

TRABAJO DE FIN DE GRADO

GRADO EN PROTOCOLO, ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA

2025 -2026

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

El TFG estará orientado a demostrar las competencias de la titulación a la que corresponda. Las propuestas descritas en este documento corresponden al Grado en Protocolo, Organización de Eventos y Comunicación Corporativa.

Los docentes podrán publicar en cualquier momento del curso académico la oferta de temas de TFG en la plataforma de gestión de TFG habilitada por la Universidad.

Al margen de estas propuestas, los/las 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.

Miguel Álvarez Peralta	3
Pablo Berdón Prieto	3
Elena Borau Boira	3
Elena María Cordero Hoyo	3
Nerea Cuenca Orellana	4
Ramiro Díaz-Maroto Oro	4
María Teresa Donstrup Portilla	5
Jennifer García Carrizo	5
David García Martul	5
Juan Martín Quevedo	6
Luis Alain de la Noval	6
Rosa Pérez Arozamena	6
Santana Lois Poch Butler	6
Alfonso de la Quintana	7
Beatriz Rivera Martín	7
Marina Santín Durán	7
Francisco Vacas Aguilar	8
ÁREA DE SOCIOLOGÍA	9
Marta Eulalia Blanco García	9
Antonio Martín Cabello	9

Miguel Álvarez Peralta 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.

Pablo Berdón Prieto pablo.berdon@urjc.es

Organización de eventos cicloturistas.

Opinión pública y socialización a través del sector privado.

Elena Borau Boira elena.borau@urjc.es

El protocolo como herramienta de comunicación.

La organización de eventos como estrategia de posicionamiento de marcas.

Comunicación estratégica y digital.

Elena María Cordero Hoyo elena.cordero@urjc.es

Historia del cine y otros medios audiovisuales.

Cine en el ámbito ibérico.

Teorías y análisis del cine y de la comunicación.

Estética audiovisual. Perspectiva de género y teorías feministas y queer. -
Historiografía y métodos de investigación.

Estructura del Sistema de Medios.

Industrias culturales.

Nerea Cuenca Orellana nerea.cuenca@urjc.es

Análisis redes sociales.

Análisis audiencias.

Producción/Realización de podcast.

Producción/Realización de un reportaje televisivo.

Producción/Realización de un reportaje radiofónico.

Producción/Realización de un cortometraje.

Producción/Realización ficción sonora.

Ramiro Díaz-Maroto Oro ramiro.diazmaroto@urjc.es

Comunicación institucional: estudio de estrategias, canales y mensajes que las instituciones públicas o privadas utilizan para interactuar con sus públicos internos y externos (estrategias de comunicación interna y externa; comunicación de crisis; uso de redes sociales institucionales; comunicación pública y transparencia; protocolo y eventos institucionales).

Branding político y creación de marca política: análisis de cómo los políticos y partidos construyen y comunican su identidad, valores y propuestas a través de la creación de una “marca política” coherente y reconocible.

Diplomacia pública, *soft power* y cobertura periodística e informativa de acontecimientos internacionales.

María Teresa Donstrup Portilla mariateresa.donstrup@urjc.es

Branding corporativo.

Branding.

Comunicación política.

Creatividad aplicada a las RRPP y publicidad.

Opinión pública.

Relaciones Públicas e institucionales.

Jennifer García Carrizo jennifer.garcia@urjc.es

Comunicación científica.

Comunicación corporativa.

Diseño gráfico.

Gestión de marca.

Medioambiente y sostenibilidad.

Participación ciudadana.

Tecnologías audiovisuales.

David García Martul david.martul@urjc.es

Diseño de Revistas y Magazines.

Comunicación en Salud.

Documentación Informativa y contraste de información.

Infografía y Visualización de Información.

Comunicación Política.

Juan Martín Quevedo juan.martin.quevedo@urjc.es

Redes sociales.

Historia de la Comunicación.

Luis Alain de la Noval Bautista alain.delanoval@urjc.es

Gestión de Eventos Culturales, Científicos y/o de Salud.

Programas, Estrategias y Campañas de Comunicación y Relaciones
Públicas con enfoque de Responsabilidad Social Corporativa.

Auditorias y Gestión de Identidad e Imagen Corporativa.

Estrategias, Proyectos y Campañas de Comunicación para el Desarrollo y
el Cambio Social.

Gestión de Comunicación en las Organizaciones.

Rosa Pérez Arozamena rosa.perez@urjc.es

Integración de la inteligencia artificial en la planificación y comunicación
de eventos: automatización de procesos, personalización de
experiencias y gestión simbólica del discurso institucional.

Santana Lois Poch Butler santana.poch.butler@urjc.es

Opinión pública.

Efectos de la comunicación de masas.

Teoría de la comunicación y de la información.

Comunicación estratégica.

Comunicación de crisis.

Comunicación institucional.

Comunicación política.

Polarización y trastornos informativos.

Alfonso de la Quintana 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.

La rentabilidad de la imagen de la empresa en los actos protocolarios.

Beatriz Rivera Martín beatriz.rivera@urjc.es

Creación audiovisual: Preproducción, producción, postproducción y promoción de vídeos corporativos y de producto.

Temática preferente de las creaciones audiovisuales: sociedad, cultura e inclusión de colectivos vulnerables como personas LGTBIQ+, personas mayores, infancia, migrantes y personas con discapacidad.

Marina Santín Durán marina.santin@urjc.es

Estudio de la inteligencia artificial generativa en el ámbito del periodismo

Ernesto José Taborda Hernández ernesto.taborda@urjc.es

Edición de vídeo en Avid y en general.

Francisco Vacas Aguilar francisco.vacas@urjc.es

Análisis de casos de estudio de negocios en Internet.

IA generativa: impacto en la cadena de valor, principales *players*, casos de éxito, principales mercados (US, Japón, Europa, Latam), perfil de habilidades requeridas.

Emprendimiento (en todas sus facetas y sectores).

Marketing: casos de estudio de campañas y estrategias de venta (Inbound& Outbound).

ÁREA DE SOCIOLOGÍA

Marta Eulalia Blanco García martaeulalia.blanco@urjc.es

Sociología.

Antonio Martín Cabello antonio.martin@urjc.es

Estudios culturales.

Sociología de la cultura.

Fuenlabrada, a 31 de octubre de 2025