

## ¿Qué es un TFM?

El TFM es una asignatura del plan de estudios del Máster que tiene como finalidad que los alumnos puedan aplicar los conocimientos, las competencias y las habilidades que han adquirido mediante el conjunto de las asignaturas impartidas. En este sentido, el TFM solo podrá ser presentado y defendido cuando los alumnos hayan aprobado todas las asignaturas del Máster. En el Máster en Investigación Aplicada a la Comunicación, el TFM consta de 24 créditos de un total de 60 créditos. Es decir, las asignaturas lectivas (asignaturas presenciales impartidas en clase) tienen asignados 36 créditos y el TFM 24 créditos. Este volumen de créditos asignados al TFM indica la relevancia de este trabajo en el conjunto del Máster y el grado de exigencia en el trabajo de cada alumno.

## Se puede elegir entre dos modalidades del TFM

A partir de lo que se establece en el Artículo 3 del Reglamento de la URJC sobre TFM, en nuestro Máster se podrán presentar dos tipos de TFM:

### 1. *Investigaciones empíricas*

Investigaciones en las que los alumnos realizan bajo la supervisión de un tutor una investigación empírica cuantitativa o cualitativa con el estilo de redacción propio del artículo científico editado en revistas académicas (título, resumen/abstract, palabras clave (6 máximo), presentación o introducción, marco teórico, objetivos e hipótesis de investigación, diseño metodológico, resultados, conclusiones, bibliografía y anexos, si se considera oportuno).

El trabajo tendrá una extensión de entre 30 y 35 páginas, en Arial Narrow, cuerpo 11 e interlineado 1'5, justificado en ambos márgenes (Crt+J) y márgenes de presentación de página estándar o normal (2'5 x 3 cm) en laterales y franjas superior e inferior.

Se evaluarán como criterio muy relevante los aspectos formales del texto, el estilo de artículo científico, la claridad expositiva y la corrección de los sistemas de citas en el interior del documento y en la sección final de bibliografía o referencias bibliográficas, que deberá atenderse a las Normas APA.

### 2. *Trabajos de revisión teórica*

Trabajos orientados hacia la construcción o revisión crítica de la literatura científica y/o construcción de un marco teórico a partir de sus textos originales, un trabajo de revisión bibliográfica, un estado de la cuestión de la literatura científica y académica sobre un objeto de estudio, estudios bibliométricos sobre revistas científicas del ámbito de comunicación, o cualquier otra modalidad de trabajo de revisión teórica aprobado por los tutores (por ejemplo, en el caso de alumnos que deseen realizar una tesis de doctorado de forma inmediata).

La estructura del trabajo será decidida por el alumno bajo la supervisión de los tutores, pero deberá tener una extensión máxima de 30 páginas, Arial Narrow, cuerpo 11 e interlineado 1'5, justificado en ambos márgenes (Crt+J) y márgenes de presentación de página estándar o normal (2'5 x 3 cm) en laterales y franjas superior e inferior.

También en este caso se evaluarán como criterios muy relevantes los aspectos formales del texto, el estilo de artículo científico, la claridad expositiva y la corrección de los sistemas de citas en el interior del documento y en la sección final de bibliografía o referencias bibliográficas, que deberá atenerse a las Normas APA.

### **¿Qué temas elegir y cómo hacerlo?: las líneas de investigación propuestas para realizar el TFM en el curso académico 2019-2020**

En caso de no producirse ninguna anomalía o dificultad sobrevenida, entre los días 1 y 15 de noviembre se presentará un listado de temas de TFM o líneas de investigación, y los alumnos elegirán uno de estos temas de investigación. Para ello, el alumno entregará al Director del Máster una hoja de solicitud de líneas de investigación, que se adjunta como Anexo IV. El claustro de profesores estudiará las solicitudes para su aprobación, y antes del día 30 de noviembre se asignarán los tutores a cada propuesta aceptada. Sin embargo, hasta marzo de 2017, una vez finalizada la docencia de las asignaturas (36 créditos), no se iniciará la elaboración efectiva de los TFM bajo supervisión de los tutores.

En cada línea de investigación consta un número identificativo, un título, una descripción y la modalidad de trabajo (revisión teórica o investigación empírica). Los TFM deberán ceñirse de forma estricta al tema planteado .

### **Líneas de investigación para los TFM**

1	<p><u>Análisis de contenidos periodísticos.</u> El tema admite fundamentalmente investigaciones empíricas sobre los contenidos periodísticos en distintos formatos (prensa, radio, televisión, publicaciones digitales y redes sociales), acerca de diferentes ámbitos (política, economía, salud, justicia, ciencia, medio ambiente, etc.), grupos (infancia, jóvenes, inmigrantes, colectivos étnicos, grupos socialmente marginados, etc.), fenómenos (violencia doméstica, cambio climático, inmigración, etc.) o coyunturas (crisis económicas, sanitarias, etc.). Estos trabajos se realizarán, por lo general, mediante análisis de contenido cuantitativo de textos difundidos, preferentemente, por la prensa o en los sitios web de empresas periodísticas (cabeceras de prensa y emisoras de radio o televisión). Es posible igualmente trabajar esta cuestión en relación con sitios no profesionales (blogs, redes sociales, contenedores audiovisuales tipo YouTube, etc.).</p>
2	<p><u>Hábitos y prácticas de consumo y uso de medios, redes sociales y TIC.</u> El tema admite trabajos de reflexión teórica (estados de la cuestión, por ejemplo sobre los factores teóricos que afectan la adopción de TIC) y, preferentemente, investigaciones empíricas sobre los hábitos y prácticas de consumo de medios de comunicación (prensa, radio, televisión y medios o sitios en el entorno digital), de redes sociales y, en general, de TIC por parte de la población en general o de cualquier grupo social (jóvenes, estudiantes, inmigrantes, etc.). En el caso de los trabajos empíricos, la investigación requerirá, generalmente, de la realización de una encuesta, aunque también admitiría diseños cualitativos (entrevistas o grupos de discusión) y propuestas para el análisis de datos disponibles (investigación secundaria).</p>
3	<p><u>Consumo de productos comunicativos.</u> El tema admite trabajos de reflexión teórica (estados de la cuestión) y, preferentemente, investigaciones empíricas sobre los hábitos y prácticas de consumo de productos comunicativos (información periodística –política, económica, deportiva, moda, etc.–, entretenimiento, etc.) por parte de la población en general o de cualquier grupo social (jóvenes, estudiantes, inmigrantes, etc.). En el caso de los trabajos empíricos, la investigación requerirá, generalmente, de la realización de una encuesta, aunque también admitiría diseños cualitativos (entrevistas o grupos de discusión) y propuestas para el análisis de datos disponibles (investigación secundaria).</p>
4	<p><u>Investigación de públicos en comunicación estratégica.</u> Revisión teórica. Consiste en trabajos de revisión teórica sobre la conceptualización, selección y evaluación de públicos y <i>stakeholders</i> para la comunicación estratégica de empresas y otros tipos de organizaciones.</p>
5	<p><u>Análisis de contenidos publicitarios.</u> El tema admite investigaciones empíricas orientadas al análisis de los contenidos publicitarios difundidos por los medios de comunicación convencionales u otros soportes del entorno digital, en cualquier modalidad (publicidad gráfica, sonora o audiovisual) y en relación a cualquier tipo de producto de consumo (alimentación, moda, automoción, perfumería, etc.). Por otra parte, los trabajos pueden orientarse al análisis de la representación publicitaria de determinados grupos sociales identificados por criterios socio-demográficos (según sexo, edad, características étnicas, etc.) o bien al análisis de específicas estrategias publicitarias (<i>product placement, branded content, etc.</i>)</p>

6	<u>Estudios bibliométricos.</u> Trabajos empíricos sobre investigaciones científicas de comunicación en revistas académicas, y a cualquiera de los ámbitos de la investigación: comunicación de medios, comunicación estratégica, estudios sobre el periodismo, investigación sobre publicidad, estudios de audiencias, investigaciones sobre medios y tecnología.
7	<u>Uso institucional de las redes sociales.</u> El tema admite trabajos de reflexión teórica (estados de la cuestión) y, preferentemente, investigaciones empíricas sobre el uso de las redes sociales por parte de instituciones de diverso tipo: medios de comunicación, empresas, organizaciones de la sociedad civil o del Estado. Los trabajos empíricos requerirán, generalmente, de la realización de análisis de contenido de las comunicaciones de estas instituciones en las redes sociales, aunque admitiría también diseños cualitativos con entrevistas en profundidad, y podrían combinarse también con encuestas a los usuarios de estos canales de comunicación (utilidad percibida, satisfacción obtenida, etc.).
8	<u>Minería de datos.</u> Esta línea se centra en la explotación de datos ya existentes para extraer mayor conocimiento a través de técnicas cuantitativas de investigación. Esta línea incluye el análisis de bases de datos gubernamentales (p.e. barómetros nacionales), de datos estructurados de redes sociales (p.e., Twitter), o datos secundarios sobre consumo de información u otros productos mediáticos.
9	<u>Propuesta de tesis de doctorado.</u> Aquellos alumnos que quieran realizar una tesis de doctorado a partir del próximo curso podrán proponer un tema específico

### **El proceso de realización del TFM y las atribuciones de los tutores**

El TFM se realizará en el periodo comprendido entre marzo y junio, si se presenta en la primera convocatoria de junio. En caso contrario, podrá desarrollarse en los periodos previos al resto de convocatorias: noviembre/diciembre y marzo/abril.

El acto de presentación y defensa consiste en una sesión pública y se desarrolla mediante tres partes:

1. Defensa del TFM por parte de los alumnos en un máximo de 10 minutos. Pueden exponer su defensa mediante una exposición oral acompañada optativamente por una presentación en formato PowerPoint. Preferentemente, los alumnos presentarán los motivos de elección del tema y su grado de novedad, los criterios de elección del marco teórico y del diseño metodológico y cuáles han sido los resultados más significativos. En ningún caso se procederá al simple resumen del TFM presentado.
2. Intervención de la Comisión. Una vez finalizada la intervención de la Comisión, se evaluará el trabajo y se anunciará públicamente la calificación obtenida. Las calificaciones serán en una escala de 0 a 10.

---

## **La documentación que debe presentarse al Responsable del Máster para defender vuestro TFM**

Para presentar y defender el TFM, los alumnos deberán presentar la siguiente documentación:

1. Una copia en papel encuadernada (de forma simple y de bajo coste).
2. Una copia en formato PDF que será entregada al Responsable del Máster mediante el correo de la asignatura TFM en el Aula Virtual. El Secretario o la Secretaria de la Comisión hará entrega a los miembros de la Comisión Evaluadora de estas copias digitales.
3. Un documento de Autorización de presentación y defensa del TFM firmado por el tutor o tutora del TFM.
4. Un documento de solicitud de presentación y defensa del TFM firmado por el alumno/a.
5. Un documento de declaración de originalidad de los contenidos del TFM firmado por el alumno/a.

### **Convocatorias**

1. Primera convocatoria: Junio
2. Segunda convocatoria: Noviembre/Diciembre
3. Tercera convocatoria: Marzo/Abril