

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2025/2026

Identificación y características de la asignatura					
Código	401814				
Denominación (español)	Trabajo Fin de Máster				
Denominación (inglés)	Master's Degree Thesis				
Titulaciones	Máster Universitario en Gestión de la información en redes sociales y de los productos digitales en internet				
Centro	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación				
Módulo	Trabajo Fin de Máster				
Materia	Trabajo Fin de Máster				
Carácter	Obligatorio	ECTS	6	Semestre	2º
Profesorado					
Nombre		Despacho		Correo-e	
Área de conocimiento	Todas las Áreas implicadas en el Título				
Departamento	Todas las Áreas implicadas en el Título				
Profesor/a coordinador/a (si hay más de uno)					
Competencias					
Competencias Básicas					
<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>					

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 Generales

CG1 – Conocer, gestionar y hacer un uso responsable de las redes sociales como herramientas de comunicación en línea que permiten a los usuarios crear contenidos usando las tecnologías web.

CG2 – Conocer la estructura y organización de la información en las redes sociales y tener la capacidad de diseñar y elaborar productos culturales digitales de texto, fotografía, vídeo y audio.

CG3 – Profundizar en las técnicas de distribución de productos digitales y captación de recursos externos, así como analizar el comportamiento de la información comercial electrónica.

CG4 – Conocer las técnicas y métricas de evaluación y recuperación de la información en internet y conferir al alumno habilidades en el manejo de grandes masas de datos.

Competencias Transversales

CT1 – Saber presentar y comunicar públicamente, de manera lógica y ordenada, ideas, problemas y soluciones, tanto de forma oral como escrita.

CT2 – Utilizar las tecnologías de la información como herramienta de trabajo intelectual y como elemento esencial para crear productos, informarse, aprender y comunicarse.

CT3 – Conocer la terminología especializada para el desarrollo de la actividad profesional relacionada con la creación de productos digitales y las redes sociales.

CT4 – Adquirir los conocimientos metodológicos necesarios para afrontar los retos profesionales de una forma ética y rigurosa.

CT5 – Aprender y usar habilidades sociales e interpersonales en las relaciones con otras personas para poder trabajar en grupos multidisciplinares e interculturales.

CT6 – Garantizar que el trabajo profesional especializado que desempeñe en el entorno de la creación de productos digitales y las redes sociales contemple los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad. en la comprensión de la web 2.0 o web social y la Web 3.0 o web semántica.

Competencias Específicas

CE2 – Conocer y analizar las redes sociales en la actualidad, sus diferentes modelos, usos y prácticas (Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn y redes sociales fotográficas paradigmáticas).

CE3 – Desarrollar habilidades de community manager y otros perfiles profesionales para la gestión de la información y de las comunicaciones.

CE4 – Conocer y analizar la repercusión de las redes sociales en el ámbito de la administración pública y en el ámbito político.

CE5 – Conocer el marco jurídico de la Red, analizando la libertad de expresión, la propiedad intelectual y el acceso a la información en medios digitales.

CE6 – Desarrollar habilidades para la organización de la información en la web y diseñar estructuras de navegación e interacción de la información, esto es, conocer la arquitectura y usabilidad de la web.

CE7 – Aplicar métodos de evaluación heurística a las redes sociales y los productos digitales en la Red.

CE8 – Gestionar proyectos audiovisuales y conocer la presencia de los archivos digitales en internet, profundizando en el movimiento Open Access.

CE9 – Conocer y aplicar técnicas de edición.

CE10 – Conocer los fundamentos del diseño gráfico y la tecnología específica para la creación de productos digitales.

CE11 – Entender los fundamentos de la creación fotográfica, de vídeo y audio digital, así como usar aplicaciones paradigmáticas para la captación y edición de fotografías, vídeo y audio en dispositivos móviles. Profundizar en la edición y postproducción de vídeo y audio para redes sociales.

CE12 – Conocer y aplicar técnicas de distribución de productos digitales centradas en marketing digital y móvil.

CE13 – Conocer y aplicar técnicas de distribución de productos digitales centradas en crowdsourcing, fundraising y captación de recursos externos.

CE14 – Desarrollar habilidades para el comercio electrónico y analizar los aspectos formales de la tienda on line.

CE15 – Analizar el comportamiento de la información comercial electrónica y descubrir los diferentes perfiles de los usuarios de la Red.

CE16 – Conocer y aplicar las técnicas de evaluación de la información en internet, esto es, la Cibermetría, la Webometría y la Altmetría.

CE17 – Conocer y aplicar las técnicas de posicionamiento web y las métricas de recuperación de la información y conferir al alumno habilidades en el manejo de grandes masas de datos.

Contenidos

Descripción general del contenido:

Con el Trabajo Fin de Máster el alumnado culmina sus aprendizajes en el Máster. Consistirá en la elaboración de un trabajo escrito, dirigido por un profesor y presentado y defendido públicamente ante un tribunal de tres miembros entre los que no puede figurar el director/a del mismo.

Temario

El objetivo fundamental del Trabajo Fin de Máster (TFM) es formar al alumno en la elaboración de un trabajo original de investigación de acuerdo a unas pautas académicas establecidas independientemente de la elección del tema específico para trabajar. Por este motivo, en los contenidos del TFM deben aparecer claramente la formulación de los objetivos del trabajo (qué se quiere conseguir), la delimitación del marco teórico (un análisis de la cuestión o un corpus conceptual), la definición de una metodología clara, el análisis de los datos o los resultados de acuerdo a los objetivos establecidos y la aplicación de la metodología diseñada, y la elaboración de las conclusiones relacionadas con dichos objetivos.

El tema de trabajo elegido debe estar relacionado con alguna de las materias del Título y puede tener un carácter teórico-conceptual o aplicado. Igualmente, debe cumplir una serie de requisitos formales establecidos en la Normativa de Trabajo de Fin de Grado y Máster de la Facultad. Esta normativa ha sido elaborada de acuerdo a la normativa general de la UEX aprobada en 2015 para la elaboración de TFG y TFM y en ambas el alumno puede encontrar información acerca de las consideraciones generales y definición de este tipo de trabajos, la tutela académica, el proceso de matriculación, la exposición y defensa, el sistema de evaluación y la custodia del trabajo y su inclusión en el repositorio institucional Dehesa de la UEX.

Más específicamente relacionado con el proceso de elaboración del TFM, la Facultad cuenta con una "Guía para la elaboración del TFG/TFM" en la que aparecen recomendaciones para la realización y exposición del trabajo que se refieren a los aspectos formales y de contenido que, tanto tutores como alumnos, deben tener en cuenta a la hora de presentar un trabajo ya terminado. Esta normativa describe los diferentes tipos de trabajos que pueden realizarse, de carácter teórico o aplicado, así como su extensión y formato.

Además, presenta la estructura general del trabajo, dividida en diferentes partes y elementos preliminares. Esta guía establece que todo trabajo debe contar con una introducción, los objetivos, el marco teórico, la metodología, los resultados, las conclusiones, diferentes índices de figuras y tablas, una bibliografía final y unos anexos, y describe en qué consiste cada uno de los elementos, lo cual resulta de gran utilidad para el alumno.

El resultado final del trabajo debe ajustarse a unas normas como son la presentación en CD, para lo que se establece el modelo de carátula, y una plantilla para la presentación formal del trabajo ya terminado.

Otras informaciones añadidas y de interés como parte de esta asignatura y que se pueden encontrar en la web institucional de la Facultad, son la oferta de trabajos y tutores para cada curso académico, la solicitud de trabajo y tutor y la asignación definitiva de los mismos. Además, se pueden conocer las diferentes convocatorias, fechas y designación de tribunales para la defensa de los trabajos y los modelos de documentos para la gestión y defensa de los mismos. Igualmente, puede resultar de utilidad la relación de trabajos ya defendidos o aquellos que han pasado a formar parte del repositorio institucional Dehesa.

Actividades formativas

TEMA	TOTAL	Actividades Presenciales (AP)					Actividades Virtuales (AV)				TP	TA
		GG	CH	L	O	S	CST	CSP	CAT	CAP		
1												
2												
3												
...	149										60	89
Evaluación	1											1
Totales	150										60	90
% Presencialidad							100 % Virtualidad					

<p>Actividades Presenciales (AP)</p> <p>Actividades que se desarrollan en un único espacio físico y que implican interacción física entre estudiante y docente:</p> <ul style="list-style-type: none"> – GG: Grupo Grande (85 estudiantes). – CH: Actividades de prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes) – L: Actividades de laboratorio o prácticas de campo (15 estudiantes) – O: Actividades en sala de ordenadores o laboratorio de idiomas (20 estudiantes) – S: Actividades de seminario o de problemas en clase (40 estudiantes). 	<p>Actividades Virtuales (AV)</p> <p>Actividades que no se desarrollan en un espacio físico común. Pueden ser síncronas (implican interacción estudiante / docente) o asíncronas:</p> <ul style="list-style-type: none"> – CST: Clase síncrona teórica. – CSP: Clase síncrona práctica. – CAT: Clase asíncrona teórica. – CAP: Clase asíncrona práctica.
<ul style="list-style-type: none"> – TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tutorías ECTS). – TA: Trabajo autónomo del estudiante. 	
<p>Metodologías docentes</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Métodos de enseñanza-aprendizaje colaborativos • Método expositivo apoyado en materiales digitales interactivos y audiovisuales • Orientación y tutoría individual y grupal • Aprendizaje basado en investigación (ABI) aplicado a la profesión en procesos de gestión, producción y difusión 	
<p>Sistemas de evaluación</p>	
<p>Realización de un trabajo fin de máster TFM, cuyas calificaciones vendrán dadas por:</p> <p>A) El tutor del TFM, que evaluará el proceso de planificación y desarrollo del trabajo, así como el propio trabajo resultante, en la modalidad simplificada, el 100% de la nota hasta un máximo de 8 y en la modalidad de Tribunal, un 40% de la calificación final. B) El tribunal evaluará el trabajo entregado y la exposición y defensa del mismo en la modalidad de Tribunal. Dicha evaluación supondrá un 60% de la calificación final.</p> <p>Se aplicará el sistema de calificaciones vigente en cada momento; actualmente, el que aparece en el RD 1125/2003, artículo 5º. Los resultados obtenidos por el alumno en cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa: 0-4,9: Suspenso (SS), 5,0 – 6,9: Aprobado (AP), 7,0 - 8,9: Notable (NT), 9,0 – 10: Sobresaliente (SB). La mención de Matrícula de Honor podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.</p>	
<p>Resultados de aprendizaje</p>	
<p>Al finalizar el estudio de esta materia el alumno podrá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un documento original de iniciación a la investigación en redes sociales y la creación de los productos digitales en la web. • Saber utilizar de modo eficaz las fuentes de documentación más relevantes en redes sociales. • Demostrar capacidad para usar adecuadamente metodologías de investigación digitales, bajo principios de rigor científico y compromiso ético. • Ser capaz de defender, argumentar y exponer los resultados principales del 	

trabajo de investigación desarrollado.

Bibliografía (básica y complementaria)

BÁSICA

- CEPEDA CARRIÓN, G. (2006). La calidad en los métodos de investigación cualitativa: principios de aplicación práctica para estudios de caso. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, 29, 57-82.
- DENZIN, N. y LINCOLN, I. (2013). Manual de investigación cualitativa. Barcelona: Gedisa.
- FERRADA CUBILLOS, M. (2006) Etnografía un enfoque para la investigación de weblogs en Biblioteconomía y Documentación. Biblios, año 7, n. 23, enero-marzo 2006. Disponible en [Http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1431574.pdf](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1431574.pdf)
- GONZÁLEZ TERUEL, A.; BARRIOS CERREJÓN, M. (2012). Métodos y técnicas para la investigación del comportamiento informacional: fundamentos y nuevos desarrollos. Gijón: Trea.
- GOODMAN, V. D. (2011). Qualitative research and the modern library. Oxford [etc.]: Chandos.
- IGARTUA PEROSANZ, J.J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona: Bosch.
- JENSEN, K. y JANKOWSKI, N. (1993). Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas. Barcelona: Bosch.
- RUBIO, M.J.; VARAS, J. (2004). El análisis de la realidad en la intervención social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid: CCS.
- TRINIDAD, A.; CARRERO, V.; SOTRIANO, R. (2006) La Teoría Fundamentada (Grounded Theory). La construcción de la teoría a través del análisis interpretacional. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- TURPO GEBERA, O. W. (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. Revista Iberoamericana de Educación, 47(2), [1]-10.
- VILCHES, L. (2011). La investigación en comunicación: métodos y técnicas en la era digital. Barcelona: Gedisa.

COMPLEMENTARIA

- COLLER, X. (2000). Estudio de casos. Madrid: CIS, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- GUASCH, O. (1997). Observación participante. Madrid: CIS, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- VASILACHIS DE GIALDINO, I. (coord.). (2009) Estrategias de investigación cualitativa. Barcelona: GEDISA.
- YANOW, D; SCHWARTZ-SHEA, P. (2006). Interpretation and Method: Empirical Research Methods and the interpretive Turn. Armond, New York, M.E.Sharpe.
- FRÍAS, J.A.; RÍOS HILARIO, A.B. (Coords.) (2004). Metodologías de investigación en Información y Documentación. Salamanca: Ediciones Universidad.

Otros recursos y materiales docentes complementarios