

COMPETENCIAS INFORMACIONALES PARA EL TFG EN PUBLICIDAD



Lola Rodríguez Brito brito@us.es

Yolanda Lucas Macías yollucmac@us.es

Marzo 2021



CONTENIDOS DE LA SESIÓN

Normativa TFG

Organizar el trabajo

Estrategias de búsqueda de información

Buscar información de calidad

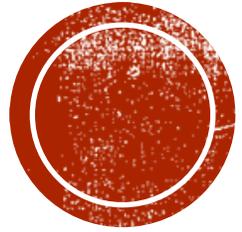
Evaluar la información

Organizar y gestionar la información - Mendeley

Evitar el Plagio – Citas y Bibliografía

Comunicar

Si hiciésemos todas las cosas de las que somos capaces, nos asombraríamos (Thomas Edison)



NORMATIVA TFG



SEGÚN LA NORMATIVA APROBADA EN JUNTA DE FACULTAD CON FECHA 9 DE JULIO DE 2013, REVISADA Y MODIFICADA EN JUNTA DE FACULTAD 17 DE JUNIO 2014. Y REVISADA Y MODIFICADA EN JUNTA DE FACULTAD DE 7 DE NOVIEMBRE DE 2017.

- **Artículo 1.** El proyecto Fin de Grado consistirá en la realización por parte del estudiante, bajo la dirección tutelada, de un proyecto, memoria o estudio sobre un tema de trabajo que se le asignará y en el que se desarrollará y aplicará conocimientos, capacidades y competencias adquiridos en la titulación.
- **Artículo 4. Número de autores del Trabajo Fin de Grado.** El Trabajo Fin de Grado tiene que ser realizado de forma individual. Solo se permitirá la realización de un único TFG de manera colegiada (hasta tres miembros) en los casos de trabajos creativos audiovisuales, periodísticos o publicitarios. En este caso, en el tema de trabajo deberán determinarse tareas u objetivos diferenciados que permitan evaluar individualmente a cada uno de los estudiantes participantes.

NORMATIVA TFG

Trabajo Fin de Grado

Los estudiantes podrán matricularse en el Trabajo Fin de Grado siempre que hayan superado al menos el 70 por ciento de los créditos totales de la titulación (168 créditos).

Normativa de Trabajo Fin de Grado de las titulaciones adscritas a la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla (Aprobado en Junta de Facultad de 9 de julio de 2013, revisada y modificada en Junta de Facultad el 17 de junio de 2014 y revisada y modificada en Junta de Facultad el 7 de noviembre de 2017)

TFQUE? Preguntas frecuentes.

Calendario de Actuaciones para la presentación y defensa del TFG en el curso 20-21

Calendario de Actuaciones para la presentación y defensa del TFG en la convocatoria de DICIEMBRE 20

Alumnos adjudicados del grado en Periodismo en curso 20-21.

Listado de tutores en 2ª adjudicación para el Grado en Periodismo. Curso 20-21.

Alumnos adjudicados del grado en Comunicación Audiovisual en curso 20-21.

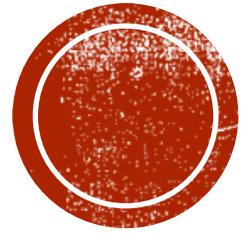
Listado de tutores en 2ª adjudicación para el Grado en Comunicación Audiovisual. Curso 20-21.

Alumnos adjudicados del grado en Publicidad y Relaciones Públicas en curso 20-21.

Listado de tutores en 2ª adjudicación para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Curso 20-21.

El **anexo 1** cumplimentado con los tutores disponibles para cada Grado, para 2ª adjudicación, se entrega del 30 de noviembre al 2 de diciembre en **morenobujez@us.es**

Estado de alarma Covid-19: Instrucciones para la tutorización, entrega y defensas de TFG y TFM en la Facultad de Comunicación en la Convocatoria de diciembre 20.



ORGANIZAR EL TRABAJO



❑ Preguntar al tutor para que me oriente en el tema

En mi trabajo tengo que desarrollar y aplicar lo aprendido en mi titulación - ???

❑ Leer la Normativa de mi centro

→ Hasta que no tenga el 70% de los créditos aprobados no puedo presentarlo.

→ Si no lo apruebo tengo otras dos oportunidades con el pago de la matrícula.

→ Primero organizarme: con un gestor de tareas, calendario electrónico...

❑ Tengo que buscar información en Fama+, buscadores y bases de datos.

❑ Evaluar la información obtenida.

❑ Presentar el trabajo por escrito

TFG

! Tengo que guardar todos los recursos consultados!

→ Tengo que citar todas las fuentes de información utilizadas.
→ Recuperar todas las referencias guardadas para la Bibliografía.

Puedo crearme Listas en Fama

Guardar las webs interesantes en algún gestor de marcadores

❑ Hacer una presentación oral del trabajo

*** Que no se me olvide que tengo que dejar una copia del Trabajo Fin de Grado en mi centro

ORGANIZAR EL TRABAJO

Dales un orden de prioridad a las tareas... qué es importante y qué es urgente.

Evalúa los plazos y adáptalos al desarrollo del trabajo.

Y recuerda... **¡No dejes para mañana lo que puedes (y tienes) que hacer hoy!**



Calendarios electrónicos



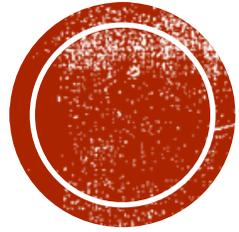
Guardar búsquedas en Fama a través de Mi cuenta



**Gestionar y compartir referencias bibliográficas.
Crear citas y bibliografía.**



Almacenamiento virtual



ESTRATEGIAS DE BÚSQUEDA



ESTRATEGIAS DE BÚSQUEDA

Identifica los conceptos principales del tema

Busca sinónimos o posibles términos relacionados: puedes utilizar para ello diccionarios, tesauros, etc.

Utiliza las búsquedas avanzadas y los operadores más útiles para tu búsqueda (Y,O,NO/AND, OR, NOT).

Utiliza los filtros y limitadores que ofrecen las bases de datos

Reformula tu búsqueda tantas veces como haga falta y en distintos idiomas si es necesario

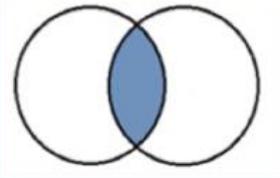
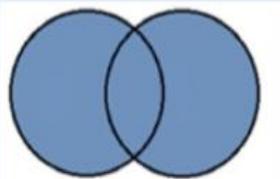
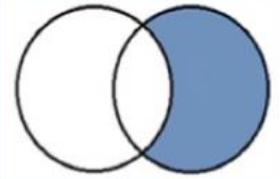


Bases de datos: Operadores, truncamientos

ESTRATEGIAS DE BÚSQUEDA – OPERADORES BOOLEANOS

Para buscar más de un término en los catálogos o bases de datos, utiliza los operadores booleanos.

Son signos que se utilizan para realizar estrategias de **búsquedas complejas** y que **permiten la combinación de términos seleccionados, obteniendo así resultados más pertinentes.**

	AND	AND (Y): Recupera las referencias que incluyan ambos términos
	OR	OR (O): recupera las referencias que incluyan cualquiera de los términos o los dos a la vez
	NOT	NOT (NO): Recupera las referencias en las que aparezca sólo el primer término

comunicación **AND** política

Cuanto más elementos incluyamos con el “And” más precisaremos la búsqueda.

comunicación **OR** propaganda

Los documentos que recuperes tendrán como mínimo uno de los dos términos.

marketing **AND** organizaciones no gubernamentales
NOT Europa

Con este operador excluiréis resultados de la búsqueda.
Los documentos que recuperes tendrán los dos primeros términos pero no el último.

ESTRATEGIAS DE BÚSQUEDA - TRUNCAMIENTOS: *, ?, "

Sirven para buscar y obtener en una sola búsqueda resultados que **incluyan ese término**, plural, posibles variantes...

Se pueden combinar:



Asterisco (*): recuperaría documentos que **contuvieran** los términos introducidos.

Ej. Para recuperar todas las terminaciones posibles de una palabra: **publi***

Recupera **publico, publicidad, publicitario...**



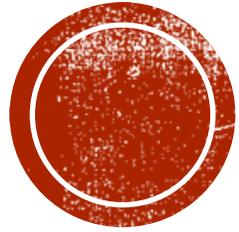
Interrogación (?): **sustituiría** el interrogante por cualquier dígito.

Ej. 199?



Comillas ("): Se utiliza para buscar los términos tal cual se han introducido, es decir, se tratarán **como frase**.

Ej. "gabinetes de comunicación"



BUSCAR INFORMACIÓN DE CALIDAD



BUSCAR INFORMACIÓN DE CALIDAD - RECURSOS



Biblioteca de Comunicación

Bienvenidos a la BUS

Bienvenidos
Curso 2020-21



TU BIBLIOTECA,
TU CASA

[Acceder](#)

WEB DE LA BIBLIOTECA DE COMUNICACIÓN

NOTICIAS



RESERVA PUESTOS LECTURA

CITA PREVIA PARA EL PRÉSTAMO



BUSCAR INFORMACIÓN - GUÍAS DE LA BUS

Guía de Comunicación

Guía de Comunicación : Inicio

Biblioteca de Comunicación

[Inicio](#) [Libros y más](#) [Artículos, revistas](#) [Bases de datos](#) [Trabajos académicos y Tesis](#) [Estar al día](#) [Videoteca](#)

Bienvenida

Bienvenidos a la Guía de Comunicación



Queremos orientarte en el manejo de la información que necesitas para tus estudios y trabajos académicos en **Comunicación** y ayudarte a estar al día en este campo del conocimiento.

- Te proponemos una selección de **fuentes de información de calidad**: libros, revistas, bases de datos...
- Te ayudamos a **organizar la información** y a realizar un **uso ético de la información**.
- Te aconsejamos cómo **estar al día**: alertas, RSS, redes sociales.

Ayudas para la elaboración del trabajo académico

Ayudas para la elaboración del trabajo académico: Inicio

[Inicio](#) [Busca la información](#) [Evalúala](#) [Preséntala](#) [Evita el plagio](#) [Bibliografía y](#)

¿Para qué sirve esta guía?

Si vas a comenzar a elaborar un trabajo académico tendrás mil preguntas... ¿Por dónde empiezo? ¿Podré organizar la información antes de empezar a redactar?... ¡Esta guía puede ayudarte!

Pasos que no debe olvidar en la elaboración de un trabajo



Guías: Herramientas y guías para encontrar y gestionar la información



BUSCAR INFORMACIÓN - CATÁLOGO FAMA

Catálogo Fama: da acceso a todos los recursos de la biblioteca, tanto físicos como electrónicos, incluido los depositados en idus

- [Guía Fama](#)
- [FAMA en 60 segundos](#)
- [Cómo hacer una reserva de libros en Fama](#)
- [Preguntas frecuentes sobre Fama](#)



INFORMACION
IMPORTANTE

Además, desde [Mi cuenta](#) podrás:
Reserva de documentos
Renovación de préstamos
Consulta del historial de préstamos



BUSCAR INFORMACIÓN – BASES DE DATOS



Scopus



Bases de datos del área de Comunicación



sabi



Prensa electrónica



EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL

EL MUNDO

LA RAZÓN



BUSCAR INFORMACIÓN

— MY NEWS

- Es la única **hemeroteca digital** de prensa moderna de España.
- Ofrece en una interfaz unificada, noticias a texto completo, publicadas principalmente en prensa española **desde 1996**.
- Permite realizar tanto búsquedas de noticias de actualidad como retrospectivas.
- My News: [tutorial](#) y [guía](#)



(MY)NEWS
HEMEROTECA

BUSCAR INFORMACIÓN - DIALNET

- [Dialnet](#) es uno de los mayores portales bibliográficos del mundo, cuyo principal cometido es dar mayor **visibilidad a la literatura científica hispana.**

Podemos localizar:

- Artículos de revistas
- Artículos de obras colectivas
- Libros
- Actas de Congresos
- Reseñas bibliográficas
- Tesis doctorales

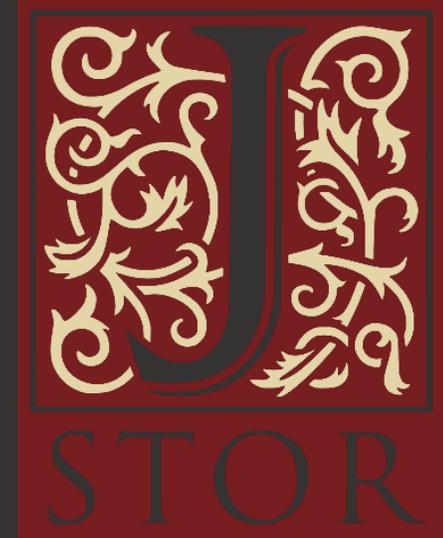
Más información en el siguiente [enlace](#)



Conviene registrarse para poder acceder a todas las prestaciones de DialnetPlus.

BUSCAR INFORMACIÓN — JSTOR

Base de datos multidisciplinar con unos 250 títulos de revistas a texto completo que da acceso a más de 12 millones de artículos de revistas académicas, libros y fuentes primarias .



BUSCAR INFORMACIÓN – SAGE

Sage Journal

Base de datos producida por la editorial anglo-americana Sage Publishing. Incluye en texto completo de unas 1000 colecciones académicas de diversas áreas.

Importante por la presencia de revistas dedicadas a temas de Comunicación Social, Communication & Media Studies.



BUSCAR INFORMACIÓN – PROJECT MUSE

Project Muse

Base de datos multidisciplinar, aunque centrada en Ciencias Sociales y Humanidades. Producida por la Johns Hopkins University.

Proporciona información sobre el contenido de 600 revistas de 120 editoriales internacionales.

Contiene también libros digitales.



BUSCAR INFORMACIÓN – TAYLOR AND FRANCIS

Taylor and Francis

Base de datos multidisciplinar, contiene áreas de Ciencias Humanas y sociales, un importante apartado dedicado a Communication Studies.

Recurso académico destacado para investigadores en Humanidades y Comunicación por el gran volumen de información al que da acceso, más de 3,7 millones de artículos.



Taylor &
Francis
Online

BUSCAR INFORMACIÓN – ABI/INFORM

ABI/INFORM

Base de datos que consta de miles de revistas científicas y profesionales a texto completo, revistas de carácter general, documentos de trabajo, publicaciones clave de negocios y economía como The Economist, Informes centrados en el sector y en el país, servicios de prensa, etc.

Cobertura internacional.



BUSCAR INFORMACIÓN – BOLETÍN OJD

[Boletín de la Oficina de Justificación de la Difusión](#) (Madrid)

Encargada del control de la tirada y difusión de diarios y revistas impresos en España.

La Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) certifica los datos de difusión de los medios escritos.



BUSCAR INFORMACIÓN — PRENSA ELECTRÓNICA

Prensa electrónica suscrita por la
Biblioteca de la Universidad de Sevilla.



EL MUNDO

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL

LA RAZÓN





BUSCAR INFORMACIÓN — REPOSITARIOS



idUS

[idUS: guía](#) y [vídeo](#)

BUSCAR INFORMACIÓN – INTERNET - GOOGLE ACADÉMICO

- Google scholar es un buscador de Google enfocado a las publicaciones académicas

Comillas
Busca la palabra o grupo de palabras exactas:
"lo que el viento se llevó"

Guión
Excluye la palabra que acompaña al guión de una búsqueda:
ví-a-láctea

Tilde
Busca sinónimos de la palabra que acompaña la tilde:
aniversario ~ regalo

Site
Busca la palabra a consultar en una web específica:
Google site:
ediciones-sm.com.mx

8 TRUCOS PARA BUSCAR EN Google

Link
Busca la palabra a consultar en una página específica:
link: google.mx

Dos puntos
Usa dos puntos consecutivos para expresar un rango (precio, medida, fecha):
olimpiadas 1992...2008

Related
Busca páginas similares de una página específica:
related:
ediciones sm

Define
Busca la definición de un término:
define:
gamificación

Fuente: justificaturespuesta.com

BUSCAR INFORMACIÓN: LEAN LIBRARY

Lean Library es una extensión para navegadores que te ayudará a acceder al texto completo de los documentos suscritos por la biblioteca cuando estés navegando por internet en un solo clic. Si estás fuera del campus podrás acceder a través del UVUS.



- Descarga la extensión
- Selecciona tu institución (Universidad de Sevilla)
- Empieza a navegar

Vídeo de presentación



BUSCAR INFORMACIÓN: LEAN LIBRARY

¿Cómo funciona Lean Library?

Una vez instalado detecta si estás navegando por un portal, artículo, revista o libro cuyo contenido está suscrito por la Biblioteca. En este momento se abrirá una ventana emergente con un botón de acceso directo al contenido completo. También te indicará si el texto en cuestión está accesible en otra plataforma suscrita por la Biblioteca o en acceso abierto. Si ninguna de estas opciones está disponible te dirige al formulario de préstamo interbibliotecario para que puedas solicitar el documento.



Settings ⚙️

¡Accede a este sitio web!

La Biblioteca proporciona acceso a parte del contenido de este sitio web. Pincha aquí para identificarte y acceder.

ACCESO



Settings ⚙️

Artículo disponible en otro sitio

La Biblioteca te proporciona acceso a este contenido en otra plataforma.

ACCESO ↗️



Settings ⚙️

¡Encontrada una versión en acceso abierto!

Hay una versión en acceso abierto de este artículo, pincha aquí para descargarlo directamente.

Accepted Version

ACCESO ↗️



Settings ⚙️

Solicita este artículo

Te lo enviamos a tu correo

ACCESO ↗️



Lean Library no almacena datos de usuarios y cumple plenamente con el Reglamento General de Protección de Datos.

BUSCAR INFORMACIÓN – OTRAS OPCIONES

Si la BUS no dispone del documento que necesitas consultar:



Solicitud de compra

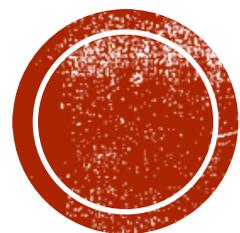
Para libros más recientes o de interés general para la biblioteca.

Préstamo CBUA

Permite solicitar ejemplares en préstamo a otras bibliotecas universitarias de Andalucía a través de su Catálogo Colectivo (CatCBUA)

Préstamo Interbibliotecario

Proporciona documentos que no se encuentran en la biblioteca. Es preciso darse de alta y utilizar el UVUS y el correo institucional



EVALUAR LA INFORMACIÓN



EVALUAR LA INFORMACIÓN



EVALUAR LA INFORMACIÓN – SITIOS WEB

Sitios web

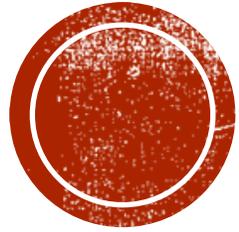
Autoría: ¿Puedes identificar al responsable? ¿Puedes contactar con él?

Objetividad: ¿Intentan vender algo? ¿Por qué y para quién se ha publicado?

Actualidad: ¿El contenido está actualizado? ¿Tiene enlaces rotos?

Contenido: ¿Incluye enlaces externos y/o bibliografía?

Usabilidad: ¿Es fácil navegar por la página? ¿Hay un enlace visible a la institución u organización que la ampara?



ORGANIZAR Y GESTIONAR LA INFORMACIÓN - MENDELEY

ORGANIZAR Y GESTIONAR LA INFORMACIÓN - MENDELEY

Posibilidades que ofrece Mendeley:

Crear tu propia biblioteca digital: **captura, organiza, anota, almacena, completa y comparte** sus referencias automáticamente

Elaborar la bibliografía

Conoce las tendencias en investigación

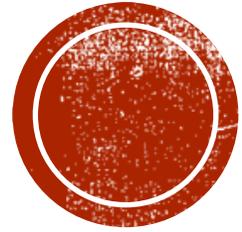
Agrupar documentos de diferentes recursos

Construir tu red de colegas

- Los **gestores bibliográficos** son programas que permiten **crear automáticamente las citas y la bibliografía** en los trabajos académicos con un formato normalizado.



Guía Mendeley



EVITAR EL PLAGIO — CITAS Y BIBLIOGRAFÍA



EVITAR EL PLAGIO

■ PLAGIO ES...

1. Copiar una obra y presentarla como propia.
2. Reproducir un texto en mi trabajo sin hacer referencia a su autor.
3. Incluir frases, párrafos o ideas de otros en nuestros escritos, sin citar su procedencia o autor.
4. Copiar párrafos o frases de sentencias sin señalar su procedencia.
5. Parafrasear un texto o una idea, sin citar su autor.
6. Comprar un trabajo a otro, al que se le llama "negro", y presentarlo como propio.
7. Copiar cualquier obra multimedia (audio, vídeo, Webs...), música, gráficos, sin citar al autor.

Los 12 tipos de trabajo no original más comunes

Conoce las doce modalidades más frecuentes de creación de contenido no original. Estar familiarizado tanto con formas nuevas como tradicionales de mala conducta académica puede ayudar a los estudiantes a desarrollar habilidades de pensamiento crítico, con el objetivo de que elaboren trabajos auténticos.



Pensamiento original

El estudiante envía un trabajo propio, creado con ideas originales y sustentado con fuentes correctamente citadas.



Colusión estudiantil

Elaborar en pares o en grupo un trabajo individual.



Copiado y pegado

Copiar y pegar contenido de internet u otra fuente sin usar citas.



Autoplagio

Reutilizar un trabajo propio anterior sin atribución, ya sea usando el trabajo completo o citándolo en exceso.



Plagio mosaico

Mezcla de frases y texto de fuentes distintas, editando y uniendo enunciados sin comillas o atribuciones.



Modificación de texto con software

Tomar contenido de una fuente y pasarlo por una aplicación (como *spinners* y traductores en línea) con la intención de evadir la verificación de similitud.



Compra-venta de trabajos

Solicitar a un tercero (usualmente mediante un pago) que elabore un trabajo para después presentarlo como propio.



Plagio involuntario

Omisión de citas o comillas por descuido, o parafraseo involuntario.



Paráfrasis sin atribución

Parafrasear las ideas de una fuente sin atribución adecuada.



Plagio de código de programación

Copiar o adaptar código fuente sin el permiso o el crédito del autor original.



Alteración de fuentes

Incluir información incompleta o imprecisa sobre las fuentes para que no se puedan encontrar.



Modificación manual del texto

Manipulación de texto (por ejemplo, reemplazo de caracteres o espacios con texto blanco) con la intención de engañar al software antiplagio.



Falsificación de datos

Adulterar o fabricar datos, o apropiarse indebidamente del trabajo de alguien, poniendo en riesgo la reputación de un investigador, institución o publicación.

EVITAR EL PLAGIO-CITAS Y REFERENCIAS

¿Por qué es necesario citar?

Aquí te mostramos algunas buenas razones por las cuales es importante incluir citas en tus trabajos.



Porque es importante reconocer a los autores de la información que utilices en un escrito.



Porque así evitas el plagio

Plagio

Hacer pasar por nuestra la creación de alguien más.

Porque citar te permite mantener la precisión de los conceptos que trabajas.



Porque el incluir citas, en tus trabajos, apoya y aclara las ideas que estás presentando.

Porque confrontar tus ideas con las de otros autores permiten generar discusiones en tus trabajos.



Hay que citar las fuentes consultadas, toda la bibliografía utilizada en el trabajo y las obras o las ideas ajenas incorporadas al mismo.

No hay que citar hechos o datos muy conocidos

EVITAR EL PLAGIO-CITAS

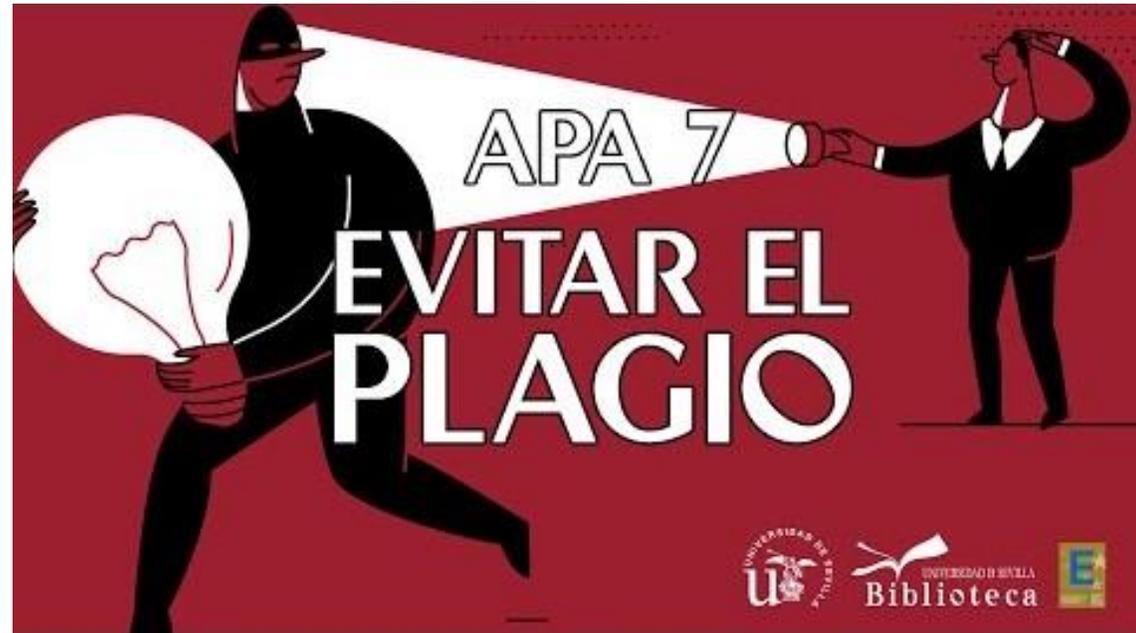
Una **cita** es la **mención abreviada de una contribución de otro autor** dentro del propio texto. Las citas se añaden entre paréntesis dentro del texto y consta de apellidos del autor, año de publicación y página o párrafo.

9. El principio de permanencia

Dicen Ries y Trout que «el posicionamiento es como el juego de la vida: una propuesta a largo plazo. Las decisiones en materia de denominación que se toman hoy acaso no fructifiquen sino hasta dentro de muchísimos años» (Ries y Trout, 2007: 112). En esta frase se sintetiza el último principio sobre el que descansa el posicionamiento. Electivamente, la posición de una marca, en opinión de los autores, no debe cambiar en el tiempo más de lo debido, porque ello implicaría problemas de reconocimiento en los consumidores. Para ellos, el posicionamiento es una carrera de fondo en la que, si bien llegar el primero resulta una ventaja competitiva notable, hay que saber mantenerse, y solo las marcas más fuertes y mejor gestionadas lo consiguen. «El posicionamiento es un concepto acumulativo [...]. Usted debe mantenerse ahí año tras año. Las compañías más exitosas pocas veces cambian una fórmula ganadora» (Ries y Trout, 2007: 224). En una obra posterior, será el propio Ries el que vuelva a referirse a la necesidad de la constancia: «La percepción es un fenómeno de larga duración. Se puede perder el liderazgo en ventas y aún mantener el liderazgo en la mente [...]. La percepción es un atributo inmensamente valioso [...]. La percepción es pegajosa» (Ries y Ries, 2005: 220). En este sentido, ser perseverante con los conceptos que se seleccionan sobre las marcas se configura como actitud fundamental del *branding*, ya que ello implica la permanencia del mensaje. Esta idea es una constante entre los expertos en *branding*: «Posicionar y reposicionar continuamente la marca, activando unos y otros significados, sin alterar su identidad esencial, para afrontar los cambiantes retos del mercado; en esto consiste fundamentalmente la gestión de marcas» (Martín, 2009: 79).

EVITAR EL PLAGIO — CITAS APA

Tutorial sobre cómo hacer citas y referencias con las normas APA: cómo citar correctamente para evitar el plagio en tus trabajos académicos. Qué citar o qué no citar, qué es una cita, tipos de cita... Cómo citar libros, capítulos de libros, leyes, etc.



[Más información en la Guía Bibliografía y citas](#) y en la [Guía sobre cómo evitar el plagio en tu trabajo académico](#)

EVITAR EL PLAGIO-REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Una referencia es un conjunto de datos bibliográficos que permiten la identificación de un documento. Se sitúa como nota a pie de página, al final del capítulo o al final de todo el texto.

Referencias en la bibliografía

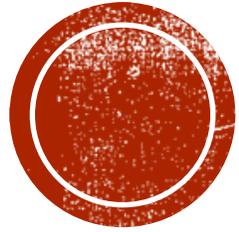
López Hidalgo, A. (2002). *Géneros periodísticos complementarios: una aproximación crítica a los formatos del periodismo visual*. Comunicación Social

Hermida, A. (2010). El paisaje andaluz como escenario en los videoclips on-line. En Guarinos, V. (coord.). *La imagen de Andalucía como escenario en los videoclips on-line* (pp.25-30). Facultad de Comunicación

Cita en el texto

(López Hidalgo, 2002)

(Hermida, A., 2010)



COMUNICAR



COMUNICAR – ESTRUCTURA DEL TFG

1. Índice de contenidos (cómo generar un índice automático en Word)
<http://www.youtube.com/watch?v=kx5t4qzlvGs>
2. Resumen (máx. 200 palabras) y Palabras clave
3. Introducción
4. Marco y objetivos
5. Metodología
6. Resultados y discusión / Desarrollo y análisis de los materiales o intervención
7. Conclusiones, implicaciones y limitaciones
8. Bibliografía



COMUNICAR - RECOMENDACIONES

Título

Debe ser corto, específico y claro.

Que capte la atención del lector.

Utilizar el subtítulo para especificar el tema concreto.

Palabras claves

Utiliza los términos más específicos posible que definan correctamente el tema de tu trabajo.

Resumen

Máximo 200 palabras.

Debe reflejar las ideas más importantes de cada apartado.

Se realizará al finalizar el TFG.

- [Bibliografía sobre El arte de hablar en público](#)



MUCHAS GRACIAS

**Para cualquier duda o incidencia
contacta con nosotros, estamos para
ayudarte.**

Lola Rodríguez Brito brito@us.es

Yolanda Lucas Macías yollucmac@us.es