

PROTOCOLO PARA LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO FIN DE MÁSTER

¿En qué consiste?

El Trabajo Fin de Máster consiste en un proyecto práctico en el que el alumnado, de forma individual, diseñará e implementará su propia estrategia de comunicación en redes sociales y medios digitales para construir una reputación orientada al mercado laboral o al emprendimiento. El trabajo abarcará tanto los aspectos relacionados con estrategia, métricas y evaluación de la eficacia de las acciones planteadas como los relacionados con la creación de contenidos digitales (web o blog, redacción, diseño, fotografía y vídeo).

¿Para qué sirve?

El modelo de TFM propuesto refuerza la orientación profesionalizante del máster, dado que proporciona al alumnado la tutorización y acompañamiento del profesorado en el proceso de elaboración de una carta de presentación imprescindible para su entrada en el sector de la comunicación en medios sociales ya sea por cuenta propia o ajena: su propia presencia en el medio digital. La mejor manera de demostrar el conjunto de competencias adquiridas a un empleador o a un futuro cliente es la propia presencia digital del alumnado tanto en su vertiente de diseño estratégico, planificación de medios y evaluación de la eficacia como en su vertiente de creación de contenidos digitales en texto, fotografía, diseño y vídeo. El TFM que proponemos es una vía adecuada para que el alumnado aplique de una forma integrada el mayor número de competencias adquiridas en el plan de estudios y no sólo una vertiente de las mismas.

El papel del alumno/a

Es responsabilidad del alumno/a la elaboración del TFM de acuerdo con las instrucciones establecidas en este documento y las indicaciones facilitadas por el tutor, así como la entrega dentro del plazo establecido, que será improrrogable, y la defensa pública ante la comisión evaluadora.

El papel del tutor o tutora

La Comisión Académica del Máster será la encargada de realizar la asignación de tutores. El papel de los tutores consistirá en orientar a los estudiantes durante la realización del trabajo, supervisarlos y velar por el cumplimiento de los requisitos fijados en este documento. Debe tenerse en cuenta que no son los tutores, sino los estudiantes, los responsables del desarrollo del trabajo, por lo que los tutores, si bien pueden asesorar, no deben generar contenidos para los trabajos o intervenir de forma activa en su elaboración.

Los tutores, además, deberán emitir un informe favorable para que el estudiante pueda defender su TFM.

Tipos de TFM

Como ya hemos mencionado, el Trabajo Fin de Máster consiste en un proyecto práctico en el que el alumnado, de forma individual, diseñará e implementará su propia estrategia de comunicación en redes sociales y medios digitales para construir una reputación orientada al mercado laboral o al emprendimiento.

Dentro de este planteamiento se admitirán dos tipos de TFM:

- Trabajos cuyo objeto sea el perfil del/la estudiante, y que se basen en el desarrollo de su marca personal.
- Trabajos cuyo objeto sea una marca comercial propiedad del/la estudiante, y que se desarrollen como proyección de las competencias personales a través de la marca.

Estructura y contenido del TFM

Todos los estudiantes deberán entregar una memoria con dos partes: un plan de *social media* previo al desarrollo de cualquier tipo de acción y una memoria de ejecución en la que se recojan los elementos desarrollados y su evaluación. Concretamente, deberán incluirse los siguientes elementos:

- *Social media plan* (extensión máxima: 20.000 palabras)
 - o Descripción y análisis previo del perfil personal o de la marca sobre la que se desarrollará el trabajo, a modo de auditoría previa o informe cero.
 - o Definición de objetivos que se pretenden alcanzar
 - o Descripción de las audiencias o público objetivo
 - o Creación de una identidad corporativa gráfica, con las adaptaciones necesarias para la utilización en un blog y en redes sociales.
 - o Descripción de la estrategia planteada y las acciones propuestas. Estas acciones deben incluir, necesariamente, la creación de un blog y la presencia en un mínimo de tres redes sociales. Desde el punto de vista del contenido, será necesario generar piezas de todo tipo (texto, imagen, fotografía, audiovisual, infografía...)
 - o Cronograma de desarrollo del plan: deberá incluirse una planificación en la que se contemple un mínimo de 5 entradas de blog y 100 piezas para redes sociales. Para el cómputo de 100 piezas publicadas se tendrá en cuenta tanto el

- contenido propio como la curación de contenidos de terceros relacionados con la marca; en este sentido el volumen de piezas públicas será la suma de las publicaciones en el conjunto de redes sociales seleccionadas en el social media plan.
- Descripción de las métricas e indicadores que se utilizarán para la evaluación del plan.
 - Memoria de ejecución
 - Creación del portfolio profesional de elementos creados hasta la fecha de entrega del TFM.
 - Dado que es necesaria la ejecución parcial o total de los contenidos antes de la fecha de entrega del TFM, deberán añadirse los informes de impacto de dichos contenidos conforme a la descripción de KPI's formulados en el apartado de métricas e indicadores de evaluación.

La entrega

La memoria deberá ser entregada en un único documento en formato pdf a través de la Secretaría Virtual antes de la fecha y hora límite que se indique, contando con el informe favorable del tutor. La memoria de ejecución debe contener enlaces públicos, (o, en su defecto, accesibles al tutor y miembros del tribunal) a todos los materiales online que se hayan generado.

La defensa

La defensa tendrá lugar ante una comisión evaluadora integrada por tres profesores del máster. El alumno deberá preparar una exposición oral de duración no superior a 15 minutos, que podrá apoyar y complementar con los materiales que considere oportunos.

La evaluación

Los trabajos serán evaluados por la Comisión. Para que un trabajo pueda considerarse superado, al margen de la calidad del material entregado, el estudiante debe haber alcanzado, como mínimo, los siguientes logros:

- Presentación de un *social media plan* que contenga todos los apartados indicados en el epígrafe anterior.
- Publicación de un mínimo de 5 entradas en el blog de al menos 500 palabras de extensión cada una, en las que se incluirán contenidos audiovisuales (imágenes, vídeo, audio, hiperenlaces...) generados por el estudiante.
- Publicación de un mínimo de 40 entradas en las redes sociales, en las que se utilizará al menos en una ocasión un vídeo de creación propia y una infografía.