



Guía del estudiante

Máster Universitario
en Publicidad y
Gestión de
Contenidos

Curso académico 2026/2027

Facultad de Comunicación

GUÍA DEL ESTUDIANTE

MÁSTER UNIVERSITARIO EN PUBLICIDAD Y GESTIÓN DE CONTENIDOS

CURSO ACADÉMICO 2026/27

INTRODUCCIÓN

El Máster Oficial Universitario en Publicidad y Gestión de Contenidos se implantó el curso 2022-2023, por lo que comienza el presente curso (2026/2027) su quinta edición. Perteneciente a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas y responsabilidad de la Facultad de Comunicación, el máster tiene una duración de un año lectivo y el tipo de enseñanza que desarrolla es presencial y en español. En este sentido, es necesaria la asistencia a clase y tener pleno dominio del idioma español para poder cursarlo.

El Máster Oficial en Publicidad y Gestión de Contenidos combina la naturaleza profesional, intrínseca a la actividad comunicativa, con la investigadora, lo que habilita para el acceso al Doctorado Interuniversitario en Comunicación de las Universidades de Sevilla, Málaga, Huelva y Cádiz.

Con el objeto de velar por la calidad académica del título, la Comisión Académica del máster para el curso 2026-2027 está compuesta por:

Dra. Elena Bellido Pérez (Coordinadora académica)

Dra. Marina Ramos Serrano

Dra. María del Mar Rubio Hernández

Dr. Jesús Jiménez Varea

Dr. Víctor Hernández de Santaolalla Aguilar

Dr. Jorge David Fernández Gómez

INFORMACIÓN Y CONTACTO

Toda la información relativa a planes de estudios, programas y proyectos de asignaturas, horarios de clase y horarios de tutorías se puede encontrar en las siguientes páginas web:

Web de la US: <https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-masteres/master-universitario-en-publicidad-y-gestion-de-contenidos>

Web del Máster: <https://fcom.us.es/titulos/masteres-oficiales/master-universitario-en-publicidad-y-gestion-de-contenidos>

Para cualquier duda o aclaración académica puedes contactar con la coordinadora del máster, Dra. Elena Bellido Pérez, a través de su correo electrónico: masterpublicidad@us.es

Todas las cuestiones administrativas se realizan en la Secretaría de la Facultad de Comunicación. Consultar horarios en la web del [centro](#).

DESARROLLO DE LA DOCENCIA

El curso académico 2026/2027 comienza el lunes 5 de octubre a las 16:00 en el Salón de Grados (planta baja) con un acto de bienvenida institucional. Siendo el último día de clases el 29 de abril de 2027. Recordamos a los estudiantes que el máster es presencial, y que las defensas del Trabajo Fin de Máster se realizan en los meses de junio, julio e incluso noviembre.

El aula de las clases del máster es la 2.4 (planta segunda) y los horarios se encuentran publicados en la web del Máster. Si existiera modificación alguna de los mismos o suspensión de clases puntuales, se notificará mediante la plataforma virtual o por correo electrónico. Es responsabilidad del estudiante estar pendiente del correo electrónico y de la plataforma virtual.

El máster tiene carácter presencial, y, por lo tanto, la asistencia es obligatoria. Las clases prácticas son también obligatorias, por lo que en los proyectos docentes de cada asignatura se fijarán criterios a este respecto.

El calendario oficial en cuanto a festivos y periodos no lectivos es el de la Universidad de Sevilla, también [disponible en el portal web](#).

NO ⁸ DO CALENDARIO ACADÉMICO DE FIESTAS Y PERIODOS NO LECTIVOS 		
DÍAS NO LECTIVOS	Fechas y Denominación • 12 de octubre de 2026 (L) • 2 de noviembre de 2026 (L) • 7 de diciembre de 2026 (L) • 8 de diciembre de 2026 (M) • 28 de enero de 2027 (J) • 1 de marzo de 2027 (L) • 1 de mayo de 2027 (S) • 27 de mayo de 2027 (J)	Fechas y Denominación Fiesta Nacional de España ⁽¹⁾ Lunes siguiente al Día de Todos los Santos ⁽¹⁾ Lunes siguiente al Día de la Constitución ⁽¹⁾ Inmaculada Concepción ⁽¹⁾ Sto. Tomás de Aquino Lunes siguiente al Día de Andalucía ⁽²⁾ Fiesta del Trabajo ⁽¹⁾ Corpus Christi ⁽³⁾ *
	PERIODOS NO LECTIVO	• Navidad: del 19 (S) de diciembre de 2026 al 6 (X) de enero de 2027 • Semana Santa: del 21 (D) al 28 (D) de marzo de 2027 • Feria de Sevilla: del 12 (L) al 18 (D) de abril de 2027 • Periodo estival: del 1 (D) al 31 (M) de agosto de 2027
⁽¹⁾ Fiesta Nacional ⁽²⁾ Fiesta Autonómica ⁽³⁾ Fiesta Local		
* Con carácter provisional hasta su aprobación por el Ayuntamiento de Sevilla y la Junta de Andalucía.		

El desarrollo de cada una de las asignaturas dependerá de cómo la organice el equipo de profesores/as responsables, siendo obligatorio el cumplimiento de lo establecido en los programas y proyectos docentes (disponibles en la web del Máster) en lo que a entrega de trabajos o tareas se refiere. La fecha de entrega será la que indique el profesorado. En este sentido, recordamos al estudiantado que lea atentamente los proyectos docentes de las distintas asignaturas.

LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN

La Facultad de Comunicación está situada en la Isla de la Cartuja. Dirección: Avenida Americo Vespucio, 29. 41092 Sevilla.

La Facultad de Comunicación tiene 4 plantas. Los servicios principales de la Facultad son:

- Planta sótano: Decanato, Secretaría y Cafetería.
- Planta primera: Biblioteca, Videoteca.
- Planta segunda y tercera: aulas de docencia y aulas de informática.
- Planta cuarta: despachos del profesorado.

TRABAJOS DE FIN DE MÁSTER (TFM)

La presentación del Trabajo Fin de Máster se ajusta a lo previsto en la Normativa sobre Trabajos de Fin de Estudios de la Universidad de Sevilla, así como a la [Normativa específica del Máster](#).

TFM requiere la realización por parte del estudiantado y bajo la dirección de, al menos, un/a profesor/a de un proyecto o trabajo de investigación sobre un tema orientado a la evaluación de competencias asociadas a la titulación.

El TFM **se realizará de forma individual** por parte de cada estudiante. La dedicación al TFM debe ser continua y progresiva durante el periodo lectivo.

La naturaleza de este Máster permite dos tipos de TFM: los de carácter profesional y los de investigación.

TFM profesionales: son trabajos donde se aplican los conocimientos del máster a un caso práctico o problema comunicativo de una empresa/marca/entidad. Esto puede incluir: el desarrollo de campañas publicitarias, planes de comunicación, planes de marketing, implementación de acciones... para un cliente real o ficticio. Se recomienda seguir la siguiente estructura: Introducción (justificación del tema), Briefing, Investigación realizada donde se deben aplicar dos técnicas de investigación de mercado (cualitativa/cuantitativa), Estrategia, Plan de acciones, Creatividad, Calendario, Presupuesto, y Evaluación y control, y bibliografía. Esta

estructura es orientativa y cada tutor/a puede modificarla en función al tipo de TFM. El estudiante debe saber que independientemente de la naturaleza profesional del TFM debe justificar de modo claro sus decisiones estratégicas y/o creativas.

TFMs de investigación: desarrollan de forma escrita un tema de forma conceptual o empírica, utilizando fuentes bibliográficas y técnicas de recogida de datos de naturaleza cuantitativa y cualitativa para ello. Debe seguir una estructura académica: Introducción, Marco teórico, Objetivos, hipótesis y preguntas de investigación, Metodología, Resultados, Discusión y Conclusiones.

Independientemente de la modalidad de TFM elegida (profesional o de investigación), la aplicación de técnicas de investigación es un requisito fundamental para garantizar el rigor y la justificación de las decisiones o resultados.

Todos/as los/as estudiantes deben aplicar, al menos, dos técnicas de investigación a lo largo del desarrollo de su TFM. La recomendación es incluir una técnica cualitativa y otra cuantitativa:

Requisitos metodológicos	
Opción recomendada	Una técnica cualitativa + una técnica cuantitativa.
Otras opciones	Se acepta la aplicación de dos técnicas cualitativas o dos cuantitativas, siempre y cuando esta elección se ajuste y sea coherente con los objetivos específicos del TFM.
Opción excepcional	Solo se admitirá la aplicación de una única técnica de investigación cuando el/la estudiante justifique de forma clara la decisión y demuestre que la técnica elegida se aplica a un conjunto de datos lo suficientemente representativo para cumplir con los objetivos del TFM.

A principios del curso académico se celebrará una sesión específica en la que el profesorado del Máster presentará sus líneas de investigación.

¿CÓMO SE ELIGE AL TUTOR O LA TUTORA DEL TFM?

Durante el mes diciembre de 2026 el estudiantado realizará su petición a través de la aplicación TERMINUS. En este momento, el alumnado tiene que seleccionar un

máximo de 4 posibles tutores/as. Por su parte, el sistema TERMINUS asignará la elección del tutor/a en función de la nota de acceso al título.

A nivel orientativo, el calendario de **entrega a los/as tutores/as del último borrador** (el trabajo está en su última fase) para corregir será:

- Convocatoria de junio: 14 de mayo de 2027
- Convocatoria de julio: 24 de junio de 2026
- Convocatoria de noviembre: 1 de octubre de 2026 (curso 2027-28)

Existen dos convocatorias oficiales para la defensa de los TFM: junio y julio. Además, el estudiantado tiene la posibilidad de solicitar la convocatoria de noviembre (curso 2027/28).

FECHAS CLAVE PARA EL CURSO ACADÉMICO 2026/2027

Solicitud de tutor/a por parte de los estudiantes			
Diciembre 2026 (por confirmar)			
Listado de adjudicación de tutores/a de TFM			
Enero/febrero 2027			
	Convocatoria junio	Convocatoria julio	Convocatoria noviembre
Aval del tutor/a en TERMINUS	1 -3 de junio	22- 24 de junio	20 y 21 octubre
Depósito del TFM en TERMINUS	8-10 de junio	6-8 de julio	27 y 28 de octubre
Defensa del TFM	22-24 de junio	20-22 de julio	9 -11 de noviembre