



OFERTAS Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

PARA EL TFG:

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

El Trabajo Fin de Grado (TFG) es la asignatura con la que concluye el Plan de Estudios de todos los títulos de Grado de la **Facultad de Ciencias de la Comunicación**¹.

Para facilitar el acceso a un tutor/a de Trabajo Fin Grado (TFG), se presentan ofertas y líneas de investigación propuestas por algunos/as docentes para la elaboración del TFG.

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.

¹ Reglamento del Trabajo Fin de Grado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos, aprobado el 11 de diciembre de 2020 por Junta de Facultad.



José María Álvarez Monzoncillo	4
María Ángeles Blanco Ruiz	4
Caterina Cucinotta.....	4
Elena Cuevas Molano.....	4
Carmen Fernández Camacho	4
María Cristina Fuentes Lara	4
Jennifer García Carrizo	4
María del Carmen García Galera.....	5
David García Martul.....	5
Gloria Gómez Diago.....	5
Gloria Gómez-Escalonilla Moreno	5
María Cruz López de Ayala López	6
Joaquín B. López del Ramo.....	6
Esther Martínez Pastor.....	6
Lizette Martínez Valerio	6
Marta de Miguel Zamora	6
María Ángeles Moreno Fernández.....	7
Sara Nieto Crespo	7
Kenia Ramona del Orbe Ayala	7
Marta M. Pascual Vaquero	7
Gema Pastor Andrés	7
Diana Catalina Pérez-Bustamante.....	7
Yenisley Polledo Zulueta	8
Beatriz Rivera Martín.....	8
Ana María Rodríguez Rivas.....	8
Rainer Rubira García	8
María Ruipérez Moreno.....	8
María Rosa Tapia Sánchez	9
Mónica Tovar Vicente	9
Francisco Vacas Aguilar.....	9
Sonia Valle de Frutos	9
Ana Vico Belmonte	9
Raquel Vinader Segura.....	9
Ricardo Vizcaíno Pérez	10
ÁREA DE SOCIOLOGÍA	11
Anabell Fondón Ludeña.....	11
Sara Gallego Trijueque.....	11
Ana María García Arranz.....	11
Pedro Alberto García Bilbao	11
Jaime Hormigos Ruiz	11
María Julieta Hough.....	12
Álvaro Luna García	12



Ana Martínez Pérez.....	12
Eva Matarín Rodríguez-Peral.....	12
Carlos Rodríguez Crespo.....	12
Olga Serrano Villalobos.....	12
Giuliano Tardivo.....	13



José María Álvarez Monzoncillo josemaria.alvarez@urjc.es

Industrias Culturales / industria audiovisual / Cine español / plataformas digitales / tendencias de la publicidad.

María Ángeles Blanco Ruiz mangeles.blanco@urjc.es

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

Caterina Cucinotta caterina.cucinotta@urjc.es

Estudios de cultura visual en publicidad; análisis de la imagen en campañas publicitarias; Teorías del cuerpo, censura y representaciones públicas.

Elena Cuevas Molano elena.cuevas@urjc.es

Estrategia de Marketing, Publicidad y Marca.

Carmen Fernández Camacho carmen.fernandez@urjc.es

Planificación estratégica corporativa, de marca y comunicación integrada.

María Cristina Fuentes Lara cristinia.fuentes@urjc.es

Género y Relaciones Públicas.

Jennifer García Carrizo jennifer.garcia@urjc.es

City Branding, Gestión de marcas, Storytelling, Participación ciudadana y/o TFG relacionados con la Gestión de marca en espacios culturales y creativos.



María del Carmen García Galera carmen.garcia@urjc.es

Investigación de audiencias.

Comunicación corporativa.

David García Martul 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.

Gloria Gómez Diago gloria.gomez.diago@urjc.es

Trabajos de investigación empírica orientados a objetivos como indagar en las características y tipologías de los nuevos tipos de publicidad, profundizar en 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, como los influencers, y acerca de los nuevos entornos para la publicidad como las redes sociales, o 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

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.



María Cruz López de Ayala López mariacruz.lopezdeayala@urjc.es

Relaciones Públicas: Departamentos de Comunicación; Consultoras de Comunicación; Gestión de la comunicación en redes sociales; Comunicación de crisis; Comunicación interna; Relaciones con los medios; Evaluación y Medición en Comunicación Estratégica, Influencers y publicidad, Influencers en social media y comunicación estratégica.

Estudios de recepción e investigación de audiencias: Usos y consumos de los medios digitales de niños/jóvenes; Mediación parental del uso de medios de comunicación; Jóvenes y medios de comunicación; Publicidad y niños.

Joaquín B. López del Ramo joaquin.lopezdelramo@urjc.es

Análisis de los componentes del grafismo publicitario y su significado.

La fotografía en el mensaje publicitario: aportación y significado.

Esther Martínez Pastor esther.martinez.pastor@urjc.es

Publicidad digital y menores.

Derecho de la publicidad y autorregulación.

Lizette Martínez Valerio lizette.martinez@urjc.es

Marcas y redes sociales.

Marta de Miguel Zamora marta.demiguel@urjc.es

Diseño de marcas y creación de campañas. Memoria del TFG: marco teórico + implementación práctica. Observaciones: Se requiere una idea clara de la temática del proyecto.



María Ángeles Moreno Fernández mariaangeles.moreno@urjc.es

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

Sara Nieto Crespo sara.nieto.crespo@urjc.es

Gestión de intangibles corporativos.

Comunicación corporativa - Branding corporativo - Planes de comunicación.

Kenia Ramona del Orbe Ayala kenia.delorbe@urjc.es

Comunicación Corporativa / Planes de Comunicación / Redes sociales.

Marta M. Pascual Vaquero 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

Fotografía, fotoperiodismo, lenguaje audiovisual, reportaje y documental (grupo), diseño gráfico

Diana Catalina Pérez-Bustamante diana.perezbustamante@urjc.es

Empresas gastronomías /moda/ cultura/arte.



Yenisley Polledo Zulueta yenisley.polledo@urjc.es

Ideologías profesionales de los Publicistas/Relacionistas públicos (Cultural Profesional):

Esta línea de investigación analiza los paradigmas ideologías, 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.

Beatriz Rivera Martín beatriz.rivera@urjc.es

Imagen de marca y comunicación corporativa.

Ana María Rodríguez Rivas anamaria.rivas@urjc.es

Comunicación no verbal como herramienta de comunicación.

Protocolo en eventos.

Técnicas de las relaciones públicas.

Comunicación de crisis.

Rainer Rubira García 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

Creatividad audiovisual, trabajos prácticos, diseño gráfico.



María Rosa Tapia Sánchez rosa.tapia@urjc.es

La Publicidad Financiera (ya sea la realizada sobre productos bancarios, o de inversión o seguros).

La Publicidad realizada a través de las Web por las clínicas de medicina (dentales, cirugía estética, clínicas de reproducción asistida, etc....).

Mónica Tovar Vicente monica.tovar@urjc.es

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

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

Francisco Vacas Aguilar francisco.vacas@urjc.es

Marketing en el metaverso, 5G.

Metaverso, innovación, marketing, marketing digital, mercado streaming, economía del entretenimiento, nuevos modelos de negocio.

Sonia Valle de Frutos sonia.valle.defrutos@urjc.es

Comunicación Internacional /Periodismo internacional y Opinión Pública.

Diversidad cultural/civilizatoria y medios de comunicación.

Ana Vico Belmonte ana.vic@urjc.es

Historia de la Comunicación.

Raquel Vinader Segura raquel.vinader@urjc.es

Industrias culturales, redes sociales, televisión, nuevas tecnologías.



Ricardo Vizcaíno Pérez ricardo.vizcaino@urjc.es

Diseño gráfico.

Identidad visual corporativa.



ÁREA DE SOCIOLOGÍA

Anabell Fondón Ludeña anabell.fondon@urjc.es

Sociología Visual. Análisis de series, películas y publicidad.

Cultura, Sociedad, comunicación y bienestar subjetivo.

Sara Gallego Trijueque sara.gallego@urjc.es

Transformación digital y comunicación.

Redes sociales y comunicación.

Pedro Alberto García Bilbao pedro.garcia.bilbao@urjc.es

Diseño de rutas turísticas en espacios de memoria y campos de batalla: Madrid y Jarama.

Ana María García Arranz anamaria.garcia.arranz@urjc.es

Publicidad en Salud.

Acción Colectiva y Nuevos Movimientos Sociales.

Jaime Hormigos Ruiz 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.



María Julieta Hough julieta.hough@urjc.es

Comunicación, salud, género y discapacidad.

Álvaro Luna García alvaro.luna@urjc.com

Sostenibilidad, responsabilidad social empresarial y reputación corporativa: análisis de casos de estudio.

Sociología de la cultura, sociología de la empresa y sociología de la comunicación.

Ana Martínez Pérez ana.martinez@urjc.es

Estereotipos asociados a la pobreza infantil en la publicidad.

Eva Matarín Rodríguez-Peral eva.matarin@urjc.es

Análisis de la percepción; inmigración; sociología del consumo; Mensajes en los medios de comunicación; Comunicación política; Turismo.

Carlos Rodríguez Crespo carlos.rodriguez@urjc.es

Planificación estratégica de la comunicación corporativa y política: análisis y formulación.

Análisis del discurso en comunicación publicitaria.

Sociología visual.

Sociología de la comunicación estratégica.

Sociopsicología de las prácticas de emprendimiento.

Olga Serrano Villalobos olga.serrano@urjc.es

Riesgos Psicosociales.

Comunicación y Adicciones.

Adicciones en Internet en la población infantojuvenil: Redes Sociales, Juego y Pornografía.



Hacia una Sociología del Cáncer: Terapéutica y Comunicación.

Sociología de la Medicina.

Giuliano Tardivo giuliano.tardivo@urjc.es

La representación de las relaciones de género en la publicidad.

Fuenlabrada, a 14 de octubre de 2022