

## LISTADO DE TEMAS Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN PARA EL TRABAJO DE FIN DE GRADO DEL GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Para facilitar el acceso a un tutor/a de Trabajo de Fin Grado (TFG), se presenta un listado de temas y líneas de investigación propuestas por algunos/as docentes para la elaboración del TFG<sup>1</sup>.

El TFG estará orientado a demostrar las competencias de la titulación a la que corresponda. Las ofertas descritas corresponden al **Grado en Publicidad y Relaciones Públicas**.

Al margen de estas propuestas, **los estudiantes podrán plantear los temas que deseen tratar en su TFG a cualquier docente de la URJC** que imparta una asignatura afín o sea especialista en el tema elegido por el estudiante.

---

<sup>1</sup> Reglamento Específico del Trabajo Fin de Grado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos, aprobado por Acuerdo del Consejo de Gobierno, en sesión celebrada el 27 de octubre de 2023.



Miguel Álvarez Peralta .....	4
Miguel Baños González .....	4
Gabriel Bayarri Toscano.....	4
Pilar Beltrán Orenes .....	4
María Ángeles Blanco Ruiz .....	4
Inmaculada Cubillo.....	4
Caterina Cucinotta.....	5
Elena Cuevas Molano .....	5
Diana Fernández Romero .....	5
María Cristina Fuentes .....	5
María del Carmen García Galera .....	5
David García Martul .....	6
Marta García Sahagún .....	6
Rafael Gómez Alonso .....	6
Gloria Gómez Diago.....	7
Gloria Gómez-Escalonilla Moreno.....	7
Hernando Gómez Gómez.....	7
Noelia Gonzalo Hevia.....	8
Felisa Latorre .....	8
María Cruz López de Ayala López .....	8
Francisco Javier López Ferrández .....	8
Joaquín B. López del Ramo .....	8
Carlos Lozano Ascencio.....	9
Lara Martínez de Aragón López .....	9
Esther Martínez Pastor.....	9
María Ángeles Moreno Fernández .....	10
Nuria Navarro Sierra .....	10
Marta M. Pascual .....	10
Gema Pastor Andrés.....	10
Yenisley Polledo Zulueta .....	11
Alfonso de la Quintana García-Pérez.....	11
Jesús Ramé López.....	11
Beatriz Rivera Martín .....	12
Rainer Rubira García .....	12
María Ruipérez Moreno.....	12
María Josefa Sánchez Leyva .....	13
Mónica Tovar Vicente.....	13
María del Pilar Vicente Fernández .....	14
Raquel Vinader Segura .....	14
<b>ÁREA DE SOCIOLOGÍA .....</b>	<b>15</b>
Anabell Fondón Ludeña .....	15

Jaime Hormigos Ruiz .....	15
Antonio Martín Cabello .....	15
Eva Matarín Rodríguez-Peral .....	15

**Miguel Álvarez Peralta** [miguel.peralta@urjc.es](mailto:miguel.peralta@urjc.es)

Análisis de comunicación política de instituciones públicas, ONG, partidos o líderes políticos, de acuerdo con metodologías de estudio acreditadas, cuantitativa y/o cualitativa.

Estudios sobre opinión pública.

**Miguel Baños González** [miguel.banos@urjc.es](mailto:miguel.banos@urjc.es)

Creatividad publicitaria, tanto a nivel de investigación como de desarrollo de campañas publicitarias (trabajos prácticos).

Neuromarketing.

**Gabriel Bayarri Toscano** [gabriel.bayarri@urjc.es](mailto:gabriel.bayarri@urjc.es)

Medios y polarización política.

**Pilar Beltrán Orenes** [pilar.beltran@urjc.es](mailto:pilar.beltran@urjc.es)

Transparencia y datos abiertos en la Publicidad.

**María Ángeles Blanco Ruiz** [mangeles.blanco@urjc.es](mailto:mangeles.blanco@urjc.es)

Publicidad digital, redes sociales, influencers, análisis de las representaciones de género en la publicidad, nuevas tecnologías y jóvenes.

**Inmaculada Cubillo** [inmaculada.cubillo@urjc.es](mailto:inmaculada.cubillo@urjc.es)

“Marketing con causa” y desarrollo humano integral.

**Caterina Cucinotta** [caterina.cucinotta@urjc.es](mailto:caterina.cucinotta@urjc.es)

Moda.

Historia de la cultura visual.

Semiótica del arte.

Procesos creativos.

**Elena Cuevas Molano** [elena.cuevas@urjc.es](mailto:elena.cuevas@urjc.es)

Estrategia de Marketing, Publicidad y Marca.

**Diana Fernández Romero** [diana.fernandez.romero@urjc.es](mailto:diana.fernandez.romero@urjc.es)

Publicidad y género.

**María Cristina Fuentes Lara** [cristina.fuentes@urjc.es](mailto:cristina.fuentes@urjc.es)

Género y Relaciones Públicas.

Comunicación estratégica.

**María del Carmen García Galera** [carmen.garcia@urjc.es](mailto:carmen.garcia@urjc.es)

Investigación de audiencias.

Comunicación corporativa.

Comunicación de crisis.

**David García Martul** [david.martul@urjc.es](mailto:david.martul@urjc.es)

Propaganda Política y Diseño Información Periodística. Análisis de los elementos visuales y simbólicos utilizados por la propaganda institucional y de los partidos políticos en publicidad.

Análisis comparado internacional del diseño periodístico de los diarios impresos.

Periodismo Visual e Infografía, Análisis comparado de noticias políticas en prensa internacional, Tecnologías aplicadas a la comunicación, Edición de medios comunitarios.

**Marta García Sahagún** [marta.garcia.sahagun@urjc.es](mailto:marta.garcia.sahagun@urjc.es)

Comunicación Multimedia.

**Rafael Gómez Alonso** [rafael.gomez@urjc.es](mailto:rafael.gomez@urjc.es)

Análisis e historia del cartel publicitario

**Gloria Gómez Diago** [gloria.gomez.diago@urjc.es](mailto:gloria.gomez.diago@urjc.es)

Trabajos de investigación empírica orientados a objetivos como:

Estudio de aplicaciones y revisión de tecnologías de Inteligencia Artificial utilizadas en la Publicidad.

Indagar en las características y tipologías de los nuevos tipos de publicidad.

Profundizar en las metodologías de trabajo en la comunicación publicitaria.

Conocer más acerca de acciones relacionadas con la comunicación publicitaria como el posicionamiento web.

Conocer más acerca de las nuevas profesiones en el contexto de la publicidad (influencers).

Conocer más acerca de las relaciones de diferentes grupos sociales con la comunicación publicitaria.

Trabajos de orientación creativa orientados al diseño y a la producción de campañas de publicidad en diferentes formatos y con diferentes finalidades.

**Gloria Gómez-Escalonilla Moreno** [gloria.gomezescalonilla@urjc.es](mailto:gloria.gomezescalonilla@urjc.es)

Periodismo cultural. Cualquier trabajo de investigación en el ámbito del periodismo cultural (análisis de mensajes periodísticos de la sección de cultura, críticas de conciertos, de cine, teatro..., análisis de revistas culturales o cualquier fenómeno de comunicación cultural, como los booktubers).

Industria cultural. Análisis de los sectores culturales y comunicativos desde el punto de vista crítico: industria de la música, del cine, del libro, los videojuegos, el sector audiovisual, la prensa.

Estudio de campañas publicitarias. Trabajos de investigación cuantitativos o cualitativos sobre campañas publicitarias desde el punto de vista de los mensajes.

**Hernando Gómez Gómez** [hernando.gomez@urjc.es](mailto:hernando.gomez@urjc.es)

Fotografía publicitaria, diseño publicitario, fotografía de moda, estética de la imagen.

**Noelia Gonzalo Hevia** [noelia.hevia@urjc.es](mailto:noelia.hevia@urjc.es)

Cualquier tema relativo a la organización de empresas y el emprendimiento.

**Felisa Latorre** [felisa.latorre@urjc.es](mailto:felisa.latorre@urjc.es)

Gestión de equipos.

**María Cruz López de Ayala López** [mariacruz.lopezdeayala@urjc.es](mailto:mariacruz.lopezdeayala@urjc.es)

Comunicación estratégica, en todas las áreas desde relaciones con los medios hasta comunicación interna; Departamentos de Comunicación: análisis de casos; Consultoras de Comunicación; Gestión de la Comunicación en redes sociales: análisis de casos y estudios comparativos; Influencers.

Estudios de recepción e Investigación de audiencias: Usos y consumos de medios digitales en menores y jóvenes; mediación parental del uso de medios de comunicación; publicidad y menores.

**Francisco Javier López Ferrández** [fjavier.lopez@urjc.es](mailto:fjavier.lopez@urjc.es)

Comunicación de cambios social y discurso publicitario.

Medios del tercer sector.

Comunicación de ONGDs

**Joaquín B. López del Ramo** [joaquin.lopezdelramo@urjc.es](mailto:joaquin.lopezdelramo@urjc.es)

Análisis de los componentes del grafismo publicitario y su significado.

La fotografía en el mensaje publicitario: aportación y significado.

Análisis del "Framing" visual en medios impresos, digitales o audiovisuales aplicado al mensaje periodístico y publicitario.

**Carlos Lozano Ascencio** [carlos.lozano@urjc.es](mailto:carlos.lozano@urjc.es)

Las referencias al cambio climático en la publicidad.

**Lara Martínez de Aragón López** [lara.martinezdearagon@urjc.es](mailto:lara.martinezdearagon@urjc.es)

Análisis del Impacto de las Redes Sociales en Estrategias de Publicidad y Derecho a la Intimidad.

Relaciones Públicas y Protección del Derecho al Honor: Estudio de Casos en el Marco Digital.

Límites Éticos en Campañas Publicitarias: Entre la Libertad de Expresión y Derechos Personales.

Gestión de la Reputación en RR.PP.: Mecanismos de Respuesta ante Infracciones al Derecho al Honor.

Publicidad Digital y Protección de Datos: Retos Jurídicos y Estratégicos en la Era de la Información.

Colaboraciones con Influencers: Análisis de Riesgos en Protección de Imagen y Responsabilidades Legales.

Transparencia y Derecho a la Información en Estrategias Publicitarias: Estudio Comparativo.

Métodos de RR.PP. en Crisis de Imagen: Evaluación de Prácticas y Normativas Legales.

Publicidad en Plataformas Sociales y Derechos de Intimidad: Implicaciones para Marcas y Usuarios.

Eventos Promocionales y Derechos Digitales: Un Análisis de Buenas Prácticas en Relaciones Públicas.

**Esther Martínez Pastor** [esther.martinez.pastor@urjc.es](mailto:esther.martinez.pastor@urjc.es)

Publicidad digital y menores.

Derecho de la publicidad y autorregulación.

Representación de la salud emocional en medios y redes sociales.

**María Ángeles Moreno Fernández** [mariaangeles.moreno@urjc.es](mailto:mariaangeles.moreno@urjc.es)

Comunicación estratégica. Trabajos principalmente bibliográficos sobre diversos aspectos de la comunicación estratégica, gestión y dirección de comunicación y relaciones públicas.

**Nuria Navarro Sierra** [nuria.navarro.sierra@urjc.es](mailto:nuria.navarro.sierra@urjc.es)

Trabajos prácticos de creación de identidad corporativa o rebranding, o creación de campañas publicitarias.

**Marta M. Pascual Vaquero** [marta.pascualv@urjc.es](mailto:marta.pascualv@urjc.es)

Análisis o diseño de estrategia de Marketing digital (comunicación, publicidad y marca): moda, moda sostenible y proyectos de triple impacto.

Marketing de influencers.

Cualquier trabajo teórico o práctico orientado en profundizar o rediseñar estrategias en canales digitales y coherencia en su aplicación 360. Preferiblemente empresas, entidades o proyectos en líneas de sostenibilidad y ODS.

**Gema Pastor Andrés** [gema.pastor@urjc.es](mailto:gema.pastor@urjc.es)

Creación Visual, Fotografía, Fotoperiodismo, Diseño Gráfico, Estudios Culturales, Género, Mediación Cultural, Ruralidad y Paisaje.

**Yenisley Polledo Zulueta** [yenisley.polledo@urjc.es](mailto:yenisley.polledo@urjc.es)

Ideologías profesionales de los Publicistas/Relacionistas públicos (Cultural Profesional):  
Esta línea de investigación analiza los paradigmas ideológicos, discursos y valores que los publicistas y relacionistas públicos comparten durante el desarrollo de su función social. Los estudios que se derivan de esta línea de investigación también incluyen el análisis de las prácticas comunicativas desarrolladas en un medio u entorno profesional determinado. En este tipo de estudios se emplea un diseño cualitativo que permite un acercamiento al campo académico de la comunicación y a las rutinas productivas, como factores que median en la expresión de la ideología profesional. Para vislumbrar las luces y sombras del objeto de estudio, se recurre a la revisión bibliográfica, la observación participante, El cuestionario, la entrevista en profundidad, el análisis de contenido cualitativo y los grupos de discusión como técnicas más utilizadas.

**Alfonso de la Quintana García-Pérez** [alfonso.delaquintana@urjc.es](mailto:alfonso.delaquintana@urjc.es)

La Opinión pública en las Relaciones Internacionales: Crisis de la paz.

Casos históricos en la opinión Pública.

El profesional de la información como corresponsal de guerra.

Historia de las empresas periodísticas.

La Prevención de Riesgos en los periodistas: Desde el acoso laboral y sexual, el estrés traumático, a los trastornos musculares y las enfermedades psicosomáticas.

Estudios de estrategias y marketing de las empresas periodísticas:  
La mujer trabajadora de la información: Historia y actualidad.

**Jesús Ramé López** [jesus.rame@urjc.es](mailto:jesus.rame@urjc.es)

Semiótica.

Teoría crítica de la comunicación.

**Beatriz Rivera Martín** [beatriz.rivera@urjc.es](mailto:beatriz.rivera@urjc.es)

Imagen de marca y comunicación corporativa.

**Rainer Rubira García** [rainer.rubira@urjc.es](mailto:rainer.rubira@urjc.es)

Investigaciones bibliográficas, análisis teóricos y/o estudios orientados al análisis de casos sobre teoría de la Comunicación, Cultura, Audiencias, Industrias Culturales, Planificación de Medios, Opinión Pública y Comunicación de Crisis.

**María Ruipérez Moreno** [maria.ruiperez@urjc.es](mailto:maria.ruiperez@urjc.es)

Creatividad audiovisual, trabajos prácticos, diseño gráfico.

**María Josefa Sánchez Leyva** [mariajosefa.sanchez@urjc.es](mailto:mariajosefa.sanchez@urjc.es)

Efectos de los medios.

Estudio de emociones.

Climas de opinión.

Imaginario y representaciones colectivas.

Nuevas maneras de representar e invención colectiva.

Estereotipos y prejuicios.

Exclusiones y excluidos sociales.

Feminismo y género.

Migraciones.

Procesos de subjetivación contemporáneos.

Hegemonía e ideología.

Conocimiento, cultura y comunicación.

Aquellos temas de interés para el estudiante que sin estar en este listado guardan un parecido de familia. La profesora abre el campo de sus intereses para abarcar los de los estudiantes.

**Mónica Tovar Vicente** [monica.tovar@urjc.es](mailto:monica.tovar@urjc.es)

Análisis de anuncios publicitarios (televisivos, de Internet y radiofónicos).

Tendencias y estrategias publicitarias de plataformas "streaming" (Netflix, Amazon Prime, Filmin...).

Análisis de campañas publicitarias y de distribución de contenidos cinematográficos.

Todas las peticiones de tutorización deberán realizarse con un tema o punto de partida establecido.

**María del Pilar Vicente Fernández** [pilar.vicente@urjc.es](mailto:pilar.vicente@urjc.es)

Comunicación publicitaria.

Comunicación política.

Marca personal.

Redes sociales.

Influencers.

**Raquel Vinader Segura** [raquel.vinader@urjc.es](mailto:raquel.vinader@urjc.es)

Industrias culturales, redes sociales, televisión, nuevas tecnologías.

## ÁREA DE SOCIOLOGÍA

**Anabell Fondón Ludeña** [anabell.fondon@urjc.es](mailto:anabell.fondon@urjc.es)

Sociología del Consumo.

Sociología de las Emociones.

Bienestar Subjetivo.

Sociología Visual.

Sociología de la Educación/Políticas Educativas.

Estudios de género.

Estudios de salud y sociedad.

Estudios culturales.

**Jaime Hormigos Ruiz** [jaime.hormigos@urjc.es](mailto:jaime.hormigos@urjc.es)

Comunicación y Responsabilidad Social Corporativa.

Música, juventud y violencia de género.

La música como instrumento de comunicación social.

Estrategias de comunicación en los planes de desarrollo rural.

**Antonio Martín Cabello** [antonio.martin@urjc.es](mailto:antonio.martin@urjc.es)

Estudios culturales.

Sociología de la cultura.

**Eva Matarín Rodríguez-Peral** [eva.matarin@urjc.es](mailto:eva.matarin@urjc.es)

Análisis de la percepción social.

Estudios sobre colectivos vulnerables.

Mensajes en los medios de comunicación: fake news; racismo; etc.

Análisis de la comunicación política.

Sociología del Turismo.

**Fuenlabrada, a 9 de noviembre de 2023**