

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad Pontificia Comillas		Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez	07009045
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Grado		Publicidad y Relaciones Públicas	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas			
NIVEL MECES			
2 2			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas		No	
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN	
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
ENRIQUE SANZ GIMENEZ-RICO		Rector	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		13116132Z	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
ENRIQUE SANZ GIMENEZ-RICO		Rector	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		13116132Z	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Julia María Violero Álvarez		Directora titular CESAG	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		01925959P	
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO		CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO
C/ Alberto Aguilera 23		28015	Madrid
E-MAIL		PROVINCIA	TELÉFONO
rector@comillas.edu		Madrid	630453260
			FAX
			915413596



### 3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley 5-1999, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

	En: Madrid, AM 20 de octubre de 2021
	Firma: Representante legal de la Universidad



## 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

### 1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

#### LISTADO DE MENCIONES

No existen datos

RAMA	ISCED 1	ISCED 2
Ciencias Sociales y Jurídicas	Marketing y publicidad	Periodismo

#### NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

#### AGENCIA EVALUADORA

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación

#### UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad Pontificia Comillas

#### LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
033	Universidad Pontificia Comillas

#### LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

#### LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

### 1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	60	12
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
18	144	6

#### LISTADO DE MENCIONES

MENCIÓN	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

### 1.3. Universidad Pontificia Comillas

#### 1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
07009045	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez

#### 1.3.2. Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez

##### 1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	VIRTUAL
Sí	No	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	TERCER AÑO IMPLANTACIÓN
60	60	60
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	TIEMPO COMPLETO	
60	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA



<b>PRIMER AÑO</b>	30.0	60.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	30.0	78.0
<b>TIEMPO PARCIAL</b>		
	<b>ECTS MATRÍCULA MÍNIMA</b>	<b>ECTS MATRÍCULA MÁXIMA</b>
<b>PRIMER AÑO</b>	12.0	30.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	12.0	30.0
<b>NORMAS DE PERMANENCIA</b>		
<a href="http://www.upcomillas.es/verifica/NormativaCESAG.pdf">http://www.upcomillas.es/verifica/NormativaCESAG.pdf</a>		
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	



## 2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

### 3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
<b>BÁSICAS</b>
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
<b>GENERALES</b>
CG 01 - Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de forma oral y escrita y saber sacar partido de los recursos lingüísticos y literarios más apropiados para cada medio de comunicación y cada tipo de público de acuerdo con un nivel equivalente a C1 correspondiente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en relación a las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma para el ámbito específico de los estudios de comunicación.
CG 02 - Expresarse de forma básica, oral y escrita, en una lengua extranjera de acuerdo con un nivel equivalente a B2 correspondiente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en relación una lengua extranjera para el ámbito específico de los estudios de comunicación
CG 03 - Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas (por ejemplo: foros, blogs, redes sociales, microblogging) en el entorno de la cultura digital.
CG 04 - Conocer el estado del mundo y de la comunicación, así como de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos y religiosos) para su aplicación en la actividad profesional.
CG 05 - Conocer las estructuras y políticas de la comunicación a nivel local, nacional e internacional para la actividad profesional.
CG 06 - Desarrollar la capacidad analítica para la disección, comprensión y análisis de los diferentes relatos y de formatos textuales en el contexto mediático, cultural y social actual.
CG 07 - Conocer el mercado audiovisual, las fuerzas que lo conforman y su lógica interna y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes convencionales o de nueva aparición.
CG 08 - Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
CG 09 - Conocer y utilizar los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales para los diferentes soportes y plataformas.
CG 10 - Saber gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales o los nuevos formatos resultado de la convergencia digital.
CG 11 - Saber valorar la obra audiovisual desde el punto de vista estético para el análisis o la toma de decisiones profesionales.
CG 12 - Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.
CG 13 - Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.
CG 14 - Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.
<b>3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES</b>
CT 01 - Ser capaz de comprender y producir una amplia variedad de textos así como expresarse de forma oral y escrita con fluidez y corrección en las lenguas oficiales y, al menos, en una lengua extranjera.



CT 02 - Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
CT 03 - Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional.
CT 06 - Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.
CT 04 - Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
CT 05 - Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
CT 07 - Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .
CT 08 - Trabajar en equipo.
CT 09 - Saber buscar las claves interpretativas de cualquier fenómeno natural, social, económico, histórico y político.
CT 10 - Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad.
CT 11 - Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.
CT 12 - Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.
<b>3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
CE 01 - Conocer y entender las estructuras y políticas económicas, psico-sociales, culturales y demográficas de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.
CE 02 - Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.
CE 03 - Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.
CE 04 - Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.
CE 05 - Conocer e interpretar el entorno empresarial e institucional y adaptarse a los objetivos organizacionales, sin perder la autonomía, identidad y valores, haciéndolos compatibles y sinérgicos con los propios.
CE 06 - Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria.
CE 07 - Saber crear, establecer y aplicar un plan de comunicación y definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.
CE 08 - Conocer y entender las principales variables y complejidades que configuran el rol de los diversos agentes del mercado: anunciantes, empresas de publicidad, medios y plataformas de comunicación y públicos.
CE 09 - Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.

#### 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

##### 4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo I.

##### 4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

El acceso al Grado de Publicidad y Relaciones Públicas requerirá estar en posesión del título de bachillerato o equivalente y la superación de la prueba a que se refiere el artículo 42 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, modificada por la Ley 4/2007, de 12 de abril, sin perjuicio de los demás mecanismos de acceso previstos por la normativa vigente. Para poder acceder a la titulación, los futuros alumnos tienen que tener como mínimo una de las vías de acceso establecidas por la Universidad Pontificia Comillas (de acuerdo con el Real Decreto 558/2010, de 7 de mayo, por el que se modifica el Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre):

Atendiendo a las características y objetivos de la titulación, los alumnos que accedan deberán tener definida su perspectiva formativa en el ámbito de la promoción de bienes, ideas o servicios y del conocimiento de la realidad de la comunicación corporativa en sus dimensiones creativa ante todo pero también económica, legislativa, sociocultural y religiosa.

Es indispensable, por tanto, que los alumnos tengan interés por adquirir todos aquellos conocimientos que les permitan situarse profesionalmente en un ámbito complejo y en constante cambio. Para ello es imprescindible adquirir la capacidad de análisis y crítica fundamentada desde los puntos de vista científicos, profesionales y éticos.

Igualmente, es importante su interés por conocer el funcionamiento real de los medios de comunicación, las principales características de sus comercializaciones, así como los retos que se plantean en el mercado para analizarlos y afrontarlos a partir de criterios fundamentados.



Tal como se establece en la correspondiente normativa académica para ser admitido como alumno de primer curso en CESAG y cursar el Grado en Comunicación Audiovisual, además de cumplir los requisitos exigidos en la legislación vigente para acceder a los estudios universitarios acreditados documentalmete, se requiere haber solicitado la admisión en la forma y plazo determinados y superar las pruebas de selección establecidas por el Equipo Directivo del Centro.

La admisión corresponderá a la dirección del Centro.

Dichas pruebas de selección constan de cinco componentes: la valoración del expediente académico, una entrevista personal con alguno de los profesores de la titulación, una prueba de nivel de inglés, castellano y catalán.

- Para valorar el expediente académico se tendrán en cuenta las notas medias de 3º y 4º de la ESO y de Bachillerato o sus equivalentes en el caso de otras proveencias. **El peso total del expediente académico será del 20%.**
- En la entrevista personal, que seguirá una pauta estandarizada, se tendrán en cuenta especialmente aquellos aspectos de trayectoria académica y motivacionales que permitan valorar la adecuación de su perfil para los estudios que solicita. **Valoración total de la entrevista: 30%**
- La prueba de Inglés constará de una parte escrita correspondiente a un nivel B1
- La prueba de castellano, también escrita, corresponderá a un nivel B2
- La prueba de catalán, escrita, corresponderá a un nivel B2

Las pruebas de idiomas tendrán una **valoración global sobre la nota final de 50%**.

#### 4.3 APOYO A ESTUDIANTES

El modelo organizativo para la aplicación del PAT del CESAG deriva del desarrollo de los procesos clave o de ejecución siguientes: Tutoría, Orientación y Apoyo al Estudiante, Acogida a los Estudiantes de Nuevo Ingreso, Apoyo al Estudiante para la Mejora del Aprendizaje, y Gestión y Revisión de la Orientación Profesional.

La acción tutorial del CESAG trata de contribuir al logro de los grandes fines de la orientación educativa: informar, formar, prevenir y ayudar a tomar decisiones.

Su trabajo se centra en los siguientes ámbitos de intervención (adaptado de cano, 2008: 202-203):

§ el contenido de las materias que configuran una titulación académica y su aprendizaje en relación con las modalidades organizativas de la enseñanza y con los métodos que le son propios, para que ésta supere los indicadores mínimos de calidad y éxito;

§ el conjunto de las competencias, generales y específicas, que cabe favorecer y potenciar en todos los alumnos como factores de éxito;

§ el camino o itinerario que debe seguirse conjugando armónicamente, y desde un principio, su carácter académico y profesional;

§ y las demandas de asesoramiento y ayuda personal que entendemos relevantes o, en su defecto, soliciten los estudiantes en momentos puntuales de su devenir universitario.

El alcance de los objetivos de la acción tutorial y su carácter global en la atención al estudiante suponen la implicación en el PAT de numerosos agentes e instancias del CESAG complementarios a la acción de tutor de carrera:

1. Gabinete de orientación y asesoramiento personal que proporcionará apoyo individual a los estudiantes que necesiten resolver dificultades académicas y de carácter personal que repercutan sobre su rendimiento universitario, y que sobrepasen las posibilidades de ayuda que les pueden ofrecer sus profesores, tutores de carrera o los servicios de información del CESAG. Los tutores de carrera orientarán a los estudiantes hacia dicho servicio en función de las necesidades y demandas de los estudiantes.
2. Servicio de apoyo a la formación de los alumnos con necesidades específicas. Este servicio se centra en las particularidades de los estudiantes con necesidades específicas que acceden al CESAG, con el fin de garantizar la plena accesibilidad mediante la eliminación de barreras de cualquier tipo y el objetivo de potenciar un autoconcepto positivo.
3. Acciones informativas y formativas a cargo del equipo de acción tutorial. Con la dirección del coordinador del Área de Estudiantes, el equipo de acción tutorial estará conformado por todas aquellas personas (PDI) que reúnan las competencias específicas necesarias para poder colaborar en alguna de las actividades previstas en el PAT.

Como complemento al seguimiento individual del alumno que hará el tutor de carrera, el CESAG ofertará anualmente una veintena de actividades formativas grupales abiertas a todos los estudiantes del centro, cuya organización correrá a cargo de los integrantes de ese equipo de acción tutorial. El responsable de cada una de las acciones planificará su desarrollo, lo ejecutará y recogerá evidencias que permitan evaluar su eficacia.

Las actividades relacionadas con el proceso de orientación e inserción laboral se realizarán en colaboración con otros servicios especializados en esa materia, como el FUEIB (Fundación Universidad Empresa Islas Baleares).

Todas las acciones encaminadas a la atención de los estudiantes a través del PAT serán sometidas a un proceso de evaluación entendida como un requisito, una condición y un instrumento para la mejora.



La finalidad de la evaluación es comprobar el resultado de la ejecución de las acciones emprendidas por el PAT, medir su efectividad en relación a los objetivos iniciales propuestos y ofrecer retroalimentación de los resultados del proceso de seguimiento y evaluación a los interesados. Por tanto, persigue varios fines: comprobar si las acciones desarrolladas han logrado cambios reales en la mejora del proceso educativo, personal y profesional del alumnado, verificar el desempeño de los responsables del proceso para así poder fundamentar las propuestas de mejora en futuras planificaciones, y ejercer un control real sobre la gestión de los recursos destinados al PAT.

La reflexión y mejora de los programas relativos a la captación de estudiantes de nuevo ingreso y el seguimiento de los estudiantes una vez matriculados se recogen en dos documentos: Memoria del programa ¿Centros de Bachillerato y secundaria¿ e Informe final del PAT (Autoinforme del tutor de carrera/ Autoinforme del estudiante/ Autoinforme del Gabinete de orientación y asesoramiento personal y Autoinforme del Servicio de apoyo a la formación del estudiante con necesidades específicas) siguiendo la metodología del ciclo-proceso PDCA.

#### 4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

##### Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

##### Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	36

##### Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

##### Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	36

Conforme señala el art. 13 RD 1393/2007 de 29 de octubre, sin perjuicio de lo que se establezca particularmente para los casos de títulos combinados o en acuerdos interuniversitarios de doble titulación, serán objeto de reconocimiento automático los créditos superados por el alumno en estudios oficiales cursados en esta u otra Universidad, y que correspondan a las materias de formación básica en la rama de conocimiento a la que se adscriba el título (recogido en el Artículo 91 del Reglamento General de la Universidad Pontificia Comillas, aprobado el 5 de octubre de 2009).

#### **Artículo 91º. Reconocimiento y transferencia de créditos**

1. Los alumnos admitidos en la Universidad Pontificia Comillas podrán solicitar el reconocimiento o la transferencia de créditos cursados en esta u otra Universidad.

Se entiende por reconocimiento la aceptación por la universidad de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en esta u otra Universidad, son computados en otras distintas a efectos de la obtención de un título oficial.

La transferencia de créditos implica que, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, se incluirán la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en esta u otra Universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

2. Serán objeto de reconocimiento las siguientes clases de créditos:

- Los superados por el alumno en estudios oficiales cursados en esta u otra Universidad española y que correspondan a las materias de formación básica en la rama de conocimiento a la que se adscriba el título de grado.
- Los correspondientes a las materias o asignaturas que, pertenecientes a planes de estudios combinados de dos o más titulaciones, aprobados como tales por la Junta de Gobierno de la Universidad, son consideradas en dicho plan como comunes o reconocibles entre las distintas titulaciones que lo componen.
- Los cursados por el alumno en otro Centros de Enseñanza Superior en aplicación de los acuerdos entre Universidades firmados para intercambios de alumnos.

3. Podrán ser objeto de reconocimiento, con los requisitos exigidos en este Reglamento General y en las normas que lo desarrollen, las siguientes clases de créditos:

Cualesquiera créditos cursados por el estudiante en enseñanzas universitarias oficiales, en esta u otra Universidad española, diferentes de los enumerados en el apartado anterior.



- Los créditos cursados en Universidades extranjeras, cuando el alumno no haya completado sus estudios en orden a la obtención de correspondiente título en el país de origen o cuando, habiendo obtenido el título, su homologación hubiere sido denegada, pero con la admisión expresa en la resolución de la posibilidad de reconocimiento de estudios parciales.
- De modo excepcional podrán reconocerse los estudios cursados en la Universidad Pontificia Comillas, en programas de máster propio hasta un límite que no supere el 40% de los créditos del programa oficial, previo informe favorable de la Subcomisión Delegada de Postgrado y Doctorado.

4. No serán en ningún caso objeto de reconocimiento los estudios cursados en instituciones que no tengan el carácter oficialmente reconocido de Universidades o Centros de Enseñanza Superior o que, cursados en Centros con tal naturaleza, no tengan el carácter de estudios superiores, tales como los de formación permanente profesional o de extensión universitaria.

Tampoco serán objeto de reconocimiento los estudios cursados como propios en cualquier Universidad, sin perjuicio de lo establecido en el apartado anterior.

5. La solicitud de reconocimiento deberá presentarse en acto único con ocasión de la formalización de la primera matrícula del estudiante en esta Universidad. Incluirá todos los estudios oficiales previos cuyo reconocimiento se pretenda, independientemente del curso al que correspondan, y deberá acompañarse de la documentación que acredite su carácter oficial, contenido, créditos asignados y calificación obtenida. La solicitud, junto con la documentación acreditativa, se remitirá al Decano o Director del Centro responsable de la titulación.

En los casos previstos en el apartado segundo, el Decano o Director ordenará el reconocimiento y la adecuada regularización del expediente del alumno, con arreglo a lo previsto en el correspondiente plan de estudios oficialmente aprobado y, en los supuestos de intercambio, conforme a las normas reguladoras de éstos, aprobadas por Junta de Gobierno.

En los casos previstos en el apartado tercero, resolverá el Rector de la Universidad, a propuesta del Decano o Director responsable de la titulación, o de la Comisión de Postgrado y Doctorado, en su caso, previo informe de los Directores de los Departamentos involucrados en la enseñanza de las materias objeto de reconocimiento. La resolución atenderá fundamentalmente a la adecuación entre competencias y conocimientos asociados a las materias cursadas por el estudiante y los correspondientes a las materias cuyo reconocimiento se pretende. Podrán tenerse en cuenta como criterios auxiliares tanto el número de créditos asignados a la materia o asignatura objeto de reconocimiento como el tiempo transcurrido desde que las materias o asignaturas fueron cursadas por el solicitante.

En todos los casos, la resolución se notificará al Servicio de Gestión Académica y Títulos y al alumno quien, en el plazo que se le indique, deberá adecuar su matrícula al contenido de la resolución.

Las materias o asignaturas reconocidas figurarán en el expediente del alumno acompañadas del símbolo (r) con la calificación obtenida por el alumno. En caso de ser varias las materias o asignaturas que configuran el reconocimiento, la calificación se obtendrá a partir de la nota media ponderada obtenida por el alumno, la cual irá acompañada del símbolo (r).

6. El reconocimiento de créditos exigirá la matriculación previa de la materia o asignatura cuyo reconocimiento se pretende y devengará, además de los derechos de matrícula, los de apertura y substanciación del expediente que hayan sido aprobados por la Junta de Gobierno, excepto en los casos b) y c) previstos en el apartado segundo.

7. Los estudiantes también podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, al menos seis créditos del plan de estudios de grado cursado.

A tal efecto, la Junta de Gobierno de la Universidad determinará para cada curso la oferta de actividades universitarias que podrán ser objeto de reconocimiento, así como las condiciones académicas y económicas del mismo. Asimismo, a propuesta de la respectiva Facultad o Escuela, se fijarán las materias o asignaturas por las que procederá el reconocimiento en cada titulación.

8. Los reconocimientos se efectúan al solo efecto de continuar los estudios para los que ha sido admitido el alumno en la Universidad Pontificia Comillas, y perderán su validez si no se formaliza la matrícula o si se anula ésta en el año académico para el que han sido realizados los reconocimientos, o en el que correspondiera según el plan de estudios y las normas académicas de la titulación.

9. Los reconocimientos efectuados con anterioridad en los Centros de procedencia pueden ser objeto de nueva consideración por la autoridad competente para resolver sobre los mismos en esta Universidad, en orden a proceder o no a su nuevo reconocimiento de conformidad con los criterios establecidos en este Reglamento General.



10. En caso de que el alumno esté en desacuerdo con la resolución referente al reconocimiento solicitado, podrá dirigir al Rector el recurso que proceda, por escrito, debidamente motivado, en el plazo de quince días hábiles a partir de la recepción de la resolución.

11. Además de las asignaturas integrantes del plan de estudios correspondiente al título que el alumno haya superado o cuyo reconocimiento haya obtenido, constarán en su expediente académico y, en su momento, en el Suplemento al Título todos los créditos que hubiera obtenido en enseñanzas oficiales cursadas en cualquier universidad.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 12.6 del R.D. 1393/2007 de 29 de octubre, los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias, culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación hasta un máximo de 6 créditos. La Universidad Pontificia Comillas ha implementado este derecho en su régimen normativo mediante las *Normas para el reconocimiento en créditos por actividades culturales, deportivas, solidarias y de representación*, aprobadas por la Junta de Gobierno en la sesión celebrada el 7 de junio de 2010.

No podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes al trabajo fin de grado.

#### 4.5 CURSO DE ADAPTACIÓN PARA TITULADOS



## 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

<b>5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS</b>		
Ver Apartado 5: Anexo 1.		
<b>5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
Clases teóricas y clases prácticas		
Seminarios, talleres y exposición de trabajos		
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación		
<b>5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Método expositivo/ lección magistral		
Estudio de casos		
Resolución de ejercicios y problemas		
Aprendizaje basado en problemas		
Aprendizaje orientado a proyectos		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje autónomo		
<b>5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
Pruebas objetivas		
Pruebas de respuesta corta		
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo		
Trabajos y proyectos		
Informes/ memorias de prácticas		
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas		
Sistemas de autoevaluación (oral, escrita, individual, en grupo)		
Escala de actitudes		
Técnicas de observación		
Carpeta de aprendizaje (portafolio)		
Otros procedimientos		
TFG. Evaluación continua actividades formativas		
TFG. Trabajo escrito		
TFG: Exposición y defensa pública		
<b>5.5 SIN NIVEL 1</b>		
<b>NIVEL 2: Lenguas</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Mixta	Artes y Humanidades	Lengua
<b>ECTS NIVEL2</b>		
<b>ECTS OPTATIVAS</b>	<b>ECTS OBLIGATORIAS</b>	<b>ECTS BÁSICAS</b>
	12	12
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
12		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Lengua Castellana Escrita y Oral</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Llengua Catalana: Normativa i Varietat Estàndard Oral i Escrita</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>



No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Modelos de Uso de la Lengua Española y Catalana en los Medios de Comunicación</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: English for Communication</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	



5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<p>Con las asignaturas de este módulo, los estudiantes adquirirán las competencias CT1, CT4, CT5, CT10, CT11, CT12, CG1, CG2, CG8, CG12, CG13, CG14 y CE4 del Título, traducidas en los siguientes resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer los recursos lingüísticos y literarios de las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma para utilizarlos apropiadamente en los diferentes medios de comunicación.</li> <li>• Aplicar claves interpretativas para cualquier fenómeno comunicativo desde el punto de vista social, histórico y económico.</li> <li>• Conocer el estado de la realidad socio-comunicativa tanto a nivel local como global.</li> </ul>
5.5.1.3 CONTENIDOS
<p><b>English for Communication:</b> Aprendizaje de los usos del idioma inglés en los ámbitos científico y profesional tanto en los medios de comunicación como en la publicidad. El objetivo de la asignatura es lograr, de acuerdo con el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, el dominio de las herramientas necesarias para adquirir una buena competencia comunicativa en inglés.</p> <p><b>Llengua Catalana: Normativa i Varietat Estàndard Oral i Escrita.</b> Estudio de la normativa y de la variedad estándar oral y escrita de la lengua catalana con la finalidad de que el alumno aprenda a expresarse correctamente en esta lengua. Los estudiantes deben conocer también la evolución y la consolidación de los modelos de lengua en los medios de comunicación.</p> <p><b>Llengua Castellana Escrita y Oral.</b> Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua castellana. Estudio de la normativa y de la variedad estándar oral y escrita de la lengua castellana con la finalidad de que el alumno aprenda a expresarse correctamente en esta lengua.</p> <p><b>Modelos de Uso de la Lengua Española y Catalana en los Medios de Comunicación.</b> Estudio de la lengua castellana y catalana, desde una doble perspectiva, general y específica, del sistema mediático. Modelos de uso de la lengua castellana y catalana en los medios de comunicación. Estudio de los recursos para la presentación oral (voz, tono, entonación, dominio de las pausas).</p>
5.5.1.4 OBSERVACIONES
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
<p>CG 01 - Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de forma oral y escrita y saber sacar partido de los recursos lingüísticos y literarios más apropiados para cada medio de comunicación y cada tipo de público de acuerdo con un nivel equivalente a C1 correspondiente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en relación a las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma para el ámbito específico de los estudios de comunicación.</p>
<p>CG 02 - Expresarse de forma básica, oral y escrita, en una lengua extranjera de acuerdo con un nivel equivalente a B2 correspondiente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en relación a una lengua extranjera para el ámbito específico de los estudios de comunicación</p>
<p>CG 08 - Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.</p>
<p>CG 12 - Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.</p>
<p>CG 13 - Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.</p>
<p>CG 14 - Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.</p>
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
<p>CT 01 - Ser capaz de comprender y producir una amplia variedad de textos así como expresarse de forma oral y escrita con fluidez y corrección en las lenguas oficiales y, al menos, en una lengua extranjera.</p>
<p>CT 04 - Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.</p>
<p>CT 05 - Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.</p>
<p>CT 10 - Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad.</p>
<p>CT 11 - Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.</p>
<p>CT 12 - Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.</p>
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS



CE 04 - Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clases teóricas y clases prácticas	180	100
Seminarios, talleres y exposición de trabajos	60	100
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	360	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Método expositivo/ lección magistral		
Estudio de casos		
Resolución de ejercicios y problemas		
Aprendizaje basado en problemas		
Aprendizaje orientado a proyectos		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje autónomo		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Pruebas de respuesta corta	0.0	50.0
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	0.0	50.0
Trabajos y proyectos	0.0	50.0
Sistemas de autoevaluación (oral, escrita, individual, en grupo)	0.0	50.0
Escala de actitudes	0.0	50.0
Técnicas de observación	0.0	50.0
<b>NIVEL 2: Ciencias Sociales y Jurídicas</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Antropología
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Derecho
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Sociología
<b>ECTS NIVEL2</b>		
<b>ECTS OPTATIVAS</b>	<b>ECTS OBLIGATORIAS</b>	<b>ECTS BÁSICAS</b>
	18	24
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
12	12	6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>



Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Historia de la Publicidad</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Sociología de la Comunicación</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No



<b>ITALIANO</b>		<b>OTRAS</b>	
No		No	
<b>NIVEL 3: Introducción al Derecho</b>			
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>			
<b>CARÁCTER</b>		<b>ECTS ASIGNATURA</b>	
Básica		6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>			
<b>ECTS Semestral 1</b>		<b>ECTS Semestral 2</b>	
		6	
<b>ECTS Semestral 4</b>		<b>ECTS Semestral 5</b>	
<b>ECTS Semestral 7</b>		<b>ECTS Semestral 8</b>	
<b>ECTS Semestral 10</b>		<b>ECTS Semestral 11</b>	
<b>LECTURAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>			
<b>CASTELLANO</b>		<b>CATALÁN</b>	
Sí		Sí	
<b>GALLEGO</b>		<b>VALENCIANO</b>	
No		No	
<b>FRANCÉS</b>		<b>ALEMÁN</b>	
No		No	
<b>ITALIANO</b>		<b>OTRAS</b>	
No		No	
<b>NIVEL 3: Derecho de la Publicidad</b>			
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>			
<b>CARÁCTER</b>		<b>ECTS ASIGNATURA</b>	
Obligatoria		6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>			
<b>ECTS Semestral 1</b>		<b>ECTS Semestral 2</b>	
<b>ECTS Semestral 4</b>		<b>ECTS Semestral 5</b>	
		6	
<b>ECTS Semestral 7</b>		<b>ECTS Semestral 8</b>	
<b>ECTS Semestral 10</b>		<b>ECTS Semestral 11</b>	
<b>LECTURAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>			
<b>CASTELLANO</b>		<b>CATALÁN</b>	
Sí		Sí	
<b>GALLEGO</b>		<b>VALENCIANO</b>	
No		No	
<b>FRANCÉS</b>		<b>ALEMÁN</b>	
No		No	
<b>ITALIANO</b>		<b>OTRAS</b>	
No		No	
<b>NIVEL 3: Historia del Pensamiento</b>			
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>			
<b>CARÁCTER</b>		<b>ECTS ASIGNATURA</b>	



Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Cristianismo y Cultura Contemporánea</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Ética y Deontología de la Comunicación</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Con las asignaturas de este módulo, los estudiantes adquirirán las competencias CT1, CT4, CT5, CT10, CT11, CT12, CG1, CG8, CG12, CG13, CG14, CE1 y CE5 del Título, traducidas en los siguientes resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar claves interpretativas para cualquier fenómeno comunicativo desde el punto de vista social, histórico y económico.</li> <li>• Conocer el estado de la realidad sociocomunicativa tanto a nivel local como global.</li> <li>• Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz.</li> <li>• Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente.</li> </ul>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Este módulo se compone de asignaturas de formación básica pertenecientes a la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas.</p> <p><b>Historia del Pensamiento:</b> Recorrido histórico por las corrientes de pensamiento que más han marcado los valores individuales y colectivos de la civilización de este comienzo de siglo. Profundización en el papel que los comunicadores tienen en la interpretación y explicación de los hechos. Comprensión de la génesis y desarrollo de las ideas, valores y creencias que las han configurado.</p> <p><b>Historia de la Publicidad:</b> Los orígenes de la actividad publicitaria. El nacimiento de la publicidad moderna. La expansión de la publicidad. Desarrollo de la técnica publicitaria. Los medios de comunicación, prensa, radio, cine y los medios digitales y su papel en la sociedad. La publicidad en los diferentes medios de comunicación: prensa, radio, cine, televisión, Internet. El contexto histórico como factor condicionante en el desarrollo de la actividad publicitaria en las Islas Baleares, en España y en el mundo. Desarrollo de la sociedad de consumo a través de la comunicación publicitaria.</p> <p><b>Sociología de la Comunicación:</b> Estudio de los principales conceptos y procesos sociológicos. Iniciación al análisis sociológico. Teorías sociológicas de la comunicación. Introducción a los métodos de investigación en comunicación.</p> <p><b>Introducción al Derecho:</b> Estructura de derecho, estructura institucional del estado, la organización legal e institucional, sistema político constitucional. Introducción a las estructuras y funciones del fenómeno jurídico. Las diferentes instituciones judiciales y sus relaciones con otros sistemas normativos. Los valores básicos del Estado de Derecho.</p> <p><b>Derecho de la Publicidad:</b> Estudio del derecho desde el punto de vista de la publicidad: análisis del concepto y análisis jurídico, sujetos y objeto publicitario, disciplinas jurídicas y deontológicas, responsabilidad civil, responsabilidad penal, responsabilidad administrativa, publicidad ilícita, publicidad subliminal, publicidad engañosa, prácticas desleales, prácticas agresivas, autorregulación y autocontrol.</p> <p><b>Cristianismo y Cultura Contemporánea:</b> Pensamiento cristiano contemporáneo. Relaciones entre creatividad y cristianismo. Reflexión sobre las relaciones entre las comunidades cristianas y la sociedad de masas. Fuentes y fundamentos del cristianismo en la sociedad europea. Influencia del pensamiento religioso en la sociedad actual. Antropología Cristiana. Importancia del cristianismo en el mundo de los medios de comunicación. La noticia religiosa en el periodismo generalista. Medios de comunicación confesionales.</p> <p><b>Ética y Deontología de la Comunicación:</b> Apreciación y aplicación crítica de principios de conducta ética en el ámbito de los medios de comunicación. Ética y valores en la sociedad de la comunicación. Ética y responsabilidad profesional como periodista. Relación entre la ética periodística, valores personales y coherencia laboral. La honestidad como opción preferencial en el mundo de la comunicación. Crear noticias o intentar historias.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
<p>CG 01 - Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de forma oral y escrita y saber sacar partido de los recursos lingüísticos y literarios más apropiados para cada medio de comunicación y cada tipo de público de acuerdo con un nivel equivalente a C1 correspondiente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en relación a las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma para el ámbito específico de los estudios de comunicación.</p>		
<p>CG 08 - Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.</p>		



CG 12 - Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.		
CG 13 - Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.		
CG 14 - Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
CT 01 - Ser capaz de comprender y producir una amplia variedad de textos así como expresarse de forma oral y escrita con fluidez y corrección en las lenguas oficiales y, al menos, en una lengua extranjera.		
CT 04 - Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.		
CT 05 - Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.		
CT 10 - Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad.		
CT 11 - Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.		
CT 12 - Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE 01 - Conocer y entender las estructuras y políticas económicas, psico-sociales, culturales y demográficas de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.		
CE 05 - Conocer e interpretar el entorno empresarial e institucional y adaptarse a los objetivos organizacionales, sin perder la autonomía, identidad y valores, haciéndolos compatibles y sinérgicos con los propios.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas y clases prácticas	315	100
Seminarios, talleres y exposición de trabajos	105	100
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	630	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Método expositivo/ lección magistral		
Aprendizaje basado en problemas		
Aprendizaje orientado a proyectos		
Aprendizaje cooperativo		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas objetivas	0.0	50.0
Pruebas de respuesta corta	0.0	50.0
Trabajos y proyectos	0.0	50.0
Sistemas de autoevaluación (oral, escrita, individual, en grupo)	0.0	50.0
Escala de actitudes	0.0	50.0
Técnicas de observación	0.0	50.0
<b>NIVEL 2: Teoría y Análisis de los Medios y Discursos Audiovisuales</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
<b>ECTS NIVEL2</b>		



ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
	24	18
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	12	12
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
12		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
<b>NIVEL 3: Teorías de la Comunicación</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
<b>NIVEL 3: Narrativa Publicitaria</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3



ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Fundamentos de la Publicidad y las Relaciones Públicas</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Comunicación e Imagen Corporativa</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Teoría de la Imagen		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Aproximación a la Comunicación Escrita y Audiovisual		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS



No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Arte Contemporáneo y Cultura Visual para Publicidad</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Con las asignaturas de este módulo, los estudiantes adquirirán las competencias CT2, CT4, CT5, CT9, CT10, CT11, CG4, CG5, CG6, CG8, CG11, CG12, CG13, CG14, CE2 y CE8 del Título, traducidas en los siguientes resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer el estado de la producción audiovisual contemporánea y de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos...).</li> <li>• Analizar los diferentes relatos audiovisuales y formatos hipertextuales.</li> <li>• Valorar los distintos productos audiovisuales desde un punto de vista estético.</li> </ul>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Las asignaturas que componen este módulo tienen como objetivos generales proporcionar las referencias artísticas y culturales presentes en la publicidad contemporánea. Igualmente, se introducen asignaturas que aportan herramientas teóricas y analíticas que faciliten la comprensión crítica de esos productos a nivel formal y narrativo, así como su papel en la configuración de significados socioculturales. A continuación se exponen los contenidos de las asignaturas que componen el módulo.</p> <p><b>Teorías de la Comunicación:</b> Introducción a la historia, utilización, valor y aplicación de las diferentes teorías, modelos y metodologías que tienen o han tenido como objeto de estudio las dinámicas de comunicación. Hermenéutica Filosófica y Teoría de la Comunicación. La percepción. Actitudes y valores. Comunicación verbal y no verbal. Comunicación en grupos. Modelos teóricos de la comunicación social. Estudio de las áreas generales de la cultura y la comunicación contemporáneas, prestando una especial atención a los nuevos medios y su influencia en la constitución de nuevas concepciones de la cultura de masas y la modernidad, así como en la transformación de las modernas industrias culturales, del ocio y del entretenimiento. Fundamentos de la Información. El discurso y la producción de la información. El profesional y la sociedad</p> <p><b>Comunicación e Imagen Corporativa:</b> Estudio de los aspectos fundamentales del <i>corporate</i> (gestión de la comunicación e imagen corporativas) en el ámbito empresarial e institucional: estructura orgánica y funcional de los departamentos de comunicación, tipologías, orígenes y teorías, planes de comunicación, definición estratégica de imagen, identidad corporativa, visión, misión, mapa de públicos, programas de comunicación corporativa, reputación corporativa, etc. Programa de Relaciones Informativas: gestión de las relaciones de los gabinetes de comunicación de empresas e instituciones con los diferentes medios de comunicación. Definición, funciones, acciones, principios. Comprensión y adaptación según las rutinas productivas y las características de los diferentes medios, decisión de acciones según los casos, redacción de notas de prensa, comunicados, convocatorias, clipping, ruedas de prensa, entrevistas, filtraciones, rumores, desinformación¿</p> <p><b>Teoría de la Imagen:</b> Aproximación a la teoría y métodos de análisis de la imagen. Estudio del proceso de conceptualización y realización de la imagen desde una perspectiva teórica y práctica. Análisis e investigación de las características morfológicas de las imágenes, de las variantes de expresión en los diferentes medios y de las variables estructurales que rodean el encuentro entre sujeto e imagen. La imagen como representación. Mecanismos psicofísicos de percepción. La imagen como texto: vertientes cultural, histórica, ideológica, artística, estética, expresiva.</p>		



**Aproximación a la Comunicación Escrita y Audiovisual:** Fundamentos de la comunicación escrita y audiovisual. Teorías y análisis sobre las formas en que los textos mediáticos construyen significados. Introducción a los procesos y métodos básicos del trabajo periodístico, publicitario y audiovisual. Descripción y análisis de los productos informativos en los diferentes medios de comunicación. Adaptación de lenguajes y contenidos a los diferentes formatos y soportes. Diferencias conceptuales. Aproximación a los géneros según los diferentes medios de comunicación. Lenguaje audiovisual como herramienta de producción de mensajes y contenidos. Primera aproximación a conceptos como *descripción, estructuras narrativas, realismo, género, ficción y no ficción*.

**Fundamentos del Periodismo:** Principios teóricos del periodismo. Ideología. Elementos que conforman las creencias que legitiman socialmente al periodismo. Valores y prácticas de la profesión. Objetividad, confrontacional, empiricismo, verdad, inmediatez. La construcción de los significados sociales mediante los textos mediáticos informativos. Qué es noticiabilidad. Criterios. Importancia política y social del periodismo en las sociedades democráticas contemporáneas. Aplicación de la esfera pública. Conocimiento de las tradiciones periodísticas y de su evolución. Teoría de los géneros informativos. Principales géneros. Elementos centrales. Fronteras y zonas ambiguas. La noticia. Cómo se construye. El reportaje.

**Fundamentos de la Publicidad y las Relaciones Públicas:** Teorías de la comunicación publicitaria. Estructura y evolución de la comunicación publicitaria desde sus orígenes hasta la actualidad. La publicidad como fenómeno económico y social. Definición y características de la publicidad y de las relaciones públicas. Estructura de la industria publicitaria: el anunciante, la agencia, los medios y el receptor. Fases del mensaje publicitario. Primera aproximación a los fundamentos de la creatividad y a las principales estrategias y técnicas de creación publicitaria.

**Narrativa Publicitaria:** Aproximación teórica, evolución y crítica de los distintos enfoques de la narratología clásica y la narrativa audiovisual aplicada a la publicidad. Definición, detección y ejemplificación de los recursos expresivos y narrativos. Semiótica. Significación y sentido. Construcción del relato audiovisual en el spot publicitario. Historia y discurso. Narradores y punto de vista. Deconstrucción y análisis de textos audiovisuales.

**Arte Contemporáneo y Cultura Visual para Publicidad:** Estudio del estatuto del arte en el mundo actual. Últimas tendencias estéticas en el campo de las artes visuales. Vanguardias y audiovisualización del arte. Contexto histórico de los aspectos específicos del arte contemporáneo en su intertextualidad con la cultura, la vida y la sociedad en general y con la publicidad de nuestro tiempo en particular. Primera aproximación a la teoría general de la imagen.

<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>
CG 04 - Conocer el estado del mundo y de la comunicación, así como de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos y religiosos) para su aplicación en la actividad profesional.
CG 05 - Conocer las estructuras y políticas de la comunicación a nivel local, nacional e internacional para la actividad profesional.
CG 06 - Desarrollar la capacidad analítica para la disección, comprensión y análisis de los diferentes relatos y de formatos textuales en el contexto mediático, cultural y social actual.
CG 08 - Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
CG 11 - Saber valorar la obra audiovisual desde el punto de vista estético para el análisis o la toma de decisiones profesionales.
CG 12 - Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.
CG 13 - Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.
CG 14 - Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>
CT 02 - Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
CT 04 - Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
CT 05 - Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
CT 09 - Saber buscar las claves interpretativas de cualquier fenómeno natural, social, económico, histórico y político.
CT 10 - Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad.
CT 11 - Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>
CE 02 - Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.
CE 08 - Conocer y entender las principales variables y complejidades que configuran el rol de los diversos agentes del mercado: anunciantes, empresas de publicidad, medios y plataformas de comunicación y públicos.



5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas y clases prácticas	315	100
Seminarios, talleres y exposición de trabajos	105	100
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	630	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo/ lección magistral		
Aprendizaje basado en problemas		
Aprendizaje orientado a proyectos		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje autónomo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas objetivas	0.0	50.0
Pruebas de respuesta corta	0.0	50.0
Informes/ memorias de prácticas	0.0	50.0
Sistemas de autoevaluación (oral, escrita, individual, en grupo)	0.0	50.0
Escala de actitudes	0.0	50.0
NIVEL 2: Industrias Culturales y Estructura del Sistema Audiovisual		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	12	6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estructura del Sistema de Medios		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral



DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Empresa de la Publicidad		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Cultura Digital		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Medios Publicitarios e Investigación de Mercados</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Con las asignaturas de este módulo, los estudiantes adquirirán las competencias CT4, CT5, CT6, CT9, CT10, CT11, CG4, CG5, CG7, CG8, CG14, CE1, CE5, CE7, CE8 y CE9 del Título, traducidas en los siguientes resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer el estado de la producción audiovisual contemporánea y de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, etc.)</li> <li>• Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación de la Comunidad Autónoma y sus interrelaciones en el contexto español, europeo y mundial.</li> <li>• Conocer la estructura y las políticas de la comunicación audiovisual.</li> <li>• Conocer el mercado audiovisual y las formas de promoción y explotación de los contenidos audiovisuales.</li> </ul>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Las asignaturas que componen este módulo están relacionadas con la economía y la gestión de las industrias culturales y del entretenimiento y tienen como objetivo principal el conocimiento de las tendencias y características del mercado audiovisual y publicitario. Igualmente, se estudian los aspectos jurídicos/legales que afectan a dicho mercado.</p> <p><b>Estructura del Sistema de Medios:</b> Características principales de las industrias informativas, culturales y del entretenimiento; evolución y configuración de grupos de comunicación multimedia, procesos de concentración y tipologías, causas y consecuencias, legislación y límites, el papel del Estado; principales grupos y medios, características, lógica del mercado, la competencia en el sector de la comunicación, particularidades y controles; internacionalización, la relación local/global en los procesos culturales contemporáneos; situación de España y del mundo.</p>		



**Empresa de la Publicidad:** Estudio de conceptos básicos empresariales, tipologías de sociedades, legislación básica y aspectos fundamentales de gestión de una empresa (financiación, dirección, recursos humanos, etc.), con aplicación específica a los diferentes tipos de empresas de publicidad. Funcionamiento de las sociedades mercantiles de publicidad. Particularidades de la agencia publicitaria. La contabilidad como lenguaje de la empresa. Características y conceptos centrales. Nociones básicas de start-ups, creación de empresas y fomento del espíritu emprendedor de los alumnos.

**Cultura Digital:** Lógicas propias de la comunicación interactiva y multimedia. Comparación y contraste con las formas tradicionales de comunicación y sus consecuencias. Cultura de la participación y del crowdsourcing. El 'producer' en lugar de consumidor y productor. Producción informativa, publicitaria y/o de entretenimiento para soportes digitales. Efectos culturales asociados al medio. La convergencia tecnológica en una única plataforma. Relato multimedia y redes sociales como instrumentos de comunicación. Dimensiones teóricas y prácticas de la interactividad, de la hipertextualidad, de la inmediatez y de la multimedialidad. Estrategias de posicionamiento en Internet.

**Medios Publicitarios e Investigación de Mercados:** Conocimiento y estructura de los medios publicitarios: características, tipologías, problemáticas, especificidades. Medios convencionales y nuevos medios y soportes: prensa, radio, televisión, publicidad exterior, Internet... Nuevas tendencias en la publicidad: advergaming, branded content, etc. Conocimiento del análisis e investigación de audiencias. Medición de audiencias y vinculación con otros conceptos como programación, doble mercado, etc. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria. Tiempos y espacios en los medios de comunicación. Centrales de medios, planes de medios y agencias de publicidad. Presupuestos e inversión.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG 04 - Conocer el estado del mundo y de la comunicación, así como de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos y religiosos) para su aplicación en la actividad profesional.

CG 05 - Conocer las estructuras y políticas de la comunicación a nivel local, nacional e internacional para la actividad profesional.

CG 07 - Conocer el mercado audiovisual, las fuerzas que lo conforman y su lógica interna y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes convencionales o de nueva aparición.

CG 08 - Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.

CG 13 - Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.

CG 14 - Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT 06 - Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.

CT 04 - Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.

CT 05 - Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.

CT 09 - Saber buscar las claves interpretativas de cualquier fenómeno natural, social, económico, histórico y político.

CT 11 - Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE 01 - Conocer y entender las estructuras y políticas económicas, psico-sociales, culturales y demográficas de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.

CE 05 - Conocer e interpretar el entorno empresarial e institucional y adaptarse a los objetivos organizacionales, sin perder la autonomía, identidad y valores, haciéndolos compatibles y sinérgicos con los propios.

CE 07 - Saber crear, establecer y aplicar un plan de comunicación y definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.

CE 08 - Conocer y entender las principales variables y complejidades que configuran el rol de los diversos agentes del mercado: anunciantes, empresas de publicidad, medios y plataformas de comunicación y públicos.

CE 09 - Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas y clases prácticas	180	100



Seminarios, talleres y exposición de trabajos	60	100
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	360	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Método expositivo/ lección magistral		
Aprendizaje basado en problemas		
Aprendizaje orientado a proyectos		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje autónomo		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Pruebas de respuesta corta	0.0	50.0
Trabajos y proyectos	0.0	50.0
Informes/ memorias de prácticas	0.0	50.0
Escala de actitudes	0.0	50.0
<b>NIVEL 2: Tecnología y Procesos Creativos</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
<b>ECTS NIVEL2</b>		
<b>ECTS OPTATIVAS</b>	<b>ECTS OBLIGATORIAS</b>	<b>ECTS BÁSICAS</b>
	36	6
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
12	6	12
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Tecnología de la Información y la Comunicación</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		



<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Identidad Visual y Diseño Gráfico</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Creatividad Publicitaria I</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>



LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Creatividad Publicitaria II</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Redacción Publicitaria</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		3
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí



FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Dirección de Arte		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		3
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Fotografía Publicitaria		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		



Con las asignaturas de este módulo, los estudiantes adquirirán las competencias CT2, CT3, CT7, CT8, CT12, CG3, CG4, CG9, CG12, CG14, CE2, CE3, CE4, CE6 y CE9 del Título, traducidas en los siguientes resultados de aprendizaje:

- Conocer los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual, así como las herramientas específicas para la elaboración de guiones audiovisuales y multimedia.
- Ejecutar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diferentes productos audiovisuales.

### 5.5.1.3 CONTENIDOS

Este módulo contiene asignaturas encaminadas a proporcionar unos conocimientos básicos sobre las distintas tecnologías del audiovisual, tanto analógicas como digitales, así como sobre los principales recursos expresivos que concurren en la elaboración de proyectos y trabajos creativos en distintos formatos y soportes. Por ello, el carácter de estas asignaturas es fundamentalmente práctico.

**Fotografía publicitaria:** Historia, teoría, técnica y práctica de la fotografía. Control de la luz. Fotografía creativa, artística, publicitaria y de moda. Composición, procesado y tratamiento analógico y digital. Iluminación en estudio y exteriores.

**Tecnología de la Información y la Comunicación:** Análisis del papel de las tecnologías en el desarrollo de la sociedad de la información y el conocimiento. Estudio de la influencia de factores reguladores, industriales y sociales en los procesos de transformación tecnológicos. Principales fundamentos de la tecnología de captación, tratamiento y reproducción de la imagen y el sonido. Aplicación de la tecnología al terreno de la producción y la difusión audiovisual.

**Identidad Visual y Diseño Gráfico:** Estudio de aspectos relacionados con el diseño aplicados a medios (portadas, distribución de la información, maquetación, infografía, etc.) y a otras herramientas de comunicación (carteles, folletos, catálogos, etc.). El manual de identidad visual corporativa. El color, la tipografía. El análisis de la marca. Logotipos, isotipos, símbolos y logosímbolos. *Motion graphics*. Procesos y terminología de preimpresión e impresión.

**Creatividad Publicitaria I:** Primera aproximación a los fundamentos que sustentan el proceso de creación. Desarrollo de destrezas y capacidades intelectuales aplicadas a la creatividad en el mensaje publicitario. Qué es y qué implica la creatividad publicitaria, qué mecanismos, metodologías de trabajo, recursos y técnicas exige. Desarrollo teórico-práctico de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos medios de comunicación.

**Creatividad Publicitaria II:** Visión avanzada de la creatividad. Comprensión de las nuevas tendencias artísticas aplicadas a la creación publicitaria y su evolución con las nuevas tecnologías. El portafolio creativo. Investigación en creatividad publicitaria y evaluación de la eficacia de la creatividad. Desarrollo de todo el proceso de la creación publicitaria sobre la base de casos reales, desde el análisis de los *briefings* hasta la producción final de la campaña de comunicación y presentación y defensa de la misma. Panorama internacional de los festivales publicitarios.

**Redacción Publicitaria:** Aproximación teórica y práctica del proceso de elaboración de la redacción de textos y eslóganes publicitarios. Habilidades y condicionantes del lenguaje publicitario. Estrategias de argumentación y retórica para medios convencionales y no convencionales. Teoría e historia del eslogan. Recursos y fundamentos de la redacción publicitaria (información, argumentación, comunicación, repetición, imagen-palabra, descripción, entimema, narración e intertextualidad).

**Dirección de Arte:** Complementación visual de la redacción publicitaria. Herramienta estética diferencial en la creación del mensaje publicitario. Generación de textos visuales en los medios de comunicación aplicando sinergias en los códigos de la percepción y la persuasión por medio de imágenes ligadas al arte y a la cultura visual contemporánea. El discurso visual y la publicidad. Fundamentos gráficos, conceptualización y retórica visual en la estrategia publicitaria. Ámbitos de la dirección de arte. La dirección de arte en los nuevos medios digitales.

### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

#### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG 03 - Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas (por ejemplo: foros, blogs, redes sociales, microblogging) en el entorno de la cultura digital.

CG 04 - Conocer el estado del mundo y de la comunicación, así como de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos y religiosos) para su aplicación en la actividad profesional.

CG 09 - Conocer y utilizar los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales para los diferentes soportes y plataformas.

CG 10 - Saber gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales o los nuevos formatos resultado de la convergencia digital.

CG 12 - Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.

#### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT 02 - Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador

CT 03 - Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional.

CT 07 - Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .

CT 08 - Trabajar en equipo.

CT 12 - Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.



5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE 02 - Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.		
CE 03 - Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.		
CE 04 - Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.		
CE 06 - Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria.		
CE 09 - Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas y clases prácticas	210	100
Seminarios, talleres y exposición de trabajos	210	100
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	630	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo/ lección magistral		
Aprendizaje basado en problemas		
Aprendizaje orientado a proyectos		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje autónomo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas de respuesta corta	0.0	50.0
Trabajos y proyectos	0.0	50.0
Informes/ memorias de prácticas	0.0	50.0
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	0.0	50.0
Escala de actitudes	0.0	50.0
Carpeta de aprendizaje (portafolio)	0.0	50.0
NIVEL 2: Principios y Tendencias de la Publicidad y las Relaciones Públicas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	30	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
12	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estrategias de Publicidad y Relaciones Públicas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Gestión de Cuentas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS



No	No	No
<b>ITALIANO</b>		
<b>OTRAS</b>		
No	No	
<b>NIVEL 3: Publicidad Digital e Interactiva</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>		
<b>OTRAS</b>		
No	No	
<b>NIVEL 3: Marketing</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>		
<b>OTRAS</b>		
No	No	
<b>NIVEL 3: Relaciones Públicas</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		



CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Con las asignaturas de este módulo, los estudiantes adquirirán las competencias CT4, CT5, CT8, CG6, CG7, CG8, CG11, CG12, CG13, CE14, CE1, CE3, CE4, CE7, CE8 y CE9 del Título, traducidas en los siguientes resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar las técnicas de investigación y procedimientos de trabajo necesarios para transformar las necesidades del cliente en soluciones de comunicación eficientes.</li> <li>• Analizar el fenómeno de la comunicación y de su función en la sociedad contemporánea para conocer el contexto social, cultural, político, económico y empresarial en el que se inserta el trabajo del alumno y adecuar de forma responsable su labor al mismo.</li> <li>• Sintetizar la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.</li> <li>• Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional.</li> <li>• Interpretar y definir acciones y discursos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas para la elaboración de campañas de comunicación.</li> </ul>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p><b>Estrategias de publicidad y relaciones públicas:</b> Conocimientos de estrategias de comunicación. Pensamiento y posicionamiento estratégico. Estudio, elaboración y ejecución de estrategias publicitarias. Aproximación teórica y práctica a la figura del <i>planner</i> publicitario. La estrategia corporativa y la ventaja competitiva como referencia estratégica. La diferenciación y la creación de valor. Diagnóstico y objetivos dentro de las estrategias publicitarias en la era digital. Habilidades comunicativas (negociación, asertividad, comunicación interpersonal, autocontrol).</p> <p><b>Gestión de cuentas:</b> Estudio de la relación del ejecutivo, supervisor o director de cuentas con el cliente y la agencia de publicidad. Análisis de la doble faceta de interlocutor preferente con el cliente y sus sinergias con los distintos departamentos de la agencia publicitaria. Coordinación de trabajo y emprendedurismo. Funciones y habilidades del responsable de cuentas. Manejo de los documentos de trabajo (<i>briefing, status report, competitive review</i>, etc.). Gestión financiera. Gestión de cuentas locales, nacionales e internacionales.</p> <p><b>Publicidad digital e interactiva:</b> Publicidad en internet y en redes sociales. <i>Google adsense y adwords. Advergaming.</i> Nuevas tendencias y perspectivas de la creación de contenidos. Objetivos y problemáticas de las nuevas plataformas. Aplicación de las narrativas interactivas al discurso publicitario. Plan de marketing digital. Optimización de recursos y posicionamiento. Campañas de publicidad digital, su medición y análisis (<i>Affiliate marketing, e-mail marketing, SEM, SEO</i>). Usabilidad (creación de webs encaminadas al cliente).</p> <p><b>Marketing:</b> Fundamentos del marketing y su filosofía y aplicabilidad empresarial y organizacional. Planes y acciones de marketing. Tipologías de consumidores. Técnicas de venta y persuasión. Marketing operativo, directo e interactivo. Concepto de mercado y demanda. La segmentación y su provecho (niveles, criterios, requisitos, definición del público objetivo, estrategias). Modelos de comportamiento del consumidor, condicionantes internos y externos. El proceso de decisión de compra: fases y tipos. El <i>marketing mix</i> (el producto, el precio, la distribución y la comunicación).</p> <p><b>Relaciones Públicas:</b> <i>Community Management.</i> Teorías y tendencias en relaciones públicas. Gestión cultural, patrimonio y medios de comunicación. Asuntos públicos y <i>lobbying</i> y grupos de presión. Medios y esfera pública, Relaciones públicas especializadas. Relaciones públicas internas y cultura organizacional. Gestión de la comunicación en situaciones de crisis. <i>Employeer Branding.</i> Las nuevas tecnologías y medios sociales aplicados a la gestión de los diversos públicos de la empresa.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		



CG 06 - Desarrollar la capacidad analítica para la disección, comprensión y análisis de los diferentes relatos y de formatos textuales en el contexto mediático, cultural y social actual.		
CG 07 - Conocer el mercado audiovisual, las fuerzas que lo conforman y su lógica interna y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes convencionales o de nueva aparición.		
CG 08 - Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.		
CG 11 - Saber valorar la obra audiovisual desde el punto de vista estético para el análisis o la toma de decisiones profesionales.		
CG 12 - Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.		
CG 13 - Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.		
CG 14 - Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
CT 04 - Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.		
CT 05 - Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.		
CT 08 - Trabajar en equipo.		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE 01 - Conocer y entender las estructuras y políticas económicas, psico-sociales, culturales y demográficas de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.		
CE 03 - Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.		
CE 04 - Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.		
CE 07 - Saber crear, establecer y aplicar un plan de comunicación y definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.		
CE 08 - Conocer y entender las principales variables y complejidades que configuran el rol de los diversos agentes del mercado: anunciantes, empresas de publicidad, medios y plataformas de comunicación y públicos.		
CE 09 - Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clases teóricas y clases prácticas	225	100
Seminarios, talleres y exposición de trabajos	75	100
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	450	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Método expositivo/ lección magistral		
Estudio de casos		
Aprendizaje orientado a proyectos		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje autónomo		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Pruebas objetivas	0.0	50.0



Pruebas de respuesta corta	0.0	50.0
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	0.0	50.0
Trabajos y proyectos	0.0	50.0
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	0.0	50.0
<b>NIVEL 2: Formación Complementaria y Talleres</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	48	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
	12	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: Protocolo y Organización de Eventos</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		3
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>



No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: Psicología de la Persuasión y de la Publicidad</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		3
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: Videojuegos</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		3
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No



<b>ITALIANO</b>		<b>OTRAS</b>	
No		No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>			
No existen datos			
<b>NIVEL 3: Documental y otras Formas de no Ficción</b>			
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>			
<b>CARÁCTER</b>		<b>ECTS ASIGNATURA</b>	
Optativa		3	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>			
<b>ECTS Semestral 1</b>		<b>ECTS Semestral 2</b>	
<b>ECTS Semestral 4</b>		<b>ECTS Semestral 5</b>	
		3	
<b>ECTS Semestral 7</b>		<b>ECTS Semestral 8</b>	
<b>ECTS Semestral 10</b>		<b>ECTS Semestral 11</b>	
		<b>ECTS Semestral 12</b>	
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>			
<b>CASTELLANO</b>		<b>CATALÁN</b>	
Sí		Sí	
<b>GALLEGO</b>		<b>VALENCIANO</b>	
No		No	
<b>FRANCÉS</b>		<b>ALEMÁN</b>	
No		No	
<b>ITALIANO</b>		<b>OTRAS</b>	
No		No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>			
No existen datos			
<b>NIVEL 3: Taller de Radio</b>			
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>			
<b>CARÁCTER</b>		<b>ECTS ASIGNATURA</b>	
Optativa		3	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>			
<b>ECTS Semestral 1</b>		<b>ECTS Semestral 2</b>	
<b>ECTS Semestral 4</b>		<b>ECTS Semestral 5</b>	
		3	
<b>ECTS Semestral 7</b>		<b>ECTS Semestral 8</b>	
<b>ECTS Semestral 10</b>		<b>ECTS Semestral 11</b>	
		<b>ECTS Semestral 12</b>	
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>			
<b>CASTELLANO</b>		<b>CATALÁN</b>	
Sí		Sí	
<b>GALLEGO</b>		<b>VALENCIANO</b>	
No		No	
<b>FRANCÉS</b>		<b>ALEMÁN</b>	
No		No	
<b>ITALIANO</b>		<b>OTRAS</b>	



No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: Taller de Televisión</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		3
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: Taller de Guion</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	



LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Ficción Televisiva		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	3	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Músicas y Culturas Audiovisuales Contemporáneas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	3	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		



No existen datos		
<b>NIVEL 3: Comunicación Religiosa</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: Taller de locución</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		



<b>NIVEL 3: Deporte y Medios de Comunicación</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: Publicidad y Marketing Digital</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: Taller de Prensa</b>		



5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Taller de experimentación sonora / Sound Recording & Technology		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Cine de Animación		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		



Con las asignaturas de este módulo, los estudiantes adquirirán las competencias CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CG3, CG6, CG7, CG8, CG9, CG10, CG14, CE2, CE3, CE4, CE6, CE7 y CE9 del Título, traducidas en los siguientes resultados de aprendizaje:

- Demostrar autonomía y rigor en el cumplimiento de plazos y pautas de trabajo.
- Ejecutar los procesos de producción, dirección y postproducción de los diversos productos audiovisuales y/o publicitarios.
- Conocer el funcionamiento y características del mercado audiovisual y publicitario.
- Ejecutar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diferentes productos audiovisuales.
- Sintetizar la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.
- Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional.

### 5.5.1.3 CONTENIDOS

**Taller de Prensa:** Prácticas específicas de redacción y edición en prensa escrita. Creación de contenidos, en diferentes géneros y especializaciones, para periódicos y revistas teniendo en cuenta todos los elementos que configuran la publicación en papel (maquetación, diseño, factores de jerarquización, mensaje visual, etc.). Elaboración de contenidos desde una perspectiva global del producto periodístico impreso.

**Taller de Radio:** Prácticas específicas de redacción y edición en radio. Creación de contenidos, en diferentes géneros, formatos y especializaciones, para radio teniendo en cuenta todos los elementos que configuran el producto radiofónico (parrilla, recursos sonoros, factores de jerarquización, etc.). Creación de programas informativos, de actualidad y entretenimiento para radio. Técnicas de locución y presentación. Desarrollo práctico de formatos propios de radio.

**Taller de Televisión:** Prácticas específicas de redacción y edición en televisión. Creación de contenidos, en diferentes géneros, formatos y especializaciones, para televisión teniendo en cuenta todos los elementos que configuran el producto audiovisual (parrilla, recursos sonoros, imagen, edición, factores de jerarquización, etc.). Creación de programas informativos, de actualidad y entretenimiento para televisión. Técnicas de locución y presentación. Desarrollo práctico de formatos propios de televisión.

**Taller de Locución:** Estudio y práctica de las habilidades que permiten perfeccionar la locución en los medios audiovisuales (televisión y radio) utilizando el lenguaje de manera correcta desde el punto de vista de la gramática, la sintaxis y el vocabulario, así como de la dicción, el tono y la entonación.

**Ficción televisiva:** Modelos dramáticos en la construcción de la ficción televisiva. Estudio de la ficción televisiva desde puntos de vista sociológicos, productivos, narrativos y estéticos. Aproximación histórica a la ficción en televisión: las edades de oro de la televisión. Los géneros del drama en televisión y sus modelos. Las nuevas plataformas de la ficción.: webisodes, videojuegos. El papel de las audiencias y los Production Studies. Análisis de casos específicos.

**Videojuegos:** Introducción a las nuevas formas de ocio interactivo. Historia del videojuego: de los orígenes a la consolidación, crecimiento audiovisual, formal y social. Producción e industria. Teoría del diseño. Videojuego y discurso: serious games, juegos persuasivos. Videojuego y sociedad: comunidades, gamification.

**Documental y otras formas de no ficción:** Historia y dramaturgia del documental. Estética y géneros documentales. Producción de documentales. Las formas documentales clásicas. El cine-verité. Las formas documentales populares. La industria del documental. Fuentes documentales. El punto de vista autoral. Panorama de no-ficción contemporánea.

**Protocolo y organización de eventos:** Protocolos para actos sociales, familiares y empresariales. Técnicas de organización, diseño, programación y gestión de eventos. Habilidades de comunicación. Seguridad y legislación de eventos. Ceremonial religioso y universitario. Taller de grandes eventos. Mercado turístico y de reuniones. Protocolo deportivo. Relaciones internacionales.

**Comunicación Religiosa:** Noticia religiosa, estructura de la información religiosa, procesos de la información religiosa, información general e información religiosa, el lenguaje de la comunicación religiosa, contenido de la comunicación religiosa, protagonistas de la comunicación religiosa, medios y fuentes de la información religiosa, publicidad religiosa.

**Deporte y Medios de Comunicación:** La información deportiva es un área del periodismo que exige cada vez profesionales más preparados. El informador debe poseer, además de las cualidades propias del comunicador del siglo XXI (prensa, radio televisión e internet), los conocimientos propios del deporte que esté tratando. Por este motivo, debe conocer el lenguaje (adaptado a cada soporte), la sociología, el reglamento, la historia, la psicología y demás aspectos que conciernen al deporte.

**Músicas y Culturas Audiovisuales Contemporáneas:** La música dentro de las distintas industrias culturales. Recursos para analizar fenómenos y procesos de comunicación audiovisual. La música la construcción de identidades; análisis del concepto de cultura desde distintos puntos de vista. Observación crítica de la música en contextos comunicativos a nivel nacional y global.

**Taller de Guión:** Aplicación de los conceptos básicos de conflicto, estructura y trama. Construcción de personajes. Seguimiento de la fase de escritura: sinopsis, escaleta, tratamiento y diálogos. Formato de guión. Presentación formal de guiones. Lectura de guiones, visionados y ejercicios prácticos de análisis. Cómo generar ideas. La escritura de la primera versión, revisiones, correcciones y reescrituras. Las particularidades del medio cinematográfico y televisivo. Límites entre la escritura de ficción y no ficción. Evolución del lenguaje documental y análisis de los diferentes estilos. El guion documental. Métodos y herramientas narrativas. Investigación previa a la escritura y producción. Preparación de entrevistas.

**Taller de Experimentación Sonora / Sound Recording & Technology:** Durante el transcurso de este módulo se pretende conocer los procesos y fases de grabación y postproducción de sonido en una producción audiovisual, así como las herramientas específicas para la elaboración de nuevos sonidos. Ejecutar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la materia. Conocer el estado de la tecnología contemporánea y su aplicación en el sector musical, audiovisual y experimental.



**Publicidad y Marketing Digital:** Comercio electrónico. Métricas. Navegación y usabilidad. Posicionamiento. Modelos de negocio online. Mobile advertising. El plan de Marketing Digital.

**Psicología de la Persuasión y de la Publicidad:** Estudio de las estrategias de persuasión. Principios psicológicos de reciprocidad, validación social, consistencia, atracción, agrado, escasez y autoridad. Habilidades y destrezas de la retórica, el razonamiento, la argumentación, la diplomacia y la su-gestión. Teorías psicosociológicas de la seducción a través del pensamiento y el lenguaje. Dimensión psicológica de la publicidad. Estudio de la percepción de las audiencias.

**Cine de animación:** Estudio y evolución histórica del cine de animación. Principales autores y tendencias. Panorama del cine de animación contemporáneo.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

Los alumnos cursaran 18 ECTS de los 48 ECTS ofertados.

La distribución temporal de todas las asignaturas optativas será en el sexto u octavo semestre.

La dedicación en horas a las actividades formativas está calculada en base a los 18 ECTS que tiene que cursar el alumno.

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG 03 - Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas (por ejemplo: foros, blogs, redes sociales, microblogging) en el entorno de la cultura digital.

CG 06 - Desarrollar la capacidad analítica para la disección, comprensión y análisis de los diferentes relatos y de formatos textuales en el contexto mediático, cultural y social actual.

CG 07 - Conocer el mercado audiovisual, las fuerzas que lo conforman y su lógica interna y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes convencionales o de nueva aparición.

CG 08 - Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.

CG 09 - Conocer y utilizar los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales para los diferentes soportes y plataformas.

CG 10 - Saber gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales o los nuevos formatos resultado de la convergencia digital.

CG 14 - Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT 02 - Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador

CT 03 - Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional.

CT 06 - Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.

CT 04 - Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.

CT 05 - Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.

CT 07 - Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .

CT 08 - Trabajar en equipo.

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE 02 - Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.

CE 03 - Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.

CE 04 - Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.

CE 06 - Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria.



CE 07 - Saber crear, establecer y aplicar un plan de comunicación y definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.		
CE 09 - Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clases teóricas y clases prácticas	135	100
Seminarios, talleres y exposición de trabajos	45	100
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	270	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Método expositivo/ lección magistral		
Estudio de casos		
Resolución de ejercicios y problemas		
Aprendizaje basado en problemas		
Aprendizaje orientado a proyectos		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje autónomo		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Pruebas de respuesta corta	0.0	50.0
Trabajos y proyectos	0.0	50.0
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	0.0	50.0
Escala de actitudes	0.0	50.0
Carpeta de aprendizaje (portafolio)	0.0	50.0
<b>NIVEL 2: Prácticum</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Prácticas Externas	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
12		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	



No	No	
<b>NIVEL 3: Prácticum</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Prácticas Externas	12	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
12		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>Lenguas en las que se imparte</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Con las asignaturas de este módulo, los estudiantes adquirirán las competencias CT1, CT2, CT3, CT5, CT6, CT7, CT8, CT11, CT12, CG3, CG10, CG11, CG14, CE2, CE3, CE4, CE5, CE8 y CE9 del Título, traducidas en los siguientes resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecutar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diferentes productos audiovisuales.</li> <li>• Sintetizar la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.</li> <li>• Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional.</li> <li>• Interpretar y definir acciones y discursos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas para la elaboración de campañas de comunicación.</li> </ul>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p><b>Prácticum:</b> Durante su estancia en la empresa o entidad colaboradora, el alumno se dedicará a desarrollar tareas prácticas que permitan incrementar su formación, aplicando las destrezas teóricas aprendidas en el CESAG. Para ello, el estudiante deberá asumir las tareas propias del puesto pactado con la empresa o entidad colaboradora favoreciendo la adquisición de competencias que les preparen para el ejercicio de actividades profesionales, faciliten su empleabilidad y fomenten su capacidad de emprendimiento.</p> <p>Las tareas que realice el alumno deberán centrarse en las propias que desarrolle la entidad colaboradora y que se centrarán en cuestiones que tendrán que ver con la redacción, edición, producción y locución de productos publicitarios, ya sean impresos, digitales o audiovisuales, así como a todas aquellas actividades que tengan que ver con el ámbito comunicacional desde la publicidad, el marketing y las relaciones públicas.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<p>Los requisitos para realizar este módulo quedan reflejados en la normativa vigente del Proyecto formativo de prácticas curriculares y extracurriculares del CESAG.</p>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG 03 - Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas (por ejemplo: foros, blogs, redes sociales, microblogging) en el entorno de la cultura digital.		
CG 10 - Saber gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales o los nuevos formatos resultado de la convergencia digital.		
CG 14 - Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		



CT 01 - Ser capaz de comprender y producir una amplia variedad de textos así como expresarse de forma oral y escrita con fluidez y corrección en las lenguas oficiales y, al menos, en una lengua extranjera.		
CT 02 - Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador		
CT 03 - Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional.		
CT 06 - Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.		
CT 05 - Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.		
CT 07 - Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .		
CT 08 - Trabajar en equipo.		
CT 11 - Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.		
CT 12 - Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE 02 - Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.		
CE 03 - Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.		
CE 04 - Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.		
CE 05 - Conocer e interpretar el entorno empresarial e institucional y adaptarse a los objetivos organizacionales, sin perder la autonomía, identidad y valores, haciéndolos compatibles y sinérgicos con los propios.		
CE 06 - Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria.		
CE 08 - Conocer y entender las principales variables y complejidades que configuran el rol de los diversos agentes del mercado: anunciantes, empresas de publicidad, medios y plataformas de comunicación y públicos.		
CE 09 - Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Seminarios, talleres y exposición de trabajos	15	100
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	285	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Aprendizaje orientado a proyectos		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje autónomo		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Trabajos y proyectos	0.0	50.0
Informes/ memorias de prácticas	0.0	50.0
Sistemas de autoevaluación (oral, escrita, individual, en grupo)	0.0	50.0
Carpeta de aprendizaje (portafolio)	0.0	50.0
<b>NIVEL 2: Trabajo de Fin de Grado</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Trabajo Fin de Grado / Máster	



<b>ECTS NIVEL 2</b>		6
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: Trabajo de Fin de Grado</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Trabajo Fin de Grado / Máster	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Con las asignaturas de este módulo, los estudiantes adquirirán las competencias CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9, CT10, CG1,G2, CG3, CG4, CG5, CG6, CG7, CG8, CG9, CG10, CG11, CG12, CG13, CG14, CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE7, CE8 y CE9 del Título, traducidas en los siguientes resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar con iniciativa y originalidad un trabajo de investigación.</li> <li>• Utilizar los medios y herramientas de búsqueda apropiados</li> <li>• Demostrar autonomía y rigor en el cumplimiento de plazos y pautas de trabajo.</li> </ul>		



- Expresarse correctamente de forma oral y escrita.
- Conocer y analizar las estructuras y las políticas públicas de la comunicación audiovisual y los diversos factores socioculturales que intervienen en su recepción y consumo.
- Valorar la obra audiovisual desde un punto de vista estético.
- Ejecutar los procesos de producción, dirección y postproducción de los diversos productos audiovisuales y/o publicitarios.
- Conocer el funcionamiento y características del mercado audiovisual y publicitario.
- Reflexionar críticamente sobre la influencia de los medios de comunicación audiovisual en la sociedad y la educación y sobre las potencialidades de las TIC en dichos ámbitos.

### 5.5.1.3 CONTENIDOS

**Trabajo de Fin de Grado:** Trabajo final tutorizado por un profesor orientado a la evaluación integrada de las competencias específicas y transversales vinculadas al título y que consiste básicamente en la aplicación a un caso práctico de los conocimientos, habilidades y actitudes adquiridos a lo largo de la titulación. Aplicación de las metodologías del trabajo académico para el estudio y análisis de temáticas de los grados.

### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

Los requisitos para realizar este módulo quedan reflejados en la normativa vigente del Trabajo de Fin de Grado del CESAG.

#### Sistemas de evaluación

El trabajo será evaluado por el tutor que lo ha dirigido y por una comisión evaluadora integrada por dos miembros. El tutor del trabajo no formará parte del tribunal de evaluación pero puede estar presente en la defensa oral.

Habrán tres momentos de evaluación:

- 1.- El tutor asignado hará un seguimiento continuo de cada trabajo a lo largo de todo el semestre. Durante este periodo, el estudiante tendrá que presentar las evidencias del progreso en la realización del TFG que su tutor le requiera. Considerando el trabajo realizado, los seminarios y las tutorías, el progreso del estudiante, etc., el tutor asignará una nota sobre el desarrollo del proceso.
- 2.- Trabajo escrito. Habrá diferentes modalidades de trabajo escrito que se explicitarán en las guías docentes de la asignatura para cada Titulación.
- 3.- Presentación oral ante una comisión evaluadora, constituida por dos profesores de la Titulación.

### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

#### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG 01 - Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de forma oral y escrita y saber sacar partido de los recursos lingüísticos y literarios más apropiados para cada medio de comunicación y cada tipo de público de acuerdo con un nivel equivalente a C1 correspondiente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en relación a las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma para el ámbito específico de los estudios de comunicación.

CG 02 - Expresarse de forma básica, oral y escrita, en una lengua extranjera de acuerdo con un nivel equivalente a B2 correspondiente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en relación una lengua extranjera para el ámbito específico de los estudios de comunicación

CG 03 - Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas (por ejemplo: foros, blogs, redes sociales, microblogging) en el entorno de la cultura digital.

CG 04 - Conocer el estado del mundo y de la comunicación, así como de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos y religiosos) para su aplicación en la actividad profesional.

CG 05 - Conocer las estructuras y políticas de la comunicación a nivel local, nacional e internacional para la actividad profesional.

CG 06 - Desarrollar la capacidad analítica para la disección, comprensión y análisis de los diferentes relatos y de formatos textuales en el contexto mediático, cultural y social actual.

CG 07 - Conocer el mercado audiovisual, las fuerzas que lo conforman y su lógica interna y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes convencionales o de nueva aparición.

CG 08 - Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.

CG 09 - Conocer y utilizar los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales para los diferentes soportes y plataformas.

CG 10 - Saber gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales o los nuevos formatos resultado de la convergencia digital.

CG 11 - Saber valorar la obra audiovisual desde el punto de vista estético para el análisis o la toma de decisiones profesionales.

CG 12 - Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.

CG 13 - Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.



CG 14 - Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
CT 01 - Ser capaz de comprender y producir una amplia variedad de textos así como expresarse de forma oral y escrita con fluidez y corrección en las lenguas oficiales y, al menos, en una lengua extranjera.		
CT 02 - Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador		
CT 03 - Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional.		
CT 06 - Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.		
CT 04 - Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.		
CT 05 - Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.		
CT 07 - Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .		
CT 08 - Trabajar en equipo.		
CT 09 - Saber buscar las claves interpretativas de cualquier fenómeno natural, social, económico, histórico y político.		
CT 10 - Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad.		
CT 11 - Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.		
CT 12 - Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE 01 - Conocer y entender las estructuras y políticas económicas, psico-sociales, culturales y demográficas de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.		
CE 02 - Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.		
CE 03 - Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.		
CE 04 - Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.		
CE 05 - Conocer e interpretar el entorno empresarial e institucional y adaptarse a los objetivos organizacionales, sin perder la autonomía, identidad y valores, haciéndolos compatibles y sinérgicos con los propios.		
CE 06 - Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria.		
CE 07 - Saber crear, establecer y aplicar un plan de comunicación y definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.		
CE 08 - Conocer y entender las principales variables y complejidades que configuran el rol de los diversos agentes del mercado: anunciantes, empresas de publicidad, medios y plataformas de comunicación y públicos.		
CE 09 - Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Seminarios, talleres y exposición de trabajos	15	100
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	135	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Aprendizaje orientado a proyectos		
Aprendizaje autónomo		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		



SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
TFG. Evaluación continua actividades formativas	0.0	35.0
TFG. Trabajo escrito	0.0	30.0
TFG: Exposición y defensa pública	0.0	35.0



## 6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Pontificia Comillas	Profesor Titular	100	73	0
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

## 7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

## 8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
70	15	70
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>La Comisión de seguimiento del Plan de estudios del Centro define, dirige y supervisa la realización del procedimiento del CESAG para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes del CESAG.</p> <p>El Responsable de Calidad del Título ¿tal y como se describe en los procedimientos. Procedimiento de recogida y medición de resultados. Procedimiento de análisis y mejora de resultados. Procedimiento de garantía de calidad y revisión del título¿, recoge toda la información necesaria para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes del título y la lleva a la Comisión de Garantía de Calidad del Título. La Comisión de Garantía de Calidad del Título la analiza y, a partir de la detección de puntos débiles, realiza propuestas de mejora con el objetivo de garantizar, en todo momento, la calidad del título. La memoria anual de seguimiento, evaluación y mejora recoge y valora esta información a la vez que da cuenta de los esfuerzos y de los resultados conseguidos en pro de la calidad del título.</p> <p>La Comisión de seguimiento del Plan de estudios rinde cuentas a los órganos competentes (Equipo Directivo, Junta de Centro, Comisión de seguimiento del Plan de estudios del CESAG y al Comité de Calidad de la Universidad Pontificia Comillas y a todos los grupos de interés internos y externos. Las memorias y los resultados de progreso y aprendizaje de los alumnos son públicas.</p> <p>Para más información relativa a estos mecanismos, ver el capítulo 9 de este plan de estudios.</p>		
<p><b>8.2.2. Fuentes de información</b></p> <p>La valoración del progreso y resultados de aprendizaje se realizará a partir de la recogida y análisis de los datos que suministran, entre otras, las siguientes fuentes de información:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El sistema de evaluación de las asignaturas contemplado en el plan de estudios, centrado en comprobar el desempeño por los estudiantes de las competencias previstas, incluyendo la realización y exposición de trabajos.</li> <li>- El sistema de evaluación de las prácticas externas.</li> <li>- El trabajo fin de grado, a través del cual los estudiantes deberán demostrar la adquisición de competencias asociadas al título.</li> <li>- Los resultados de los programas de movilidad</li> <li>- Sistema de Indicadores</li> </ul>		
<p><b>8.2.2.1. Sistema de Indicadores para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los alumnos</b></p> <p>La Unidad de Calidad y prospectiva con la finalidad de facilitar la valoración del progreso y los resultados de los aprendizajes elabora y distribuye a los responsables académicos en la toma de decisiones, una serie de indicadores. Éstos se presentan a distintos niveles: nivel de asignatura, de título, de centro y globales de la Universidad.</p>		



Independientemente de la metodología de evaluación establecida en cada plan de estudios, los siguientes indicadores se elaboran con los resultados de las evaluaciones que se registran de forma oficial en las actas.

El rendimiento y progreso de los alumnos se valorarán a partir de seis grupos de indicadores y documentación complementaria:

1. Tasa de rendimiento de cada asignatura del título
2. Tasa de rendimiento del título
3. Tasa de rendimiento del centro (siempre que tenga más de un estudio)
4. Tasa de rendimiento de la Universidad
5. Indicadores de cumplimiento de las expectativas del título
6. Indicadores para valorar el progreso de los estudiantes del título
7. Tasa de eficiencia de los graduados del título
8. Documentación e indicadores complementarios

**8.2.2.1.1. Tasas de rendimiento de cada asignatura del título**

El Servicio de Tecnologías de la Información y Comunicación (STIC) elabora para cada curso académico y para cada una de las asignaturas que componen el presente plan de estudios, los siguientes indicadores:

1. Número de alumnos por vía de acceso matriculados en la asignatura: se considerarán las vías de acceso siguientes:

Formación profesional

Mayores de 25 años

Pruebas de acceso a la Universidad

Sin pruebas de acceso a la Universidad (Bachillerato)

Título de grado

Otras vías de acceso

2. Número de créditos matriculados en la asignatura, por cada vía de acceso
3. Número de créditos presentados a evaluación de la asignatura, por vía de acceso
4. Número de créditos superados de la asignatura, por vía de acceso
5. Número de alumnos que en el año académico de referencia no han superado ninguna asignatura
6. Tasa de rendimiento de la asignatura
7. Tasa de éxito de la asignatura
8. Tasa de créditos presentados
9. Tasa de fracaso de la asignatura
10. Tasa de eficiencia de la asignatura

**8.2.2.1.2. Tasas de rendimiento del título**

El Servicio de Tecnologías de la Información y Comunicación (STIC) elabora para cada curso académico y para cada título los siguientes indicadores:

1. Créditos matriculados por cada vía de acceso
2. Créditos presentados por cada vía de acceso
3. Créditos superados por cada vía de acceso



4. Media de créditos matriculados por cada vía de acceso
5. Media de créditos presentados por cada vía de acceso
6. Media de créditos superados por cada vía de acceso
7. Tasa de rendimiento del título
8. Tasa de éxito del título
9. Tasa de créditos presentados
10. Tasa de fracaso del título
11. Tasa de eficiencia del título

**8.2.2.1.3. Tasas de rendimiento de centros con más de un título**

Para la elaboración de estos indicadores se utilizarán los mismos datos que en el apartado anterior, teniendo en cuenta las titulaciones de grado que se imparten en el Centro.

**8.2.2.1.4. Tasas de rendimiento globales de la Universidad**

Para la elaboración de estos indicadores se utilizarán los mismos datos que en el apartado anterior, teniendo en cuenta la totalidad de títulos de grado que se imparten en la Universidad Pontificia Comillas.

**8.2.2.1.5. Indicadores de cumplimiento de las expectativas del título**

Refleja hasta qué grado se cumplen las expectativas de los alumnos (número de créditos matriculados) respecto de los logros conseguidos (número de créditos superados).

Para una titulación de grado y año académico:

1. Número de alumnos por vía de acceso matriculados en la asignatura: se considerarán las vías de acceso siguientes:

Formación profesional

Mayores de 25 años

Pruebas de acceso a la Universidad

Sin pruebas de acceso a la Universidad (Bachillerato)

Título de grado

Otras vías de acceso

2. Número de alumnos que no superan crédito alguno en el año académico
3. Número de alumnos que superan entre el 1% y el 20% de los créditos matriculados en el año académico
4. Número de alumnos que superan entre el 21% y el 40% de los créditos matriculados en el año académico
5. Número de alumnos que superan entre el 41% y el 60% de los créditos matriculados en el año académico
6. Número de alumnos que superan entre el 61% y el 80% de los créditos matriculados en el año académico
7. Número de alumnos que superan entre el 81% y el 100% de los créditos matriculados en el año académico

**8.2.2.1.6. Indicadores para valorar el progreso de los estudiantes del título**

1. Número de alumnos por vía de acceso: se considerarán las vías de acceso siguientes:

Formación profesional

Mayores de 25 años



Pruebas de acceso a la Universidad

Sin pruebas de acceso a la Universidad (Bachillerato)

Título de grado

Otras vías de acceso

2. Convocatoria

3. Número de alumnos que no superan crédito alguno

4. Número de alumnos que superan entre el 1% y el 20% de los 60 créditos anuales de la titulación de grado

5. Número de alumnos que superan entre el 21% y el 40% de los 60 créditos anuales de la titulación de grado

6. Número de alumnos que superan entre el 41% y el 60% de los 60 créditos anuales de la titulación de grado

7. Número de alumnos que superan entre el 61% y el 80% de los 60 créditos anuales de la titulación de grado

8. Número de alumnos que superan entre el 81% y el 100% de los 60 créditos anuales de la titulación de grado

#### 8.2.2.1.7. Tasa de eficiencia de los graduados del título

Relación porcentual entre el número total de créditos del plan de estudios al que habrían tenido que matricularse a lo largo de sus estudios el conjunto de graduados en un año académico determinado y el número de créditos a los que realmente se han matriculado.

#### 8.2.2.1.8. Documentación e indicadores complementarios

Aparte de los indicadores relacionados, se tendrá en cuenta otro tipo de información relativa a inserción laboral, evaluación de tutorías de matrícula, efectividad de acciones de acogida, resultados de programas de movilidad, etc.

## 9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	<a href="https://www.comillas.edu/es/unidad-de-calidad-y-prospectiva/sistema-de-gestion-de-calidad-audit">https://www.comillas.edu/es/unidad-de-calidad-y-prospectiva/sistema-de-gestion-de-calidad-audit</a>
--------	---

## 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2014
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas no extingue ningún título.	
10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

## 11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
01925959P	Julia María	Violero	Álvarez
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Alberto Aguilera 23	28015	Madrid	Madrid
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
rector@comillas.edu	630453260	915413596	Directora titular CESAG
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
13116132Z	ENRIQUE	SANZ	GIMENEZ-RICO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Alberto Aguilera 23	28015	Madrid	Madrid
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO



rector@comillas.edu	630453260	915413596	Rector
<b>11.3 SOLICITANTE</b>			
El responsable del título no es el solicitante			
<b>NIF</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PRIMER APELLIDO</b>	<b>SEGUNDO APELLIDO</b>
13116132Z	ENRIQUE	SANZ	GIMENEZ-RICO
<b>DOMICILIO</b>	<b>CÓDIGO POSTAL</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>MUNICIPIO</b>
C/ Alberto Aguilera 23	28015	Madrid	Madrid
<b>EMAIL</b>	<b>MÓVIL</b>	<b>FAX</b>	<b>CARGO</b>
juanp@comillas.edu	630453260	915413596	Rector



## Apartado 2: Anexo 1

Nombre : 2.1 Alegaciones.pdf

HASH SHA1 : F799C86681E0BAAA632917611207BF7D7D03417A

Código CSV : 446371143491554394906170

Ver Fichero: 2.1 Alegaciones.pdf



#### **Apartado 4: Anexo 1**

**Nombre :** 4.1 Sistemas de Información Previa.pdf

**HASH SHA1 :** 145563F6523E401E1903CDE4E3AF2A43E3D2DB0B

**Código CSV :** 215786946505494652026679

**Ver Fichero:** 4.1 Sistemas de Información Previa.pdf



## Apartado 5: Anexo 1

Nombre : 5.1 Planificación Enseñanzas.pdf

HASH SHA1 : 387084F20593D4C8A5D436E98D214E08AC972CA1

Código CSV : 449510608296114987330662

Ver Fichero: 5.1 Planificación Enseñanzas.pdf



## **Apartado 6: Anexo 1**

**Nombre :** 6.1 Personal académico.pdf

**HASH SHA1 :** A11264FE1B164DD2BF2773875307FF5C10FFB1B5

**Código CSV :** 135662493355893996725167

**Ver Fichero:** 6.1 Personal académico.pdf



## **Apartado 6: Anexo 2**

**Nombre :** 6.2 Otros Recursos Humanos.pdf

**HASH SHA1 :** DC8A98C2CB77BB707F313A909D78AE5C80B6864E

**Código CSV :** 127368909066248806404520

**Ver Fichero:** 6.2 Otros Recursos Humanos.pdf



## Apartado 7: Anexo 1

Nombre : 7.1 Recursos Materiales y Servicios.pdf

HASH SHA1 : D2087E907F21890F3DB285F9C2C3F89D4B122DA0

Código CSV : 125914329989678432169479

Ver Fichero: 7.1 Recursos Materiales y Servicios.pdf



## Apartado 8: Anexo 1

Nombre : 8.1 Estimación valores cuantitativos\_modificado.pdf

HASH SHA1 : 074BB21B56634A7E7B6008D31F05DEB2E98BF3E1

Código CSV : 215786963071467262937618

Ver Fichero: 8.1 Estimación valores cuantitativos\_modificado.pdf



## Apartado 10: Anexo 1

Nombre : 10.1 Cronograma de implantación.pdf

HASH SHA1 : 550B1B343FD8455AD799204027CAC836C6372FF5

Código CSV : 125914725230074544791035

Ver Fichero: 10.1 Cronograma de implantación.pdf



