* de la Uva.

Temporalización de las defensas:

- Convocatoria EXTRAORDINARIA Fin de carrera noviembre 2025:

Último día de defensa de trabajos será el 15 de diciembre de 2025. Las fechas concretas de defensa de los trabajos se publicarán cuando termine el plazo de depósito.

- Convocatoria EXTRAORDINARIA Fin de carrera febrero 2026:

Último día de defensa de trabajos será el 6 de marzo de 2026. Las fechas concretas de defensa de los trabajos se publicarán cuando termine el plazo de depósito.

- 1ª CONVOCATORIA CURSO 2025/2026:

Último día de defensa de trabajos será el 3 de julio de 2026. Las fechas concretas de defensa de los trabajos se publicarán cuando termine el plazo de depósito.

- 2ª CONVOCATORIA CURSO 2025/2026:

Último día de defensa de trabajos será el 20 de julio de 2026. Las fechas concretas de defensa de los trabajos se publicarán cuando termine el plazo de depósito.

>> Estas fechas están sujetas a posibles modificaciones por razones de carácter administrativo. En caso de realizarse algún ajuste, este será comunicado de manera oportuna, a fin de garantizar la adecuada organización y el cumplimiento de los procesos previstos.

5.7. EVALUACIÓN DEL TFG

- Tras la presentación del TFG, la Comisión Evaluadora deliberará sobre la calificación a puerta cerrada.
- La calificación final del TFG se establecerá tomando en consideración las dos rúbricas de evaluación y el peso otorgado a cada una sobre la nota final.
- Las rúbricas de evaluación contemplarán, al menos, los siguientes aspectos: presentación y estructura, claridad y pertinencia de los contenidos, originalidad y carácter innovador, integración de competencias y contenidos trabajados en el Título, carácter reflexivo y argumentación interna, manejo de bibliografía especializada, calidad de la exposición y, en su caso, defensa del trabajo.
- Para superar la asignatura se deberá obtener una calificación mínima de 5 puntos sobre 10.

Temporalización:

- La Comisión Evaluadora delibera la calificación tras la presentación del/de la estudiante. Emite la calificación el mismo día de la presentación y fija la fecha, lugar y hora de revisión, en caso de ser solicitada por el/la estudiante.
- Tras la revisión, si es el caso, la calificación será definitiva, exceptuando las matrículas de honor, que se determinarán por el Comité de Título al finalizar las convocatorias oficiales.
- El/la Presidente/a de la Comisión Evaluadora será el responsable de introducir la calificación en SIGMA y de cerrar y firmar el acta. El/la Secretario/a de la Comisión Evaluadora será el responsable de conservar durante dos cursos académicos las rúbricas de evaluación.

6. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
RÚBRICA 1	50%	Elaborada por el/la tutor/a
RÚBRICA 2	50%	Elaborada por la Comisión Evaluadora (Presidente/a y Secretario/a) tras la presentación del TFG, individualmente o de forma consensuada.

De acuerdo con el *Reglamento de Ordenación Académica* de la UVa, “La presentación de un trabajo u obra hecho por otra persona como propio será catalogado como plagio y, por tanto, sancionado, en su caso, de acuerdo con el procedimiento disciplinario que corresponda, y sin perjuicio de la calificación de Suspenso 0,0”. Igualmente, “También será considerado plagio toda actuación académica por parte del estudiante que quede enmarcada en alguno de los dos comportamientos siguientes: a) Utilizar literalmente párrafos o frases ajenos sin citar al autor de los mismos de manera explícita. b) Parafrasear a uno o más autores sin citarlos combinando sus aportaciones para presentarlas como propuesta original”.

8. Consideraciones finales

Directrices sobre el uso de sistemas de inteligencia artificial en el desarrollo del Trabajo Fin de Grado

El Trabajo Fin de Grado (TFG) debe ser realizado de manera personal y responsable por cada estudiante y se rige por el principio de originalidad, pues como asegura la guía para su elaboración, el tema o el planteamiento deben tener carácter inédito. El uso de sistemas de inteligencia artificial (IA), como ChatGPT, Copilot, Teach Anything u otras aplicaciones similares, no está prohibido, pero su uso debe estar presidido por los principios de transparencia, ética y originalidad. Un buen uso de una herramienta de IA puede generar contenido relevante, siempre bajo la labor crítica del alumnado y el contraste de la veracidad de la información aportada.

Podrá utilizarse por parte de la comisión evaluadora y el/la tutora las herramientas de detección de uso de inteligencia artificial (IA) que se consideren pertinentes.

En todo caso, el uso de cualquier herramienta de IA debe observar las siguientes directrices.

Uso Responsable:

Los sistemas de inteligencia artificial (IA) pueden ser utilizados como apoyo en el proceso de elaboración del TFG. Ese será su único uso.

El uso de sistemas de IA como sustituto del trabajo de desarrollo propio que corresponde al estudiante o para generar partes completas del TFG no está permitido y será sancionado conforme con lo dispuesto en el artículo 44 del *Reglamento de Ordenación Académica* de la Universidad de Valladolid, de acuerdo con el procedimiento disciplinario que corresponda, y sin perjuicio de la calificación de Suspenso 0,0.

Los estudiantes no pueden solicitar directamente respuestas completas a los sistemas de IA ni copiar soluciones generadas de forma automática. Sí pueden utilizarse como recurso para apoyar el proceso de investigación, redacción y desarrollo del trabajo, siempre y cuando no comprometan la autoría ni la originalidad o la atribución y verificación de las fuentes.

Cualquier duda en la utilización de una IA para realizar alguna tarea relacionada con el TFG, debe consultarse con el/la tutor/a.

Transparencia:

El uso de sistemas de IA debe declararse de manera clara en el apartado metodológico del TFG, explicando qué sistemas de IA se han empleado o las herramientas que las utilizan. Se ha de indicar cómo han contribuido los sistemas de IA al desarrollo del trabajo, ya sea como soporte en la generación de ideas, búsqueda de referencias, corrección de estilo de redacción u otras tareas complementarias.

Todo incumplimiento en la citación transparente del uso de sistemas de IA se considerará una actuación académica que ha de ser sancionada conforme con lo dispuesto en el artículo 44 del Reglamento de Ordenación Académica de la Universidad de Valladolid.

Citas y Documentación:

Todo contenido generado con apoyo de sistemas de IA debe ser citado siguiendo la normativa de citación aplicable:

<https://normas-apa.org/referencias/como-citar-chatgpt/>

Las entradas (*prompts*) utilizadas y las respuestas relevantes de los sistemas deben ser documentados y, en caso necesario, incluidos como anexos al trabajo, en forma de conservaciones, imágenes u otros recursos generados.

Para todos los aspectos no recogidos expresamente en esta Guía, se atenderá a lo dispuesto en el REGLAMENTO SOBRE LA ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO <https://secretariageneral.uva.es/wp-content/uploads/VII.12.-Reglamento-sobre-la-Elaboracion-y-Evaluacion-del-TFG.pdf>



Así como en el REGLAMENTO DE ORDENACIÓN ACADÉMICA (ROA) DE LA UVA

<https://secretariageneral.uva.es/wp-content/uploads/VII.2.-Reglamento-de-Ordenacion-Academica.pdf>

y en la NORMATIVA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO FIN DE GRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

https://secretariageneral.uva.es/_documentos/VII-Bis.7.-Normativa-TFG-Facultad-Ciencias-Sociales-Juridicas-Comunicacion.pdf

Se utilizará el Campus Virtual como herramienta fundamental de comunicación con el estudiantado. En esta plataforma se pondrán a disposición de los y las estudiantes los materiales e información necesarios para un correcto seguimiento de la asignatura. Es responsabilidad de los y las estudiantes estar al tanto de los recursos e información facilitados para el desarrollo de la asignatura a través del Campus Virtual. La no lectura de los avisos no exime al estudiante de su cumplimiento.

La ortografía y la corrección lingüística serán tenidas en cuenta en la calificación de los trabajos.

Para informarse sobre cuestiones administrativas o de matrícula relacionadas con el TFG, el/la estudiante debe ponerse en contacto con la Secretaría administrativa de la Facultad.