



UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN ANTONIO DE MURCIA

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Murcia a 31 de marzo de 2010

ÍNDICE

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO	7
2. JUSTIFICACIÓN	13
2.1. Justificación del título propuesto	14
2.2. Normas reguladoras del ejercicio profesional	19
2.3. Referentes externos.....	19
2.4. Descripción de los procedimientos de consulta utilizados para la elaboración del plan de estudios	25
3. OBJETIVOS.....	29
3.1. Objetivos.....	30
3.2. Competencias.....	32
4. ACCESO Y ADMISIÓN	41
4.1. Sistemas de información previa.....	42
4.2. Criterios	44
4.3. Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados.....	45
4.4. Transferencia y reconocimiento de créditos	48
5. PLANIFICACIÓN DE LA ENSEÑANZA	51
5.1. Distribución del plan de estudios en créditos	52
5.2. Explicación general de la planificación del plan de estudios	52
5.3. Planificación y gestión de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida	62
5.4. Descripción de los módulos o materias	70
5.10.1. Educación integral	71
5.10.2. Medios publicitarios	85
5.10.3. Tecnología de la comunicación	104
5.10.4. Legislación y empresa publicitaria	122
5.10.5. Lenguaje y expresividad.....	139
5.10.6. Audiovisual aplicado a la publicidad.....	157
5.10.7. Teoría y técnica de la comunicación persuasiva.....	177

5.10.8. Teoría y técnica de las relaciones públicas.....	196
5.10.9. Creatividad e innovación en comunicación.....	214
5.10.10. Interacción del entorno sociocultural.....	233
5.10.11. Producto publicitario	252
5.10.12. Trabajo fin de grado.....	269
5.10.13. Optatividad y Libre elección	274
5.10.14. Practicum	278
6. PERSONAL ACADÉMICO	283
6.1. Mecanismos de que se dispone para asegurar que la contratación del profesorado se realizará atendiendo a los criterios de igualdad entre hombres y mujeres y de no discriminación de personas con discapacidad.....	284
6.2. Profesorado y otros recursos humanos necesarios y disponibles para llevar a cabo el plan de estudios propuesto.....	285
7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS	331
7.1. Disponibilidad y adecuación de recursos materiales y servicios. Justificación	298
7.2. Previsión	306
8. RESULTADOS PREVISTOS.....	313
8.1. Valores cuantitativos estimados para los siguientes indicadores y su justificación	314
8.2. Introducción de nuevos indicadores	314
8.3. Progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes.....	315
9. GARANTÍA DE CALIDAD.....	319
10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN.....	321
10.1. Cronograma de implantación de la titulación.....	322
10.2. Curso de implantación	322
10.3. Procedimiento de adaptación en su caso de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo Plan de Estudios	323
10.4. Enseñanzas que se extinguen por la implantación del título propuesto.....	326

11. RECUSACIONES	327
12. Anexos	329
12.1. Normas de permanencia	330
12.2. Guía del alumno Campus Virtual	333

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

Representante Legal de la universidad

1º Apellido: Mendoza

2º Apellido: Pérez

Nombre: José Luis

NIF: 22894000F

Cargo que ocupa: Presidente

Responsable del título

1º Apellido: Blesa

2º Apellido: Aledo

Nombre: Pablo Salvador

NIF: 52808342C

Universidad Solicitante

Nombre de la Universidad: Universidad Católica de San Antonio

CIF: G30626303

Centro, Departamento o Instituto responsable del título: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Dirección a efectos de notificación

Correo electrónico: presidencia@ucam.edu

Dirección postal: Campus Los Jerónimos, s/n

Código postal: 30107

Población: Murcia

Provincia: Murcia

CC.AA.: REGIÓN DE MURCIA

FAX: 968278715

Teléfono: 968279803

Descripción del título

Denominación: Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Ciclo: Grado

Centro/s donde se imparte el título: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Título Conjunto

Universidad(es) participante (s)

Convenio (ver Anexo)

Tipo de enseñanza

Presencial/Semipresencial

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas:

a) En la modalidad presencial

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el primer año de implantación: 60

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el segundo año de implantación: 60

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el tercer año de implantación: 60

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el cuarto año de implantación: 60

b) En la modalidad semipresencial

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el primer año de implantación:

1º de Grado: 60

2º de Grado: 60

3º de Grado: 60

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el segundo año de implantación:

4º de Grado: 60

Número de ECTS del título: 240

Número Mínimo de ECTS de matrícula por el estudiante y período lectivo: 60*

Los alumnos que inician sus estudios de título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en la modalidad presencial, realizarán la matrícula de primer curso completo (60 ECTS), excepto en aquellos casos debidamente justificados (motivos laborales, personales, familiares...) que podrán matricularse de un mínimo de 30 ECTS, permitiendo de esta manera poder estudiar a tiempo parcial.

Para el resto de cursos académicos no se establece un número mínimo de créditos en la matrícula de los estudiantes y por tanto podrán configurar libremente su currículum matriculándose en el número de créditos que estimen conveniente. Sin embargo, se recomiendan planificaciones curriculares de 60 ECTS, ya que en ellas se estima la carga de trabajo que un estudiante puede desarrollar en un curso académico (RD. 1393/2007).

A partir de primer curso, el alumno configurará libremente su currículum matriculándose en el número de créditos que estime conveniente.

* El Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en su modalidad semipresencial está diseñado para un estudiante que plantea unas necesidades muy particulares y heterogéneas motivadas por su vida laboral, familiar, etc. Por lo tanto, el estudiante en primer curso podrá matricularse como mínimo de 30 créditos ECTS, permitiendo de esta manera poder estudiar a tiempo parcial

Normas de permanencia (archivo pdf): ver Anexo.

La Universidad Católica San Antonio de Murcia no ha determinado modificación alguna respecto a la normativa que se aplica en la modalidad de enseñanza presencial actualmente implantada, con informe positivo de ANECA, y que por lo tanto será también de aplicación a la modalidad semipresencial.

Naturaleza de la institución que concede el título: Privada o de la Iglesia

Naturaleza del centro Universitario en el que el titulado ha finalizado sus estudios:
Propio

Profesiones para las que capacita una vez obtenido el título

Consultor estratégico en publicidad y relaciones públicas

Creativo y diseñador publicitario

Director de comunicación

Gestor de comunicación corporativa

Investigador, planificador y comprador de medios

Lenguas utilizadas a lo largo del proceso formativo

Castellano

Resto de información necesaria para la expedición del Suplemento Europeo al Título, de acuerdo con la normativa vigente

La expedición del SET se realizará, previa solicitud del alumno, en dos idiomas: castellano e inglés, en donde se recoge la siguiente información:

- Datos personales del egresado.
- Información genérica del título así como los idiomas en que se ha impartido.
- Requisitos de acceso, duración del programa académico y nivel del título.
- Modalidad de estudio, exigencias requeridas para la superación del programa formativo, materias objeto de superación por parte del alumno y sus calificaciones, así como valoración global del expediente.
- Informaciones adicionales, antifirmas y firmas de las autoridades pertinentes.

El SET se expide de conformidad con la legislación vigente establecida al efecto, en papel DIN-A 3 y con las medidas de seguridad que eviten su posterior manipulación fraudulenta.

2. JUSTIFICACIÓN

Justificación del título propuesto

Interés académico, científico o profesional del mismo

El Grado de Publicidad y Relaciones Públicas se implanta en la UCAM con la finalidad de contribuir a la formación de profesionales de la comunicación persuasiva, comercial y no comercial, en todas sus facetas y derivaciones: creatividad publicitaria, consultoría de imagen, promoción de ventas, planificación e investigación de medios, relaciones institucionales, gestión comunicativa de clientes, entre otras.

La adaptación al nuevo Espacio Europeo de Educación Superior se realiza desde la experiencia adquirida a lo largo de los últimos diez años, desde que en 1997 comenzó a impartirse la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas.

La denominación del nuevo Grado –Publicidad y Relaciones Públicas– es la que la propia Conferencia de Decanos de Comunicación ha sugerido reiteradamente mantener de cara a la elaboración de los nuevos Planes de Estudios insertados en el proceso de reforma universitaria exigido por Bolonia. La UCAM, fiel a esta sugerencia, considera también conveniente continuar ofreciendo una formación específica en este ámbito después de las muy satisfactorias experiencias acumuladas durante la última década.

La incorporación de nuevos soportes publicitarios amparados por el desarrollo de las tecnologías interactivas de comunicación, el nacimiento de nuevas fórmulas de comunicación persuasiva en medios no convencionales (*place marketing*, técnicas virales, *street marketing*, eventos...), el trasvase de las audiencias millonarias de los medios masivos hacia las inéditas pantallas de comunicación personalizadas, así como las recientes necesidades de las organizaciones en la gestión de las comunicaciones y relaciones con todos sus públicos, son factores que han incidido profundamente no sólo en los procesos de producción y distribución de los contenidos de los medios de comunicación, sino en la concepción y el ejercicio mismo de las relaciones públicas y de la publicidad.

Para diseñar, planificar e insertar las creaciones publicitarias que se difunden en la Región de Murcia, los profesionales de más de 20 agencias trabajan pensando en tres diarios de ámbito regional, una cabecera nacional con delegación en la capital, cuatro diarios gratuitos, una veintena de publicaciones periódicas, así como numerosas revistas sectoriales y medios de comunicación digitales. La publicidad audiovisual se dirige a 32 televisiones locales, una televisión autonómica y cuatro regionales. En lo que respecta al medio radiofónico, Murcia cuenta con delegaciones regionales de las principales emisoras nacionales así como una amplia red de emisoras municipales, a las que en breve se sumarán 51 nuevas emisoras de FM. Todo ello sin contar las plataformas de publicidad exterior ni la creación de nuevos medios de comunicación (periódicos,

revistas, radios, productoras, televisiones, portales de Internet, agencias de noticias y empresas publicitarias) a la que hemos asistido en la última década.

A esto hay que añadir el creciente desarrollo de agencias y gabinetes de comunicación de empresas e instituciones, que han absorbido durante los últimos años un número cada vez más importante de especialistas. Lo que en un comienzo empezó por implantarse tan sólo en las grandes corporaciones ha pasado a ser una práctica cada vez más generalizada, afectando a asociaciones de todo tipo y pequeñas medianas empresas.

En este sentido, es preciso recordar un aspecto relevante y mencionado de forma reiterada en los últimos años por los profesionales del sector: muchos estudiantes no podrán ejercer su actividad en las agencias debido a la saturación del mercado de la oferta. Ante este reto, el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la UCAM ha manifestado desde sus inicios una preocupación expresa en mostrar a sus alumnos que este sector no está conformado exclusivamente por las agencias de publicidad, existiendo todo un segmento de especialización y ejercicio profesional centrado en la comunicación empresarial, institucional y publirrelacionista. Estas posibilidades laborales se expresan de forma más específica en aquellas asignaturas del Plan de Estudios centradas en la práctica de la gestión estratégica de la comunicación de las organizaciones e instituciones, orientadas a la construcción, administración y mantenimiento de una imagen positiva en sus públicos objetivos. En suma, y parafraseando a Joan Sabaté, no nos olvidamos de que nuestro Grado es de Publicidad y Relaciones Públicas, y esta otra rama de especialización tiene su peso específico en el sector y en el mercado de trabajo (Cfr. “Formación y desinformación”, Anuncios, número 1171, Nov-Dic 2006, p. 8).

Por otro parte, la complejidad de la sociedad actual y de la propia actividad comunicativa exigen la formación de profesionales de la Publicidad y de las Relaciones Públicas no sólo eficaces en la ejecución técnica de las tareas específicas de la profesión, sino también caracterizados por un elevado sentido de responsabilidad ética y deontológica. Ésta es la que les permitirá trabajar teniendo en cuenta siempre el servicio que el público merece, de modo que no se menoscabe ni la verdad ni el bien común.

La UCAM es la única Universidad en la Región de Murcia que ha venido impartiendo de forma completa la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas y lo ha hecho de forma ininterrumpida desde 1997. En 2004 se unió a esta oferta la que realizó la Universidad de Murcia pero tan sólo con el segundo ciclo y dependiente de la Facultad de Documentación y Comunicación.

No es extraño por ello que el grado de inserción laboral de los egresados en esta titulación por la UCAM haya sido notablemente alto (superior al 85%), desde la primera promoción (1997-2001), dado que, por una parte, es la única titulación completa de la

Región y que, por otro, el sector profesional se ha mantenido en constante crecimiento durante esta década.

Las perspectivas de futuro son también esperanzadoras: la adjudicación de nuevas frecuencias radiofónicas, la creación de la ciudad de los contenidos digitales, la creciente proliferación de gabinetes de prensa y las constantes iniciativas en torno al ámbito multimediático ofrecen nuevas posibilidades laborales para los futuros egresados.

No obstante, la UCAM entiende, siguiendo el espíritu de Bolonia, que la formación de los futuros egresados debe reorientarse hacia nuevas exigencias siguiendo tres líneas fundamentales de actuación: en primer lugar, incidiendo en la capacitación y evaluación de competencias que permitan que el egresado adquiera conocimientos prácticos, desarrolle habilidades y sea capaz de enfrentarse al mercado laboral desde el saber hacer y no sólo desde los conocimientos teóricos. En segundo lugar, dicha formación ha de tener como protagonista el trabajo del estudiante, ayudarle a cooperar en equipo, adecuarse a las nuevas necesidades y cambios y dotarle de la capacidad de iniciativa que requiere cualquier ejercicio profesional. Finalmente, y en tercer lugar, parece conveniente tener muy en cuenta las demandas de los sectores profesionales implicados, que reiteradamente procuran profesionales versátiles, capaces de adaptarse con rapidez a diferentes medios y funciones laborales.

La presencia de los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas en las Universidades europeas en una realidad indiscutible desde hace décadas. Estos estudios han ido desarrollándose de forma paulatina y en constante crecimiento en los diferentes países de nuestro entorno, aunque con notables variaciones en su nomenclatura dependiendo del país que se analice (Cfr. Libro Blanco Títulos de Grado en Ciencias de la Comunicación, pp. 36-98).

España es una de las naciones con mayor tradición al respecto puesto que ya en el año 1971 fueron creadas las Facultades de Ciencias de la Información. La naturaleza y creciente complejidad técnica, social, económica y cultural del fenómeno de la Publicidad y de las Relaciones Públicas ha urgido a mantener estos estudios en la Universidad para dotarles del rigor que los profesionales de estos ámbitos necesitan y merecen. No es extraño por tanto que a lo largo de las tres últimas décadas estos estudios se hayan consolidado de manera firme, lo que se manifiesta en: a) incremento en el número de Universidades que los han ido implantado sucesivamente (27 centros, tanto públicos como privados, a comienzos de la presente década); b) índice de aceptación por parte de los diferentes sectores profesionales de los egresados; c) incremento permanente en el número de alumnos matriculados; y d) desarrollo de la investigación específica, partiendo prácticamente desde la inexistencia de la misma y llegando a notables niveles de maduración.

En el complejo mundo actual, es precisamente el grado de aceptación social, profesional y académica conseguido durante más de 30 años lo que aconseja indiscutiblemente mantener los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad, bien es verdad que adaptándolos al nuevo Espacio Europeo de Educación Superior.

Respecto a la modalidad de enseñanza semipresencial

La Universidad Católica San Antonio cuenta con un Campus Virtual en cuya gestión y dinamización nos avalan ya más de 10 años de experiencia. A través de este Campus Virtual hemos implementado un entorno global de aprendizaje, denominado Sistema e-learning, que intenta flexibilizar la metodología universitaria únicamente presencial apoyándose en la utilización nuevas tecnologías. Este sistema contiene ideas claves desde la perspectiva de una educación abierta, flexible y cercana, basada en la potenciación de sistemas de autoaprendizaje y autorregulación de la propia enseñanza.

La titulación propuesta se impartirá también en la modalidad de enseñanza-aprendizaje semipresencial, por lo que se precisará de algunos medios que detallaremos con más precisión en el punto 7 de esta memoria.

El sistema de enseñanza semipresencial del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se basará en el entorno de enseñanza virtual que posee la Universidad Católica San Antonio de Murcia, y que se viene utilizando desde hace más de diez años para la impartición de titulaciones en modalidad *blended learning*. Este curso académico hemos implementado un nuevo Campus Virtual basado en la plataforma *Sakai* (<http://sakaiproject.org/>). Esta plataforma es un proyecto de código abierto para la gestión de cursos y el aprendizaje colaborativo, creada para dar soporte al mundo universitario y con amplio abanico de funciones, documentación y prestaciones para el mismo.

De igual modo, a lo largo de los más de diez años de experiencia hemos tenido un importante número de estudiantes que compaginaban sus estudios con su actividad profesional o sus circunstancias y responsabilidades personales. Ante estas circunstancias el estudiante ha visto en la formación semipresencial, y con ayuda de las plataformas virtuales, una forma de poder llevar a cabo sus aspiraciones formativas universitarias. Esta circunstancia ha hecho que el estudiante demandara cada vez más reformas en los procesos de aprendizaje de la universidad y en la propia metodología utilizada por el profesorado, que le ayudara en su proceso formativo fuera del aula. Para dar respuesta a esta demanda, la Universidad desde sus inicios ha desarrollado herramientas virtuales para ayudar a estos estudiantes. La importancia que la Universidad ha dado a este sistema de enseñanza se manifiesta en los años de

funcionamiento de esta herramienta, como hemos indicado anteriormente, y en la formación impartida al profesorado para su utilización tutelada por el Director del Campus Virtual de la Universidad.

Desde las propias características de nuestra Universidad en su vertiente más social se pretende que el estudiante pueda compatibilizar sus estudios con la vida familiar, laboral y personal (discapacitados, estudiantes en el extranjero o de otros países, etc.) y puedan acceder con mayor facilidad a los estudios universitarios. Por lo tanto, ofrecemos un modelo educativo que combina la enseñanza a distancia con el apoyo de los profesores-tutores de forma presencial.

Ante esta circunstancia de demanda, vemos relevante, la importancia de dar respuesta a las necesidades de estos estudiantes donde la enseñanza semipresencial les resulta más idónea, atractiva y necesaria.

Históricamente, la primera aproximación de la Publicidad y las Relaciones Públicas al ámbito universitario se dio en España en la primera mitad del siglo XX. Posteriormente, en 1960 se incluyó la Publicidad como una de las asignaturas de la Escuela Oficial de Periodismo. Y ya entrado el año 1964, se creaba la Escuela Oficial de Publicidad. Las primeras Universidades en incorporar la Publicidad y Relaciones Públicas en su oferta educativa fueron la Complutense de Madrid y la Autónoma de Barcelona en el curso 1971-1972.

Desde entonces la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas ha ido apareciendo en los planes de estudios de la mayoría de las universidades en España. En la actualidad se puede estudiar Publicidad en 32 universidades españolas, entre ellas la Universidad Católica San Antonio de Murcia.

Pero, con el paso del tiempo, la evolución sociodemográfica poblacional y la incorporación de las nuevas tecnologías en todos los ámbitos, han provocado que las necesidades de formación universitaria hayan evolucionado. En este sentido, las ofertas educativas a distancia de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y más recientemente las de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) y la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) han demostrado que disciplinas como la Publicidad y las Relaciones Públicas pueden y deben entrar dentro de la metodología didáctica a distancia y semipresencial. En concreto, la UOC oferta a sus estudiantes el segundo ciclo de la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual y el Grado de Comunicación (un mix de las tres ramas de las ciencias de la comunicación: Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual), mientras que la UDIMA se decanta por el Grado en Periodismo y la UNIR apuesta por la misma propuesta que la UOC con su Grado en Comunicación.

Normas reguladoras del ejercicio profesional

No existen

Referentes externos

Planes de Estudio de otras Facultades de Comunicación: Universidad Rey Juan Carlos, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Navarra, Universidad Pontificia de Salamanca, Universidad CEU San Pablo de Madrid, Universidad Cardenal Herrera de Valencia, Universidad de Santiago de Compostela, Universidad de Málaga. Universidad Católica Argentina, Universidad de Buenos Aires, Universidad Nacional de México, Universidad Católica de Perú, Libera Università Maria SS. Assunta di Roma (Italia), Tas LEEDS (Reino Unido), Universidad Católica de Lisboa, University of Gloucestershire (Reino Unido), Universidade de Coimbra (Portugal), University of Sheffield (Reino Unido), Università di Corsica Pascal Paoli (Córcega), Università degli studi di Sassari (Italia), Diakonia University of Applied Sciences- Turku Unit (Finlandia).

El Libro Blanco sobre Títulos de Grado en Ciencias de la Comunicación elaborado por las 45 Facultades involucradas entre las que se incluye la UCAM. (www.aneca.es, Sección Libros Blancos).

Las propuestas de las asociaciones pertenecientes a la asociación americana Council for Higher Education Accreditation (CHEA). <http://www.chea.org/default.asp?link=11>.

Subject Benchmark Statements de la Agencia de calidad universitaria británica en: <http://www.qaa.ac.uk/academicinfrastructure/benchmark/honours/communications.pdf>

Proyecto “Tunning educational structures in Europe” en http://ec.europa.eu/education/programmes/socrates/tnp/index_en.html

Real Decreto de 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades

Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

Real Decreto 1044/2003, de 1 de agosto, por el que se establece el procedimiento para la expedición por las universidades del Suplemento Europeo al Título.

Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.

Estudio de la Red ICOD: “Comunicación Digital. Competencias profesionales y desafíos académicos”. Abril 2006. Dicha Red se crea en 2003 en el marco del programa ALFA de cooperación entre la Unión Europea y América Latina en el ámbito de la Enseñanza Superior y de la Formación, y está integrado por Universidad de Vic (España), Universidad Nacional de Rosario (Argentina), Universidade da Beira Interior (Portugal), Universidad de la Patagonia Austral (Argentina), Universidad de La Habana (Cuba), Universidades Federal da Bahia (Brasil), Université de Lille 3 (Francia), Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Brasil) y Ars Media (Italia).

Planes de estudio de comunicación en América Latina en <http://www.monografias.com/trabajos908/estudios-comunicacion/estudios-comunicacion.shtml>

Los acuerdos de la Conferencia de Decanos de Facultades de Comunicación (2004/07)

Para la modalidad semipresencial:

Plan de estudios del Grado en Comunicación (Periodismo + Audiovisual + Publicidad) de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) <http://www.unir.net/grado-comunicacion.aspx>

Planes de estudio del Grado de Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya <http://www.uoc.edu/estudios/grados/comunicacion/presentacion/index.html>

Planes de estudio del Grado de Periodismo de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) <http://www.udima.es/grado-periodismo.html>

Planes de estudio de la licenciatura de segundo ciclo de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universitat Oberta de Catalunya. http://www.uoc.edu/estudios/titulaciones/publicidad_rrpp/plan_de_estudios/index.html

“Buenas Prácticas en el uso Didáctico de Internet. La formación práctica en la Educación a Distancia”. Juan Piarie. Universidad Politécnica de Madrid. ANECA, 27 de julio de 2006.

http://www.upm.es/innovacion/cd/02_formacion/talleres/curso_verano_calidad_elearning/Juan_Peire_UNED.pdf

“E-Tutors, un referente en la formulación de la formación a distancia en la era digital”, Revista de formación y empleo. nº 93 2007. 15-21 p.

Ruiz Mafé, C., Tronch, J. (2007): “La formación a distancia: caracterización y perspectivas de futuro”. Revista para la integración y desarrollo de los recursos humanos, nº213 76-83p.

Borges de Barros Pereira, H. (2002): “Análisis experimental de los criterios de evaluación de usabilidad de aplicaciones multimedia en entornos de educación y formación a distancia”. Tesis doctoral. Universidad Politécnica de Cataluña.

En cuanto a la justificación de la idoneidad de la modalidad de enseñanza semipresencial para el título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, en el proceso de matrícula del curso 2009/2010, y a lo largo de todo el curso, hemos recibido numerosas peticiones de información por parte de alumnos de diferentes ámbitos geográficos que, habiendo decidido iniciar y/o reiniciar sus estudios en Publicidad y Relaciones Públicas, dentro de un proceso personal de formación continua, querían saber si la UCAM iba a ofrecer una modalidad de impartición del Grado que les permitiese compaginar los estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas con sus actuales trabajos y/o ocupaciones.

Este hecho nos permitió reflexionar sobre la metodología semipresencial para poder impartir nuestro Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Teniendo en cuenta el nuevo panorama educativo de Grado Superior implantado a través del Plan de Bolonia es lógico pensar que la modalidad semipresencial ayude a favorecer la movilidad interuniversitaria de los estudiantes. No hay que olvidar las peculiares características de este Nuevo Espacio Europeo de Educación Superior que basa sus enseñanzas en el trabajo desarrollado por el alumno y que fomenta el espíritu de los padres de la Unión Europea que idearon la nueva Europa como un solo espacio económico, político y cultural.

Si queremos avanzar como sociedad del conocimiento y competir eficazmente en una economía mundial globalizada, es vital contar con una educación y formación de alta calidad. Por ello, es necesario compartir objetivos comunes y desarrollar metodologías, programas de estudio y trabajo basados en la formación a distancia que faciliten la integración del mundo educativo y laboral.

No hay que olvidar que las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (NTIC) están cada día más presentes en todos los ámbitos sociales, y cómo no, también en el educativo, ya que su aplicación permite una serie de mejoras que serían imposible alcanzar con metodologías más tradicionales: inmediatez, actualización, bajo coste, flexibilidad de horarios, disponibilidad continua, etc. De una manera más específica podríamos enumerar algunas de las principales ventajas que ofrecen las metodologías de enseñanza semipresencial: relación directa e interactiva entre profesor y alumno, en la formación online se hace realidad que el propio alumno es el verdadero agente de

formación; mayor flexibilidad espacio-temporal y de horarios que permite la clase virtual asincrónica; reducción de costes derivados de los desplazamientos para asistir a los cursos; atención a colectivos geográficamente dispersos; facilidad de uso y de configuración del entorno gracias a la integración de las distintas herramientas (correo, foros, chat, redes sociales...) e Internet; facilidad de actualización de contenidos; así como un aprendizaje rápido, sencillo y efectivo que favorece la propia naturaleza multimedia de este tipo de enseñanza. No obstante, y teniendo en cuenta todas las ventajas enumeradas, no debemos dejar de lado que estas herramientas de formación semipresencial no forman por sí solas, y que son los docentes, a través de los contenidos desarrollados, los que intervienen directamente y de forma efectiva en el proceso de formación.

Además, se hizo una pequeña investigación sobre la existencia de formación de Grado superior on line en Ciencias de la Comunicación, descubriendo que eran muy pocas las propuestas educativas puestas en marcha hasta el momento. De hecho, en el caso específico de Publicidad y Relaciones Públicas sólo hemos encontrado el siguiente: Plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas on-line de la Universidad Rey Juan Carlos. http://www.urjc.es/estudios/grado/publicidad_rrpp_on_line/itinerario.html.

Y, con un planteamiento cercano a la disciplina de las Ciencias de la Comunicación, estos otros:

- Plan de estudios del Grado en Comunicación (Periodismo + Audiovisual + Publicidad) de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) <http://www.unir.net/grado-comunicacion.aspx>
- Plan de estudios del Grado de Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya <http://www.uoc.edu/estudios/grados/comunicacion/presentacion/index.html>
- Plan de estudios del Grado en Periodismo de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) <http://www.udima.es/grado-periodismo.html>.
- Plan de estudios del Grado en Periodismo On Line de la Universidad Rey Juan Carlos. http://www.urjc.es/estudios/grado/periodismo_online/periodismo_online.html
- Plan de estudios de la Licenciatura de 2º Ciclo de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universitat Oberta de Catalunya. http://www.uoc.edu/estudios/titulaciones/publicidad_rrpp/plan_de_estudios/index.html
- Plan de estudios de la Licenciatura de 2º Ciclo de Comunicación Audiovisual de la Universitat Oberta de Catalunya.

http://www.uoc.edu/estudios/titulaciones/comunicacion_audiovisual/plan_de_estudios/index.html

Este vacío educativo en el panorama nacional animó a la dirección de Publicidad y Relaciones Públicas, con la autorización del Consejo de Gobierno de la Universidad, a ofertar el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en modalidad semipresencial, **no on-line**, con el fin de enfocar las clases presenciales hacia el desarrollo práctico de la teoría ofrecida a los alumnos a través del campus virtual. Todo ello reforzado, además, a través de unas tutorías académicas presenciales debidamente planificadas. Esta necesidad del mercado, que pretendemos cubrir con la nueva modalidad del título, es la que justifica, a nuestro entender, la idoneidad de la modalidad semipresencial.

Por lo que respecta a los referentes externos, además de los incluidos en la Memoria de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, se añaden:

- European Foundation for Quality in E-Learning (EFQUEL). <http://www.efquel.org/>.

La *Fundación Europea para la Calidad en e-Learning* (EFQUEL) es una organización con sede en Bruselas, Bélgica con más de 80 organizaciones miembros de la Unión europea así como de otras redes, universidades, empresas y organismos nacionales. Esta fundación sirve como sostén y red proactiva ofreciendo valiosos servicios a la comunidad e-learning en todo el mundo. Proporciona apoyo, transparencia y un foro de participación abierta con el propósito de compartir experiencias de usuarios y expertos en e-learning sobre cómo puede utilizarse esta metodología para fortalecer individual, organizacional, local y regionalmente, la alfabetización digital y el aprendizaje, y promover la cohesión social.

- Investigaciones y trabajos realizados por los grupos de investigación en E-learning y comunicación de diversas universidades españolas entre los que destacan los siguientes:
 - o EDULLAB (Laboratorio de Educación y Nuevas Tecnologías adscrito al Departamento de Didáctica e Investigación Educativa. Universidad de La Laguna <http://www.edullab.org> <http://www.edullab.net>.

El *Laboratorio de Educación y Nuevas Tecnologías de la Universidad de La Laguna (EDULLAB)* surge con la intención de desarrollar las siguientes acciones principales:

- Diseñar y desarrollar proyectos de investigación que tengan como eje central el uso o aplicaciones de las tecnologías de la información y comunicación en cualquier nivel, materia o ámbito educativo.

- Diseñar, desarrollar y evaluar proyectos y experiencias educativas dirigidas a implementar modelos de formación —bien a distancia, bien semipresenciales— apoyados en las TIC.
- Diseñar, desarrollar y evaluar planes y/o cursos de formación de docentes de cualquier nivel o ámbito educativo u otro tipo de profesionales en relación al uso pedagógico de las nuevas tecnologías.
- EDUTIC (Educación y Tecnologías de la Información y la Comunicación) perteneciente al Departamento de Didáctica General y Didácticas Específicas. Universidad de Alicante <http://www.edutic.ua.es>.

EDUTIC (Educación y Tecnologías de la Información y la Comunicación) es una plataforma de la Universidad de Alicante que orienta y ayuda en la creación de comunidades virtuales pensadas para la formación a distancia.

- GIEL-ELIT dependiente de la Universidad del País Vasco <http://giel.ehu.es/es/>.

GIEL es un grupo multidisciplinar de investigación que aborda algunas temáticas importantes en el ámbito del e-learning. Tratan de encontrar respuestas a preguntas que se refieren al aprendizaje de las personas en ambientes virtuales, a los recursos más adecuados para potenciar el aprendizaje virtual, al impacto de las tecnologías de la información y de la comunicación en el aprendizaje de las personas y a cuáles son los indicadores esenciales de la calidad en el e-learning.

Y en cuanto a la bibliografía específica sobre enseñanza universitaria on line añadimos las siguientes obras de referencia que ayudan a entender todas las características del sistema de enseñanza semipresencial descritas anteriormente:

- Ardizzone, Paolo (2004) Didáctica para e-learning: métodos e instrumentos para la innovación de la enseñanza universitaria. Enseñanza abierta de Andalucía. Málaga.
- Bautista Pérez, Guillermo Didáctica universitaria en entornos virtuales de enseñanza-aprendizaje. Nancea. Madrid.
- Cabero Almenara, Julio (2009) La docencia universitaria y las tecnologías web 2.0: renovación en el espacio europeo. Mergablum, Sevilla.
- Cabero Almenara, Julio (2009) Evaluación de materiales multimedia en red en el espacio europeo de Educación Superior (EEES). Davinci. Barcelona.

- Graham, C. R. (2005). "Blended learning systems: Definition, current trends, and future directions.". in Bonk, C. J.; Graham, C. R.. Handbook of blended learning: Global perspectives, local designs. San Francisco, CA: Pfeiffer. pp. 3–21.
- Worthington, Tom. (2008) Blended Learning: Using a Learning Management System Live in the Classroom, The Australian National University.

Descripción de los procedimientos de consulta utilizados para la elaboración del plan de estudios

Descripción de los procedimientos de consulta internos

Consulta con representantes de estudiantes (2) durante su participación como miembros de la comisión para la elaboración de la propuesta. Reuniones informativas y de consulta celebradas entre dichos representantes y los estudiantes de tercero y cuarto de la actual titulación.

Consulta con representantes de otras áreas implicadas en la docencia del grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Comisión constituida por los integrantes de la Junta de Facultad. Las diferentes propuestas se han debatido en los claustros de profesores celebrados los días 22/03/07, 27/04/07, 07/05/07, 13/07/07, 04/09/07, 10/09/07, 31/10/07, 14/11/2007 y 19/11/2007 tal y como consta en las actas correspondientes, así como en reuniones extraordinarias de áreas específicas en las que los docentes han podido colaborar abiertamente.

Encuestas llevadas a cabo para el proceso de autoevaluación de titulación exigido por la ANECA.

En lo que respecta a los procedimientos de consulta internos durante la elaboración del título de grado una comisión permanente de la Universidad, compuesta por miembros de la Dirección de Calidad y Acreditación de la UCAM, asesoró al profesorado sobre la adecuación del plan a las exigencias de la ANECA. Se establecieron varias reuniones para la revisión conjunta del grado en las que se resolvieron dudas para mejorar la calidad del plan de estudios.

A continuación añadimos una relación de las actividades internas que han servido para la elaboración del título de grado:

- Consulta con representantes de estudiantes (2) durante su participación como miembros de la comisión para la elaboración de la propuesta. Reuniones informativas y de consulta celebradas entre dichos representantes y los estudiantes de tercero y cuarto de la actual titulación.

- Consulta con representantes de otras áreas implicadas en la docencia del grado en Publicidad y Relaciones Públicas, como las de docentes de otras titulaciones afines (Comunicación Audiovisual y Periodismo), así como la de representantes de las unidades centrales de Humanidades, Informática y Ciencias Religiosas.
- Comisión constituida por los integrantes de la Junta de Facultad, órgano de representación de la misma que aprueba las líneas generales de actuación en su ámbito. La Junta está formada, tal y como aparece descrito en el acta de fecha 22/03/07 por “Decano, Vicedecanos y Secretaria de Facultad (en ocasiones se sumaron a ella los subdirectores de titulación). Es un órgano colegiado en el que las decisiones se aprobarán por mayoría, aunque la última palabra siempre será del Consejo de Gobierno de la Universidad”.
- Las diferentes propuestas relativas al nuevos títulos de grado de Publicidad y Relaciones Públicas, se han debatido en los claustros de profesores celebrados los días 22/03/07, 27/04/07, 07/05/07, 13/07/07, 04/09/07, 10/09/07, 31/10/07, 14/11/2007 y 19/11/2007 tal y como consta en las actas correspondientes. Así como en reuniones extraordinarias de áreas específicas en las que los docentes han podido colaborar abiertamente sugiriendo propuestas desde sus respectivos ámbitos de conocimiento y especialización.
- Informes técnicos llevados a cabo por la ANECA (2006) para el proceso de autoevaluación de la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas.

Descripción de los procedimientos de consulta externos

Información no sistematizada procedente de la opinión de profesionales del sector, singularmente a través del Club de Marketing de Murcia y Valencia.

Conclusiones de las diferentes sesiones de las Conferencias de Decanos de Facultades de Comunicación que se han venido celebrando desde el periodo 2004/07.

Encuestas de satisfacción realizadas desde el Observatorio Ocupacional de la Universidad a alumnos licenciados.

Consulta con licenciados ex-alumnos (2) de la Titulación como miembros de la Comisión para la evaluación de la propuesta. Reuniones informativas y de consulta.

Por último, queremos hacer constar que, a lo largo del proceso de construcción del nuevo grado, ha habido un contacto directo con numerosos profesionales y potenciales empleadores, todos ellos responsables de medios de comunicación y agencias de publicidad y relaciones públicas, nacionales y regionales, con los que mantenemos

convenios de prácticas: Antena 3 Advertising, Duck Studio, estudio de publicidad y diseño gráfico; Momentum, agencia de marketing directo y eventos del grupo McCann Erickson; Polaris World; Departamento de Publicidad de la Televisión Pública Autónoma de Murcia –La 7–; Celebra, empresa de planificación, organización y realización de eventos; Directivos de Onda Cero Murcia y Andalucía, Ser Murcia, Radio Intereconomía, etc. La relación directa y fluida que mantenemos con los medios y agencias ha facilitado las consultas, continuas e informales, sobre la configuración más adecuada del nuevo título de grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

En paralelo, la Dirección de Calidad y Acreditación de la universidad está trabajando en un nuevo procedimiento, pendiente de aprobación por el Consejo de Gobierno, para gestionar la relación con los empleadores y profesionales externos relacionados con el sector publicitario y de las relaciones públicas, y poder volcar todas las conclusiones extraídas en el proceso de actualización del título de grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

A continuación, mostramos una relación más detallada de actividades desarrolladas para la elaboración del nuevo grado:

- Información no sistematizada procedente de la opinión de profesionales del sector, singularmente a través del Club de Marketing de Murcia y Valencia y de relaciones establecidas a través de los convenios de prácticas firmados con diferentes empresas e instituciones.
- Conclusiones de las diferentes sesiones de las Conferencias de Decanos de Facultades de Comunicación que se han venido celebrando desde el periodo 2004/07.
- Encuestas de satisfacción realizadas desde el Observatorio Ocupacional de la Universidad a alumnos licenciados. A partir de la creación del Observatorio Ocupacional (2002), dependiente del Vicerrectorado de Alumnado, se pretendía dar respuesta a los requerimientos de la ANECA haciendo un seguimiento del egresado. El Observatorio Ocupacional viene realizando encuestas sobre la inserción laboral de los egresados, contemplando aspectos como el perfil del alumno, el perfil sociodemográfico, las prácticas de empresas, la experiencia laboral, la búsqueda de empleo, el primer empleo significativo, la formación recibida con posterioridad a la obtención del título universitario y la situación laboral más actual, competencias y satisfacción. Precisamente, estos estudios sobre la inserción laboral de los egresados han facilitado a la Junta de Facultad completar los mecanismos para adaptar de forma integral el nuevo plan de estudios del grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

3. OBJETIVOS

Objetivos y Competencias

Objetivos

El Grado de Publicidad y Relaciones Públicas está orientado a proporcionar a los alumnos la capacidad para conceptualizar y crear mensajes persuasivos así como para diseñar, elaborar y evaluar estrategias de comunicación, marketing, publicidad, relaciones públicas y planificación de medios.

Con este fin, la titulación ofrece un conocimiento de los procesos de la publicidad y las relaciones públicas a través del estudio de los medios de comunicación y de los distintos soportes publicitarios existentes, tanto tradicionales (televisión, radio, publicaciones impresas periódicas y no periódicas, cine, cartelería, folletos, plegables, vallas, mobiliario urbano, etc.) como las nuevas aplicaciones interactivas (sitios web, banners, estrategias de comunicación viral, intersticiales, Second Life, publicidad a través de telefonía móvil o la Televisión Digital Terrestre, marketing directo interactivo...). Todo ello sin olvidar las técnicas de comunicación comercial no convencional que giran en torno a conceptos como relaciones con los medios, protocolo, participación en ferias y exposiciones, actividades de patrocinio, mecenazgo y marketing social, sponsorizaciones publicaciones de empresa, anuarios, guías y directorios, actividades promocionales en el punto de venta, etc., etc. En suma, una revisión de todas las facetas que puede adoptar la comunicación comercial en la actualidad, pues no olvidemos que toda acción realizada por una empresa, institución oficial o un particular, incluso su omisión, transmite algo a sus públicos.

Por tanto, y de una manera genérica, los objetivos fundamentales de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas se organizan en torno a los siguientes:

- Fomentar la capacidad crítica, analítica e interpretativa del hecho publicitario, aportando los conocimientos, técnicas de investigación y procedimientos de trabajo necesarios para transformar las necesidades del cliente en soluciones de comunicación eficaces en la consecución de los objetivos esperados.
- Adquirir un conocimiento básico y general de los principales elementos que conforman el panorama actual de la labor del profesional de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, con el fin de que el estudiante obtenga una visión global que le permita comprender el fenómeno de la comunicación comercial y de su función en la sociedad contemporánea. De esta manera se conseguirá que el alumno se convierta en un gran conocedor del contexto social, cultural, político, económico y empresarial en el que se inserta su trabajo y sepa adecuar, de forma responsable, su labor al mismo.
- Proporcionar un conocimiento exhaustivo de todos los parámetros que afectan e interaccionan en el sistema de la comunicación publicitaria y las relaciones

públicas, para su posterior aplicación a la realidad de las organizaciones y para el desarrollo de una actitud estratégica, centrada en el diseño, elaboración y evaluación de estrategias de comunicación y marketing adecuadas. Esta formación le capacitará para la toma de decisiones y la implementación de estrategias de comunicación coherentes con la identidad de la compañía o particular, a través de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.

- Instruir al alumno para comunicarse y expresarse con claridad, coherencia y corrección en su ejercicio profesional, tanto de forma oral como escrita y kinésica. Para ello deberá dominar el uso especializado de la lengua española. Este control del lenguaje le ayudará a construir, planificar y evaluar acciones y discursos propios de la comunicación publicitaria y publirelacionista.
- Conocer las teorías, categorías y conceptos que más han incidido en las diferentes ramas de investigación, desarrollo e innovación de la comunicación empresarial, institucional y persuasiva, así como su necesidad de autorregulación por sus consecuencias éticas y socio-culturales.
- Promover una educación integral que posibilite el desarrollo pleno de la persona y la excelencia en su futuro profesional, tomando como elementos básicos los fundamentos de la cultura europea occidental: la teología, la ética y las humanidades.

Con este fin, la titulación ofrece un conocimiento de los procesos de la publicidad y las relaciones públicas a través del estudio de los medios de comunicación, en general, y de los distintos soportes publicitarios existentes, en particular, haciendo hincapié tanto en los tradicionales o masivos, como en las nuevas aplicaciones interactivas y soportes no convencionales, ya mencionados en párrafos anteriores.

Estos objetivos podrán alcanzarse con la adquisición de una serie de saberes y habilidades que deberían incluir los siguientes aspectos:

- Formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología para proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar.
- Formación en la Teoría, los Procesos y las Estructuras de la Comunicación y la Información para conocer los fundamentos teóricos y prácticos más habituales de los modelos de creación, producción, planificación, difusión, recepción y evaluación de resultados de la comunicación, en general, y de la publicidad y las relaciones públicas, en particular. Todo ello será llevado a cabo desde las perspectivas industrial y cultural, de manera que se proporcione una visión integral del fenómeno de la comunicación empresarial e institucional.

- Formación en el conocimiento del diseño y creación de estrategias comunicativas y desarrollo de políticas de comunicación, con el fin de obtener la capacidad de identificar, gestionar y atender las necesidades propias de las empresas, tanto desde la perspectiva del departamento de comunicación del anunciante como desde la empresa de comunicación.
- Formación en las capacidades expresivas y particularidades de cada uno de los medios, soportes y formatos publicitarios para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación, así como en la habilidad para analizar y seleccionar los vehículos de difusión de acuerdo con las estrategias de comunicación (tanto en medios convencionales como en medios no convencionales).
- Formación en el conocimiento y uso de las tecnologías de la comunicación en los distintos entornos multimedia e hipermedia, para su aplicación en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas y en el desarrollo de nuevos soportes.
- Formación en la capacidad de ejercer el quehacer comunicativo con una conducta ética, tanto a través del conocimiento teórico-práctico de los códigos deontológicos de la publicidad vigentes y de la autorregulación de la profesión como del desarrollo de una conciencia de responsabilidad social y cultural.
- Formación en habilidades de adecuación de las estrategias y mensajes a los objetivos de comunicación y a los diferentes públicos con los que interactúa la organización aplicando tácticas de comunicación específicas.
- Formación en el seguimiento de los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua.
- Iniciación a la metodología y a las técnicas de investigación en el campo de la comunicación empresarial e institucional, y adquisición de habilidades para la docencia en dicho ámbito.

Competencias

- 1) Competencias transversales:
 - T1. Capacidad de toma de decisiones
 - T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas
 - T3. Capacidad de organización y planificación
 - T4. Capacidad de análisis y síntesis
 - T5. Comunicación oral y escrita en la lengua nativa

- T6. Capacidad de gestión de la información
- T7. Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
- T8. Compromiso ético
- T9. Capacidad para trabajar en equipo
- T10. Habilidades en las relaciones interpersonales
- T11. Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar
- T12. Capacidad de razonamiento crítico
- T13. Reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad
- T14. Motivación hacia la calidad
- T15. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones
- T16. Capacidad de desarrollo del criterio informativo
- T17. Capacidad para el aprendizaje autónomo
- T18. Capacidad de iniciativa y de espíritu emprendedor
- T19. Capacidad de liderazgo

2) Competencias específicas:

- a) Disciplinares (Saber). El alumno será capaz de demostrar conocimiento y comprensión en:

- D1. Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas
- D2. Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación.
- D3. Estudio del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección.
- D4. Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación publicitaria
- D5. Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios
- D6. Estudio de los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias
- D7. Comprensión y análisis de los procesos de investigación de audiencias
- D8. Estudio de los métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones

- D9. Conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria
- D10. Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios
- D11. Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios
- D12. Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación
- D13. Conocimiento de la ética y deontología profesional de la publicidad y de las relaciones públicas así como de su ordenamiento jurídico
- D14. Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación
- D15. Conocimiento y estudio de los procesos de marketing relacional
- D16. Conocimiento de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación publicitaria, de las relaciones públicas y corporativa en la empresa pública y privada
- D17. Conocimiento y análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas
- D18. Conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas
- D19. Conocimiento del ordenamiento jurídico de la comunicación publicitaria y de RR.PP.
- D20. Conocimiento del comportamiento humano y social
- D21. Conocimiento de las herramientas informáticas aplicadas a la planificación de medios
- D22. Estudio teórico y práctico del uso de los medios convencionales y no convencionales en la difusión de la comunicación persuasiva
- D23. Conocimiento de las aplicaciones publicitarias multimedia en soportes interactivos
- D24. Conocer la relación que existe entre publicidad, audiencia y entretenimiento audiovisual

- D25. Conocer el proceso de planificación estratégica de productos de entretenimiento audiovisual con especial atención al cine, las series y programas de televisión
- D26. Conocer las posibilidades del patrocinio, *product placement* y *brand placement* dentro del entretenimiento audiovisual
- D27. Conocer las técnicas de promoción y explotación comercial más habituales dentro del mercado audiovisual
- D28. Conocimiento de los procesos informativos y comunicativos
- D29. Conocimiento y aplicación de las tecnologías y de los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información
- D30. Conocimiento del uso correcto oral y escrito de la lengua
- D31. Conocimiento y evolución histórica de las modalidades y tradiciones periodísticas
- D32. Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases
- D33. Conocimientos teórico-prácticos de las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora
- D34. Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases
- D35. Conocimiento y aplicación de los diferentes mecanismos y elementos de la construcción del guión atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de producción
- D36. Conocimiento, identificación y aplicación de recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales
- D37. Conocimiento teórico-práctico y aplicación de las tecnologías aplicadas a los medios de comunicación audiovisuales
- D38. Conocimiento de la imagen espacial y de las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como audiovisual
- D39. Conocimiento de la planificación sonora y de las representaciones acústicas del espacio
- D40. Conocimiento de los modelos literarios y estéticos aplicados a la comunicación persuasiva y publicirrelacionista

b) Profesionales (Saber hacer):

P1. Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de la atención al cliente de la agencia

P2. Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa

P3. Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación

P4. Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia

P5. Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrolla el departamento de medios de una agencia

P6. Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación

P7. Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje

P8. Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos

P9. Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa

P10. Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa

P11. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas

P12. Capacidad y habilidad para el manejo de herramientas y tecnologías informáticas usadas en la planificación de medios

P13. Capacidad y habilidad para explotar la publicidad en torno a productos de entretenimiento audiovisual

P14. Capacidad y habilidad para planificar estratégicamente una campaña publicitaria de lanzamiento de películas, series o programas de televisión, así como la utilización de técnicas de promoción eficaces y creativas

P15. Capacidad y habilidad para sacar rendimiento a la publicidad de productos de entretenimiento audiovisual sin dañar su potencialidad artística y narrativa

P16. Capacidad y habilidad para reflexionar sobre los procesos de patrocinio de los productos audiovisuales de entretenimiento

P17. Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa

- P18. Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados
- P19. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación en sus diversas formas combinadas o nuevos soportes digitales
- P20. Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas
- P21. Capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales publicitarias
- P22. Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos
- P23. Capacidad y habilidad para gestionar técnicas y procesos de producción y difusión en la organización de la producción
- P24. Capacidad y utilización de las técnicas y procesos en la organización de la producción fotográfica
- P25. Capacidad para escribir con fluidez textos, escaletas o guiones en los campos de la ficción televisiva
- P26. Capacidad para analizar relatos audiovisuales
- P27. Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia
- P28. Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y recursos técnicos o humanos necesarios para el diseño de producción integral de un trabajo audiovisual
- P29. Capacidad para aplicar técnicas y procesos de producción en la organización de eventos culturales
- P30. Capacidad para realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia
- P31. Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena
- P32. Capacidad para grabar señales sonoras
- P33. Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea
- P34. Capacidad para delegar funciones en los diferentes componentes del equipo

P35. Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieren recursos humanos y de cualquier otra naturaleza

P36. Capacidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa

P37. Diseñar y ejecutar un proyecto de investigación que contribuya a la producción de conocimientos en Publicidad y Relaciones Públicas

c) Actitudinales (Saber ser). El alumno será capaz de:

A1. Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora

A2. Manifestar y desarrollar un alto grado de autoconocimiento

A3. Ajustarse a los límites de su competencia profesional

A4. Colaborar y cooperar con otros profesionales

A5. Manifestar respeto, valoración y sensibilidad ante el trabajo de los demás

A6. Desarrollar la capacidad para organizar y dirigir

A7. Trabajar con responsabilidad y afán de servicio

A8. Valorar la dignidad humana

A9. Reconocer y respetar las normas éticas y deontológicas

A10. Reconocer y defender la igualdad de todas las personas sin distinción de raza, sexo, condición sexual y social.

A11. Avanzar en el desarrollo personal desde la reflexión y el conocimiento de los fundamentos humanísticos de la cultura occidental.

A12. Trabajar con responsabilidad y mantener una actitud crítica y científica

Competencias específicas del Módulo Formación integral

FE3. Capacidad de enfrentarse críticamente a las ideas

FE6. Capacidad de examinar problemas

FE12. Habilidad para construir argumentos

FE29. Facilidad para comprometerse con los intereses de la vida cotidiana

FE16. Habilidad para tomar en cuenta ideas y modos de pensar poco familiares

FE24. Claridad y rigor en la evaluación crítica de los argumentos presentados en un texto

FE30. Sensibilidad a la diversidad de opiniones prácticas y modos de vida

HE1. Conocimiento de las grandes corrientes artísticas de la humanidad

HE2. Conocimiento de las grandes corrientes del pensamiento

HE3. Conocimiento de la estructura diacrónica general del pasado

HE4. Conocimiento de las grandes producciones culturales de la humanidad

HE10. Conocimiento del comportamiento humano y social

HE11. Conocimiento de técnicas y métodos de trabajo y análisis de las ciencias humanas y sociales

HE14. Conocimiento contrastado de diferentes realidades culturales actuales

HE16. Conocimiento básico de la realidad sociopolítica contemporánea

HE43. Conocer, comprender e interpretar la situación cultural y social actual

4. ACCESO Y ADMISIÓN

Acceso y Admisión

Sistemas de información previa

El Servicio de Información al Estudiante (SIE) es la unidad encargada de publicitar y proporcionar la información y requisitos de acceso a los distintos estudios ofertados por la Universidad, previos a la matriculación de los futuros estudiantes. Dicha información se realiza a través de la publicación de la Guía de Información y Admisión, que se encuentra también disponible en la web de la Universidad (www.ucam.edu). Este Servicio presta información personalizada de los distintos servicios que ofrece la Universidad (Biblioteca, Cafetería, Comedor, Deportes, Actividades extraacadémicas, etc.); de forma conjunta con las diferentes titulaciones y sus responsables académicos, se encargan de la preparación de los procedimientos de acogida y orientación en sus planes de estudios, con el objeto de facilitar la rápida incorporación a nuestra Institución. Dicho procedimiento consiste en la convocatoria de los alumnos de nuevo ingreso en el salón de actos de la universidad, donde son acogidos por los responsables académicos de la titulación, que exponen las directrices básicas de funcionamiento de la carrera, así como los servicios con los que cuenta la universidad a disposición de los alumnos. Finalmente se distribuyen los distintos grupos y se dirigen a sus aulas correspondientes.

La promoción de la oferta de estudios de la Universidad se realiza de varias formas: la información que proporciona la Web de la Universidad (www.ucam.edu); la publicidad a través de distintos medios de comunicación, regionales y nacionales (prensa escrita, radio y televisión), por medio de visitas programadas a institutos o centros de educación secundaria; así como las llevadas a cabo por dichos centros en visita a las instalaciones de la propia Universidad. También la labor de promoción se lleva a cabo, con una destacada presencia en distintas ferias educativas y salones formativos, que tienen lugar en la propia Región de Murcia y a lo largo de distintos puntos de la geografía española.

El SIE proporciona a través de la Guía de Admisión, información sobre las características del Título, así como las diversas vías y requisitos de acceso, reguladas en artículo 14, del R. D. 1393/2007, de 29 de octubre, sobre el acceso a las enseñanzas oficiales de Grado, en el que se especifica que se requerirá estar en posesión del título de bachiller 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, tales como Formación Profesional, mayores de 25 años, titulados universitarios, etc. También se informará, cuando la Universidad elabore la normativa al efecto, sobre los mecanismos de transferencia y reconocimiento de créditos, de conformidad con el R. D. 1393/2007, de 29 de octubre.

Además de los requisitos de acceso exigidos en la legislación vigente, la UCAM realiza unas pruebas de acceso propias, consistente en un test de personalidad; esta herramienta nos permite ajustar el perfil de los demandantes al perfil ofertado por las diferentes titulaciones.

Por lo que se refiere a los procedimientos sobre privacidad de datos personales, la Ley Orgánica 15/1999 tiene por objeto garantizar y proteger, en lo que concierne al tratamiento de los datos personales, las libertades públicas y los derechos fundamentales de las personas físicas, y especialmente de su honor e intimidad personal y familiar.

Dicha ley de protección de datos establece el derecho de los ciudadanos a conocer qué datos personales están contenidos en los ficheros informáticos y los responsables de éstos, así como el de corregir o eliminar los datos inexactos o falsos.

Asimismo, y con carácter general, los datos personales sólo podrán tratarse de forma automatizada con el consentimiento del interesado y sólo para el fin con el que se recogieron. Este principio del consentimiento rige también para la cesión de datos a terceros.

En virtud de lo establecido en el artículo 17 del Real Decreto 994/1999 por el que se aprueba el Reglamento de Medidas de Seguridad de los Ficheros Automatizados que contengan Datos de Carácter Personal, en la UCAM se ha realizado una Auditoría del Sistema de Seguridad de Protección de Datos de Carácter Personal, en la que se ha comprobado que los sistemas de información e instalaciones de tratamiento de datos de carácter personal cumplen con todas las medidas de seguridad establecidas en dicho Reglamento, así como en la Ley Orgánica 15/1999, de Protección de datos de Carácter Personal y demás legislación aplicable.

La Universidad considera que el tratamiento de los datos personales contenidos en sus bases automatizadas se debe hacer con el mayor rigor posible. Por ello, además de cumplir con la legislación vigente, se somete voluntariamente a un control anual realizado a través de auditorías externas, donde se requiere que no aparezca ninguna situación irregular. Esto nos permite actualmente disponer del **Certificado de Protección de Datos Personales** concedido por la firma AUREN, que garantiza el adecuado tratamiento de los datos de carácter personal.

El Servicio de Información al Estudiante desarrolla a lo largo de todo el año una serie de actividades y visitas a Institutos para informarles sobre las carreras que la UCAM oferta. Dentro de este programa general para toda la Universidad, se llevan a cabo una serie de visitas concertadas por los distintos institutos del área geográfica de influencia. Una vez llegan los estudiantes a nuestras instalaciones, una persona de la facultad de Ciencias de la Comunicación (normalmente el Decano), les muestra las instalaciones específicas de la Facultad, se les proyecta un video informativo sobre las tres titulaciones que la

conforman y se dialoga con ellos sobre las cuestiones que les hayan ido surgiendo, poniendo especial hincapié en las diferencias y especificidades de cada título de grado (Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo y Comunicación Audiovisual), las salidas profesionales a las que se pueden optar con cada perfil de especialización y las características que debe tener el alumno que quiera decantarse por cada una de ellas.

Una vez matriculado el alumno recibe una Guía Docente en la que se explican detalladamente el programa formativo y educativo de la carrera para que el educando pueda planificar sus estudios y conocer las exigencias del grado. Existe también una versión digital disponible a través de la página web de la Universidad.

Asimismo, antes del comienzo de curso el Decano, acompañado del responsable del grado, recibe a los universitarios matriculados para explicarles la estructura del plan de estudios y facilitarles la aclaración de las dudas que hubieran podido surgir. A continuación realizan una visita guiada por las instalaciones de la Universidad en las que desarrollarán su formación teórica y práctica. Posteriormente concertarán una cita con los responsables de la Biblioteca de la Universidad para conocer el funcionamiento y procedimientos de búsqueda y acceso a los fondos bibliográficos y hemerográficos.

Una vez transcurridas las primeras semanas de adaptación, la Titulación de Publicidad y Relaciones Públicas realiza una Jornada de Puertas Abiertas con los estudiantes de primer curso y los familiares que quieran acudir. En esta jornada se hace una presentación del profesorado encargado de la docencia del título de grado y de los servicios que la universidad ofrece a los estudiantes de forma complementaria, así como de los objetivos, competencias y salidas profesionales de los futuros egresados.

Criterios

No se realizan pruebas de acceso especiales que requieran autorización de la administración competente.

Los criterios y procedimientos de admisión son los mismos tanto para la modalidad presencial como para la semipresencial.

Según se contempla en los procesos de admisión de la Universidad, un alumno matriculado en modalidad presencial no puede estar matriculado de forma simultánea en modalidad semipresencial y viceversa. En consecuencia, para poder cambiarse de modalidad, tendrá que finalizar el curso académico y extinguir la matrícula en la modalidad elegida originariamente.

Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados

La UCAM crea desde el comienzo de su actividad el Servicio de Tutoría, formado por un Cuerpo Especial de Tutores, integrado principalmente por psicólogos y pedagogos, encargado del seguimiento personal y académico del alumno de nuevo ingreso, desde su inicio de sus estudios hasta la finalización de los mismos, siendo su misión fundamental contribuir a la formación integral del alumno, atendiendo a su dimensión como persona, centrando sus funciones en los valores y virtudes del humanismo cristiano.

Hay establecido un perfil de tutor que abarca la formación técnica y específica, siendo esta última objeto de actualización permanente a través de los planes de formación que se desarrollan cada curso académico. El trabajo se realiza en dos líneas, de forma personalizada y en grupos reducidos. Cada curso académico, se fijan los objetivos a conseguir en las diferentes titulaciones que se imparten.

Destacar también que están desplegados los procedimientos de desarrollo de las funciones del tutor, adjudicación de estudiantes, presentación del Servicio de forma virtual a los estudiantes de nuevo ingreso y procedimiento de presentación a sus padres basado en el documento “Educando para la excelencia” a requerimiento del alumno.

También se están desarrollados los procedimientos de desarrollo de las funciones del tutor, adjudicación de alumnos, presentación del Servicio a los estudiantes de nuevo ingreso y procedimiento de presentación a sus padres basado en el documento “Educando para la excelencia”.

Más recientemente (curso académico 2005-2006) se crea el SEAP, que tiene como misión fundamental la evaluación y asesoramiento psicológico a los alumnos y personal de la Universidad. Además presta apoyo y orientación a los tutores para atender adecuadamente la problemática que presenten los estudiantes.

Se medirá el grado de satisfacción de los estudiantes y en consecuencia de los objetivos fijados, mediante la encuesta que será recogida utilizando la plataforma virtual asegurando el seguimiento con la puesta en marcha de un software informático específico.

Actualmente medimos el grado de satisfacción de los alumnos y el de consecución de los objetivos fijados, mediante encuesta, asegurando el seguimiento con la puesta en marcha de un software informático específico.

Uno de los elementos claves en la docencia de la UCAM es la tutoría. Cada alumno cuenta con un tutor durante toda su carrera que atenderá a sus características y necesidades concretas en las sesiones programadas a tal efecto con el fin de garantizar el máximo aprovechamiento de sus capacidades. El tutor es la persona que establece la relación entre cada uno de los alumnos y la estructura del centro en el que cursa sus

estudios. Realiza un seguimiento directo del expediente académico, con especial atención a los estudiantes de bajo rendimiento o que tienden a la baja en sus resultados, y garantiza el equilibrio entre conocimientos técnicos y capacidades complementarias en su formación integral. En lo posible, esta figura recaerá sobre la misma persona desde el inicio de sus estudios hasta la obtención del título universitario cursado.

Por otro lado, el tutor puede pertenecer al Cuerpo Especial de Tutores –dependiente del Vicerrectorado de Alumnado– o formar parte del cuerpo de docentes del título de Grado en Publicidad y Relaciones públicas. De esta forma, para lograr una mejor atención a los alumnos los profesores que imparten docencia en el Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas establecerán turnos de tutorías en los que los estudiantes, además de aclarar las cuestiones oportunas sobre las materias, podrán obtener asesoramiento tanto para la orientación en sus estudios, como información sobre las prácticas en empresas y la posibilidad de estudios complementarios en la UCAM o en otros centros nacionales o extranjeros.

A continuación se detallan los sistemas de apoyo a los estudiantes en la modalidad semipresencial:

EN MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

El plan de acogida de los alumnos matriculados en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en modalidad semipresencial pretende facilitar que los estudiantes puedan abordar con éxito la superación de las diferentes materias que configuran el plan de estudios de la titulación, sin que los niveles de exigencia y calidad se vean perjudicados, por la menor presencialidad de los créditos impartidos y del alumno en la Universidad. Constará de:

1. SESIONES DE ACOGIDA PARA ESTUDIANTES DE PRIMER CURSO:

La Sesión será dirigida por el Vicedecano de la Titulación, y su objetivo es proporcionar a todos los alumnos de la información específica de Publicidad y Relaciones Públicas, necesaria para un mejor aprovechamiento de su actividad académica.

Para ello se programa una sesión de acogida anual en el mes de octubre que se presentará en formato digitalizado en el Campus Virtual para los alumnos. Esta sesión tendrán los siguientes puntos fundamentales:

- a) Orientación académica.
- b) Orientación sobre el funcionamiento y organización de la titulación.
- c) Orientación sobre el entorno de enseñanza virtual de que dispone la UCAM.

2. ORIENTACIÓN ACADÉMICA CONTINUA:

El estudiante contará con tutorías de apoyo de forma periódica y colectiva, atendiendo a la planificación de la asignatura. Serán sesiones de 60 minutos donde se realizará una introducción de los contenidos que se van a exponer; a partir de los cuales se desarrollarán debates para asentar los conocimientos y poder desarrollar la formación práctica si así se requiere. Con este objetivo se utilizarán distintos medios: pizarras, transparencias, ordenadores con acceso a Internet y otros medios audiovisuales. Con esta metodología pretendemos que el alumno se sienta más involucrado en su proceso de aprendizaje y adquiera motivación para finalizar sus estudios.

3. COMUNICACIÓN CON LOS DELEGADOS Y SUBDELEGADOS:

Cada cuatrimestre se celebrarán reuniones virtuales del Equipo Directivo de Publicidad y Relaciones Públicas con los representantes de alumnos (delegados y subdelegados) de los cuatro cursos de la titulación de grado en Publicidad y Relaciones Públicas, con el objetivo de informarles de los asuntos y decisiones del Equipo Directivo que sean de su interés y recoger sus sugerencias.

4. DISPONIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN:

Toda la información ofrecida a los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas en todas las actividades anteriores, que forman parte del plan de acogida de la titulación, está disponible en todo momento a través de diferentes medios de forma simultánea: Web de la titulación, campus virtual de Publicidad y Relaciones Públicas, tabloneros de anuncios de la titulación, guía docente de la titulación digitalizada, guía académica/información de la Universidad digitalizada, etc.

Orientación académica.

El estudiante contará con tutorías de apoyo de forma periódica y colectiva para todos los alumnos que lo deseen, atendiendo a la planificación de la asignatura. Serán sesiones de 60 minutos donde se realizará una introducción de los contenidos que se van a exponer. A partir de los cuales se establecerán debates para asentar los conocimientos y poder desarrollar la formación práctica si así se requiere. Con este objetivo se utilizarán distintos medios: pizarra, transparencias, ordenadores con acceso a Internet y otros medios audiovisuales. Con esta metodología pretendemos que el alumno se sienta más involucrado en su proceso de aprendizaje y adquiera fortalecimiento para finalizar sus estudios.

Disponibilidad de la información:

Toda la información ofrecida a los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas en todas las actividades anteriores, que forman parte del plan de acogida de la titulación, está disponible en todo momento a través de diferentes medios de forma simultánea: Web de la titulación, en el entorno común del campus virtual de Publicidad y Relaciones Públicas, Guía Docente de la titulación Digitalizada, Guía académica/información de la Universidad Digitalizada, etc.

Otro aspecto que se unirá a la Guía Académica será la Guía del Alumno Campus Virtual (ver anexo), con el objetivo de que el estudiante cuente con un procedimiento que le permita conocer todos las herramientas y procesos adicionales como el material docente que van a disponer, los servicios y los puntos de atención o ayuda al estudiante. De este modo el estudiante podrá llevar a cabo con éxito su aprendizaje.

De igual modo, se desarrollará una Guía Académica digitalizada abreviada y el Manual de uso del Campus Virtual, para los alumnos del Curso de Complementos de Formación para los Diplomados en Publicidad y Relaciones Públicas que acceden al título oficial de Graduado/a en Publicidad y Relaciones Públicas donde se desarrollará: el plan de estudios, los horarios de tutorías, las fechas de exámenes, la relación de profesores por asignatura y su email de contacto, los horarios de tutoría individual y los programas de cada una de las asignaturas que conforman el plan de estudios.

Transferencia y reconocimiento de créditos

La UCAM ha elaborado la normativa al efecto: *Normativa sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos en las Enseñanzas de Grado y Postgrado en la Universidad Católica San Antonio de Murcia* publicada en la pagina web de la UCAM (<http://www.ucam.edu/servicios/ordenacion-academica/reconocimiento-y-transferencia-de-creditos/comisiones-de-reconocimiento-y-transferencia-de-creditos>), según se establece en al Art. 6 del R. D. 1393/2007, de 29 de octubre. Además de lo establecido en dicho artículo, se establecerán las siguientes reglas básicas, recogidas en el artículo 13 del referido R. D.:

- a) Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.
- b) Serán también objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas otras materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento del título al que se pretende acceder.

- c) El resto de los créditos podrán ser reconocidos por la Universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o bien que tengan carácter transversal.

Los estudiantes que quieran solicitar reconocimiento de créditos en el momento de la preinscripción, accederán mediante la web a los impresos correspondientes, según el procedimiento, fechas y criterios establecidos por la Secretaría de la UCAM, con el objetivo de llevar a cabo el procedimiento de reconocimiento de créditos según la Normativa de la Universidad expuesta anteriormente.

La Normativa universitaria anteriormente citada prevé, como establece el R. D. 1393/2007, de 29 de octubre en su art. 6, la transferencia de créditos cursados por el estudiante en enseñanzas oficiales a su expediente académico.

5. PLANIFICACIÓN DE LA ENSEÑANZA

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia

Formación básica	60
Obligatorias	156
Optativas	12
Prácticas Externas	6
Trabajo fin de grado	6
Total	240

Explicación general de la planificación del plan de estudios

El grado de Publicidad y Relaciones Públicas se articula en 14 módulos y 26 materias. Los módulos son los siguientes:

I FORMACIÓN EDUCACIÓN INTEGRAL

Constituido por tres materias, con un total de 18 créditos ECTS.

II MEDIOS PUBLICITARIOS

Constituido por una materia mixta (“Planificación de medios publicitarios”) y una materia obligatoria (“Nuevos soportes para la publicidad”) con un total de 18 créditos ECTS que se imparten al comienzo de la segunda mitad del grado. El carácter mixto de “Planificación de medios publicitarios” se debe a que se han considerado conocimientos básicos de rama parte de los créditos de la materia. Concretamente los 6 créditos de la asignatura “Planificación e Investigación de medios publicitarios, articulados dentro del epígrafe “Comunicación” del anexo II del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre.

III TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Constituido por tres materias obligatorias (“Tecnología de los medios impresos”, “Tecnología de los medios audiovisuales” y “Tecnología multimedia”), con un total de 18 créditos ECTS.

IV LEGISLACIÓN Y EMPRESA PUBLICITARIA

Constituido por una materia básica (“Deontología y autorregulación profesional”) y una materia obligatoria (“Aspectos empresariales de la comunicación”), con un total de 16,5 créditos ECTS. Estas dos materias se imparten en la segunda mitad del grado.

V LENGUAJE Y EXPRESIVIDAD

Módulo de carácter mixto constituido por dos materias, con un total de 30 créditos ECTS, que se imparten en la primera mitad del grado. Una de las materias (“Lenguaje y expresividad escrita”) se considera obligatoria mientras que la otra (“Lenguaje y expresividad oral”), con 6 créditos se entiende a efectos del Plan de Estudios de carácter básico, debido a que la asignatura “Comunicación oral” puede considerarse parte de las materias básicas que figuran en el anexo II del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre, dentro del epígrafe “Comunicación”.

VI AUDIOVISUAL APLICADO A LA PUBLICIDAD

Constituido por una materia mixta (“Técnicas de creación Audiovisual”) y una materia obligatoria (“Organización de la Producción”), con un total de 24 créditos ECTS. El carácter mixto de “Técnicas de creación Audiovisual” se debe a que el Plan de Estudios entiende que la asignatura “Fundamentos de la comunicación audiovisual” debe tener una presencia básica, articulándose dentro del epígrafe “Comunicación” del anexo II del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre.

VII TEORÍA Y TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA

Constituido por dos materias, con un total de 24 créditos ECTS. La primera de ellas, “Comunicación estratégica”, es de carácter mixto, debido a que la asignatura “Marketing aplicado a la comunicación” se adscribe a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas que figura en el anexo II del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre. Concretamente lo haría en el epígrafe “Empresa”. La otra materia de este módulo (“Fundamentos de la Comunicación Persuasiva”) tiene carácter obligatorio.

VIII TEORÍA Y TÉCNICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Constituido por una única materia de carácter obligatorio (“Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas”), con un total de 12 créditos ECTS.

IX CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN

Constituido por dos materias, con un total de 22,5 créditos ECTS, una de 10,5 créditos de carácter obligatorio (“Elaboración del mensaje”) y otra considerada básica, igualmente de 12 créditos (“Procesos creativos”). Esta última se adscribe a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas que figura en el anexo II del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre. Concretamente, las asignaturas “Inteligencia emocional y Psicología de la Comunicación” y “Creatividad en Comunicación” se encuadrarían ambas dentro del epígrafe “Psicología”.

X INTERACCIÓN DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL

Módulo constituido por dos materias, con un total de 24 créditos ECTS, una de 12 créditos de carácter mixto (“Interacción artística”) y otra considerada básica, igualmente de 12 créditos (“Interacción sociopolítica”). El carácter mixto de la primera se debe a que la asignatura “Comunicación y arte gráfico” se asigna a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas que figura en el anexo II del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre, bajo el epígrafe “Comunicación”. La segunda de las materias, “Interacción sociopolítica”, se adscribe a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas que figura en el anexo II del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre. Concretamente, las asignaturas “Sociología de la Comunicación” se encuadra dentro del epígrafe “Sociología” y “Estructura de las Instituciones Políticas” se considera perteneciente al epígrafe “Política”.

XI PRODUCTO PUBLICITARIO

Constituido por una materia obligatoria (“Ejecución de proyectos publicitarios”) de 9 créditos ECTS, e impartida al final del grado.

XII TRABAJO FIN DE GRADO

Con un total de 6 créditos ECTS. De esta forma se cumple lo referido en el punto 7 del artículo 12 (Directrices para el diseño de títulos de Graduado) que señala: *“El trabajo de fin de Grado tendrá entre 6 y 30 créditos. Deberá realizarse en la fase final del plan de estudios y estar orientado a la evaluación de competencias asociadas al título”*.

OPTATIVIDAD Y LIBRE ELECCIÓN

En la materia Optatividad se han previsto cuatro asignaturas de 4,5 de las que el alumno deberá elegir 2 y que se impartirán en el último año del grado.

En la materia Libre elección se ha previsto una asignatura de 3 créditos que se impartirá en el último año del grado.

PRACTICUM

Las prácticas externas se desarrollarán a lo largo del 4º año académico en empresas o instituciones del sector, o en aquellos centros de trabajo en los que se oferten plazas laborales que se atengan al perfil del grado. Las prácticas externas tendrán 6 ECTS.

Como puede observarse, se han previsto 60 créditos de formación básicas conforme el Real Decreto exige: 36 son créditos básicos de rama y 24 son básicos, con lo cual se ha cumplido el requisito que se consigna en el punto 5 del artículo 12 (Directrices para el diseño de títulos de Graduado) que señala: *“El plan de estudio deberá contener un mínimo de 60 créditos de formación básica, de los que, al menos, 36 estará vinculados a algunas de las materias que figuran en el anexo II de este Real Decreto para la rama*

de conocimiento a la que se pretenda adscribir el título. Estas materias deberán concretarse en asignaturas con un mínimo de 6 créditos cada una y serán ofertadas en la primera mitad del plan de estudios. Los créditos restantes hasta 60, en su caso, deberán estar configurados por materias básicas de la misma u otras ramas de conocimiento de las incluidas en el anexo II, o por otras materias siempre que se justifique su carácter básico para la formación inicial del estudiante o sus carácter transversal.”

Cr. de formación básica (60)	Materia básica	Asignaturas previstas	Se adscriben a las siguientes materias del Anexo II (Ciencias Sociales y Jurídicas)
Básicos de rama (36 cr.)	Comunicación estratégica (12 cr. en módulo mixto VII)	Marketing aplicado a la comunicación (6 cr.)	Empresa
	Procesos creativos (12 cr. en módulo mixto IX)	Creatividad en comunicación (6 cr.)	Psicología
		Inteligencia emocional y psicología de la comunicación (6 cr.)	Psicología
	Interacción sociopolítica (12 cr. en módulo mixto X)	Sociología de la Comunicación (6 cr.)	Sociología
		Estructura de las Instituciones Políticas (6 cr.)	Política
Lenguaje y expresividad oral (6 cr. en módulo mixto V)	Comunicación oral (6 cr.)	Comunicación	
Básicos (24 cr.)	Interacción artística (12 cr. en módulo mixto X)	Comunicación y arte gráfico (6 cr.)	
	Técnicas de creación audiovisual (18 cr. en el módulo mixto VI)	Fundamentos de la comunicación audiovisual (6 cr.)	
	Deontología y autorregulación profesional (6 cr. en módulo mixto IV)	Deontología y Legislación de la Comunicación (6 cr.)	
	Planificación de medios publicitarios (12 cr. en módulo mixto II)	Planificación e Investigación de medios publicitarios (6 cr.)	

El carácter de los 14 módulos varía, siendo 4 de carácter obligatorio (57 créditos), 7 de carácter mixto (159 créditos), 1 de carácter singular (6 créditos) y 1 de optatividad y libre elección (12 créditos).

Módulo	Carácter	Créditos
I. Educación integral	Obligatorio	18
II. Medios publicitarios	Mixto	18
III. Tecnología de la comunicación	Obligatorio	18
IV. Legislación y empresa publicitaria	Mixto	16,5
V. Lenguaje y expresividad	Mixto	30
VI. Audiovisual aplicado a la publicidad	Mixto	24
VII. Teoría y técnica de la comunicación persuasiva	Mixto	24
VIII. Teoría y técnica de las relaciones públicas	Obligatorio	12
IX. Creatividad e innovación en comunicación	Mixto	22,5
X. Interacción del entorno sociocultural	Mixto	24
XI. Producto publicitario	Obligatorio	9
XII. Trabajo fin de grado	Singular	6
Optatividad y Libre Elección	Optativas	12
Practicum		6
Total		240

A la hora de plantear la articulación del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas se decidió definir unas competencias transversales y actitudinales genéricas sobre las que se han cimentado todos los módulos que componen el Plan de Estudios, puesto que se considera imprescindible que el alumno las adquiera, desarrolle y domine a lo largo de todo su proceso de formación, es decir, desde el principio hasta el final del grado.

En cuanto a la estructuración por materias de cada módulo, el denominado *Educación Integral*, conformado por tres materias: “Teología” (9 ECTS), “Ética” (6 ECTS) y “Humanidades” (3 ECTS). Persigue un objetivo fundamental: promover una educación integral que posibilite el desarrollo pleno de la persona y la excelencia en su futuro profesional, tomando como elementos básicos los fundamentos de la cultura europea y occidental.

El módulo de *Medios publicitarios* (18 ECTS) se centra en enseñar cómo se lleva a cabo la “Planificación de medios Publicitarios” y en conocer las peculiaridades de los soportes tradicionales de difusión publicitaria y los “Nuevos soportes para la Publicidad”. Es lógico que estas materias se ubiquen en la segunda mitad del grado una vez que el alumno ha adquirido los conocimientos básicos profesionales. En este módulo el alumno aprenderá no sólo las cuestiones más generales sobre Planificación de medios e Investigación publicitaria de las audiencias y los procesos de consumo de los medios, sino cómo se lleva a cabo esta actividad en los medios convencionales y no convencionales, en los medios interactivos y en los contenidos audiovisuales de entretenimiento.

Bajo la denominación *Tecnología de la comunicación*, se agrupan tres materias de 6 créditos cada una: “Tecnología de los medios impresos”, “Tecnología de los medios audiovisuales” y “Tecnología multimedia”. Es un módulo orientado al conocimiento

teórico-práctico y a la aplicación de los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información en los diferentes soportes: prensa, radio, televisión e Internet. Se puede observar una progresión en la adquisición de conocimientos, competencias y habilidades que desembocan en una formación progresiva e integral del alumno, puesto que al comenzar la segunda mitad del Grado el estudiante habrá aprendido la tecnología necesaria para expresarse en un entorno multimedia en el que se combinan diferentes formas de expresión que han sido desarrolladas anteriormente.

El módulo mixto *Legislación y Empresa Publicitaria* (16,5 ECTS) profundiza en los “Aspectos empresariales de la Comunicación” (6 ECTS), tanto desde una concepción general de la Estructura de las industrias comunicativas como en una visión particular de la Organización empresarial en lo que a la publicidad y las relaciones públicas se refiere. Ninguno de estos ámbitos estaría completo prescindiendo de la “Deontología y autorregulación profesional” (10,5 ECTS), materia que contempla aspectos éticos y jurídicos. Ambas materias resultan imprescindibles para la formación del futuro profesional no sólo porque le orientan directamente al sector en el que va a trabajar sino porque le aporta los fundamentos deontológicos imprescindibles. Es por eso por lo que se considera un módulo de carácter mixto y se imparte en la segunda mitad del grado cuando el estudiante ha adquirido los conocimientos rudimentarios para comprender los grandes retos del ejercicio de su actividad.

El módulo *Lenguaje y Expresividad* está compuesto por dos materias: “Lenguaje y expresividad escrita” (24 ECTS) y “Lenguaje y expresividad oral” (6 ECTS). Su principal objetivo formativo responde a facilitar la adquisición de diversas competencias, todas ellas transversales, entre las que destacan algunas disciplinares como el conocimiento del uso correcto oral y escrito de la lengua o el conocimiento de los procesos informativos y comunicativos; y profesionales como las que hacen referencia a la capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa. Este módulo está pensado como una introducción para que el alumno aprenda a gestionar y elaborar los trabajos académicos a los que tendrá que hacer frente a lo largo de todo el grado, a la vez que aprende y se adiestra a expresar sus resultados de forma oral con claridad y eficacia. También hay que decir que hemos considerado muy necesario que el grueso de las asignaturas de este módulo se impartan en la primera mitad del grado, ya que la expresión escrita y oral son las herramientas básicas del quehacer comunicativo profesional.

El módulo *Audiovisual aplicado a la Publicidad* (24 ECTS) orienta al alumno hacia un ámbito específico de su quehacer profesional: el audiovisual, tanto en los aspectos expresivos y narrativos (materia “Técnicas de Creación Audiovisual”) como en los específicos de la producción y realización, plasmados en la materia “Organización de la producción”. De manera progresiva se avanza en las dos materias del módulo, desde los

“Fundamentos de la Comunicación Visual” en primer curso, pasando por la “Narrativa audiovisual” y la “Producción Audiovisual” en segundo, hasta llegar a la “Redacción Audiovisual” en tercero.

Bajo la denominación *Teoría y Técnica de la Comunicación Persuasiva* se incluyen las materias “Fundamentos de la Comunicación Persuasiva” (12 ECTS) y “Comunicación Estratégica” (12 ECTS). Ambas materias son complementarias y se orientan a la aplicación de los conocimientos básicos de la publicidad y la comunicación comercial a los campos de la comunicación institucional y de empresa, el marketing y la imagen corporativa. Los contenidos impartidos tienen como finalidad última la capacitación del alumno para el ejercicio de las específicas labores que se desarrollan tanto en la plantilla de un gabinete de comunicación de una institución, como al frente de la dirección de comunicación de cualquier empresa, profesiones de creciente implantación en todo el mundo. Además de las competencias profesionales más directas ya indicadas, estas materias inciden especialmente en formar al alumno en la iniciativa personal, en la búsqueda de soluciones a los problemas dados y al acercamiento al mundo de la comunicación empresarial persuasiva.

Las Relaciones Públicas se abordan de manera intensiva en el módulo *Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas* (12 ECTS) que se desarrolla en el último curso de grado para capacitar al estudiante en la organización de eventos y las Relaciones Públicas entendidas de manera global y estratégica como parte imprescindible de la comunicación que gestiona una empresa o institución.

Creatividad e innovación en comunicación es el siguiente módulo. Está integrado por las materias “Procesos creativos” (12 ECTS) y “Elaboración del mensaje” (10,5 ECTS), ambas orientadas a fomentar aquellas capacidades del alumno que le permitan desarrollar una correcta percepción de sí mismo y mejorar su relación con los demás (“Inteligencia emocional y psicología de la comunicación”) de cara a implementar los procesos creativos individuales y en equipo (“Creatividad en comunicación”). El desarrollo de la creatividad se orienta en el ejercicio profesional a la concepción y realización de los mensajes publicitarios, para lo que es preciso formar el criterio suficiente tanto en los aspectos textuales (“Lenguaje publicitario”) como visuales (“Dirección de arte y redacción publicitaria”). Se trata de competencias en las que se incide desde el comienzo del grado pero que está presente de manera transversal en otras asignaturas que exigen el cuidado del diseño de los aspectos formales y estéticos en los diferentes productos comunicativos que tendrán que desarrollar en la profesión.

En el módulo *Interacción del Entorno Sociocultural* (24 ECTS) se pretende facilitar al alumno el conocimiento básico para que comprenda la sociedad a la que va a servir a través de su ejercicio profesional. Se analizan, por tanto, aspectos políticos y sociológicos (materia “Interacción sociopolítica”). Pero además se incide (materia

“Interacción artística”) en un ámbito muy concreto relativo a la creatividad publicitaria, el del arte y la estética, plasmadas en diversos movimientos artísticos-culturales y, particularmente, en las obras cada vez más abundantes basadas en la ficción narrativa, ya sea ésta literaria, interpretativa, cinematográfica o televisiva. Se imparte en los cuatrimestres centrales del grado.

El módulo de *Producto publicitario* está conformado por la materia “Ejecución de Proyectos Publicitarios” (9 ECTS) y se enfoca a que el alumno, una vez que conoce los fundamentos de la producción en diferentes soportes, desarrolle su capacidad y habilidad para la ideación y ejecución de productos publicitarios complejos en cualquier soporte. Las asignaturas se conciben con una especial dimensión práctica, orientada a la producción específica, original, viable y creativa. Un profesional que es capaz de ejecutar todas las fases de ideación, planificación y ejecución de proyectos publicitarios tiene también muchas posibilidades de enfrentarse al mundo laboral en excelentes condiciones.

Se han previsto 9 créditos de asignaturas optativas que el alumno cursará en el último año del grado, así como 3 de Libre Elección.

Igualmente se ha considerado oportuno que los alumnos conozcan directamente la experiencia profesional propia de su actividad. Para ello se ha diseñado el módulo Practicum (6 créditos) orientado a la realización de prácticas externas en empresas o instituciones.

Tal y como indica la normativa de referencia, se ha diseñado el Plan de Estudios incluyendo un módulo de naturaleza tan específica como el *Trabajo Fin de Grado*, que permitirá poner en práctica y desarrollar todas las competencias adquiridas por el alumno a lo largo de sus estudios universitarios. Se le exigirá la ideación, ejecución y presentación pública de un proyecto de investigación teórica o de carácter práctico en el ámbito de la producción en el que se pueda poner de manifiesto el aprendizaje realizado.

Con el fin de presentar de una manera más esquemática y clarificadora la articulación del Plan de estudios, pasamos a incluir esta tabla en la que aparecen reseñados los módulos, créditos de los mismos, materias, asignaturas y los semestres en los que se imparten.

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURAS	SEMESTRE	ECTS (módulo)
EDUCACIÓN INTEGRAL	Teología	Teología I	1º	18
		Teología II	3º	
		Doctrina social y de la iglesia	5º	
	Ética	Ética fundamental	2º	
		Ética aplicada y bioética	4º	
	Humanidades	Humanidades	6º	
MEDIOS PUBLICITARIOS	Planificación de medios publicitarios	Planificación e investigación de medios publicitarios	5º	18
		Planificación publicitaria en medios no convencionales	6º	
	Nuevos soportes para la publicidad	Publicidad y entretenimiento audiovisual	8º	
TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	Tecnología de los medios impresos	Tecnología I: medios impresos	2º	18
	Tecnología de los medios audiovisuales	Tecnología II: medios audiovisuales	4º	
	Tecnología multimedia	Tecnología III: multimedia interactiva	5º	
LEGISLACIÓN Y EMPRESA PUBLICITARIA	Deontología y autorregulación profesional	Deontología y legislación de la comunicación	6º	16,5
	Aspectos empresariales de la comunicación	Estructura de las industrias comunicativas	5º	
		Organización empresarial de la publicidad y las relaciones públicas	7º	
LENGUAJE Y EXPRESIVIDAD	Lenguaje y expresividad escrita	Lengua	1º	30
		Redacción periodística	2º	
		Reportajes y entrevistas	3º	
		Gestión y exposición de trabajos académicos	3º	
	Lenguaje y expresividad oral	Comunicación oral	4º	
AUDIOVISUAL APLICADO A LA PUBLICIDAD	Técnicas de creación audiovisual	Fundamentos de la comunicación audiovisual	1º	24
		Narrativa audiovisual	3º	
		Redacción audiovisual	5º	
	Organización de la producción	Producción audiovisual	4º	
TEORÍA Y TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA	Fundamentos de la comunicación persuasiva	Publicidad y Relaciones Públicas	2º	24
		Estrategias de la comunicación publicitaria	7º	

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURAS	SEMESTRE	ECTS (módulo)
	Comunicación estratégica	Gestión de la comunicación y de la imagen	6º	
		Marketing aplicado a la comunicación	4º	
TEORÍA Y TÉCNICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	Fundamentos y técnicas de las relaciones públicas	Producción y organización de eventos	6º	12
		Relaciones públicas estratégicas	8º	
CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	Procesos creativos	Creatividad en comunicación	1º	22,5
		Inteligencia emocional y psicología de la comunicación	1º	
	Elaboración del mensaje	Lenguaje publicitario	3º	
		Dirección de arte y redacción publicitaria	7º	
INTERACCIÓN DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL	Interacción sociopolítica	Sociología de la comunicación	2º	24
		Estructura de las instituciones políticas	4º	
	Interacción artística	Comunicación y arte gráfico	2º	
		Estética y ficción en comunicación	6º	
PRODUCTO PUBLICITARIO	Ejecución de proyectos publicitarios	Taller de publicidad audiovisual	7º	9
		Taller de producción publicitaria impresa	8º	
TRABAJO FIN DE GRADO	Trabajo Fin de Grado	Trabajo Fin de Grado	7º y 8º	6
OPTATIVIDAD Y LIBRE ELECCIÓN	Optatividad	Aspectos legales de la publicidad y las relaciones públicas	8º	4,5
		Publicidad interactiva	8º	4,5
		Historia de la publicidad y las relaciones públicas	8º	
	Libre elección	Investigación de <i>targets</i>	8º	
	Libre elección	Libre elección	7ª	3
PRACTICUM	Practicum	Prácticas en empresas	7º y 8ª	6
				240

Con el fin de poder coordinar la labor de todos los docentes de las distintas asignaturas, se ha diseñado un procedimiento compuesto por los siguientes estamentos:

- 1) Las funciones atribuidas a la Junta de Facultad entre las que se encuentra la de velar por el pleno rendimiento entre la coordinación de los diferentes miembros del claustro docente.
- 2) Celebración de sesiones de coordinación vertical periódicas por áreas de conocimiento.
- 3) Celebración de sesiones de coordinación horizontal por cursos.

Tanto la celebración de sesiones de coordinación vertical como horizontal tienen como función elaborar una correspondencia más explícita entre las competencias a adquirir, los resultados de los aprendizajes previstos y los sistemas de evaluación previstos en el nuevo plan de estudios, para evitar así el solapamiento entre distintas materias o

módulos y facilitar de este modo tanto el aprendizaje gradual del alumno como un aprovechamiento más eficiente de los ECTS. Estas sesiones tendrán en principio una periodicidad semestral y permitirán terminar de perfilar y adecuar los contenidos de los módulos a las competencias profesionales del título como se recomienda en la evaluación provisional de la solicitud de grado elaborada por la ANECA. La responsabilidad de revisar los resultados de estas reuniones recaerá, concretamente, en la figura del Vicedecano del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Para finalizar este apartado, el procedimiento y sistema de evaluación de competencias vinculado a los módulos del plan de estudio –expresado en términos de horquillas– se ha confeccionado a partir del diseño de la metodología de cada asignatura integrada a su vez en una materia. De manera que esa metodología representa una media del sistema de evaluación de las materias, que a su vez, se ha calculado sobre la base del sistema de evaluación particular de cada asignatura. Esa es la razón por la que el sistema de evaluación no parece estar diversificado. La variedad en las metodologías se aprecia cuando descendemos al nivel de las materias y concretamente al de las asignaturas.

El diseño del sistema de evaluación se ha concebido atendiendo tanto a la naturaleza del contenido de las asignaturas –teórico, práctico o teórico-práctico– como a las competencias que el alumno debe adquirir al cursarlas. En la confección de esta metodología se ha valorado el tiempo que el estudiante dedicará a cada una de las actividades en función del carácter de la disciplina –la exposición teórica, las clases prácticas, trabajo en grupo, evaluación, tutorías, así como el estudio personal, preparación del material, sesiones de laboratorio y aprendizaje virtual–. Los datos de cada una de éstas, que varían sustancialmente entre sí en el seno de cada materia, son los que nos han servido para ofrecer un dato global de la metodología de cada módulo.

Planificación y gestión de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida

La movilidad será de forma presencial tanto para la modalidad presencial como para la semipresencial, y se acogerá a los procedimientos ya establecidos.

El Vicerrectorado de Relaciones Internacionales, a través de la Oficina de Relaciones Internacionales (ORI) es el responsable del “Plan de internacionalización de la Universidad” y coordina con otros Servicios el diseño de los programas, su oportunidad y puesta en marcha.

Información y seguimiento

Los estudiantes pueden obtener información de todos los programas mediante los folletos distribuidos, la página web, la atención personalizada (ORI y Tutor

departamental) y las numerosas sesiones informativas. Una vez en destino se mantiene contacto mensual con los estudiantes enviados (ficha mensual de seguimiento) y se realizan visitas de monitorización a algunos destinos. Asimismo se mantienen reuniones periódicamente con las diferentes instancias implicadas en la gestión de los Programas de intercambio –estudiantes, responsables, unidades administrativas, facultades, etc.

Principales criterios de selección aplicados

La selección de los estudiantes se funda en el tríptico resultados académicos, conocimiento lingüístico, motivación y aptitud. Los resultados académicos cuentan un 45% en la selección. El conocimiento lingüístico es, naturalmente, el segundo factor, en igualdad de condiciones que el primero –puntuación un 45% del total-. Para valorar las habilidades lingüísticas se realiza un examen de francés, inglés o alemán – según destino-. Por último, la información recabada de los aspectos uno y dos, se remite al Tutor Erasmus de la titulación concernida, que procede a realizar una entrevista personal a los preliminares seleccionados para las plazas. El Tutor dispone de un 10% discrecional -basado en motivación, adecuación académico, perfil del alumno y futura orientación profesional etc. para proceder a la selección.

Preparación Lingüística

Se organiza un curso en inglés de duración anual cuyas sesiones comienzan en noviembre, y que se suman a las asignaturas obligatorias de inglés, francés y alemán que reciben todos estudiantes inscritos en la UCAM. La asistencia se computará como mérito en el proceso de selección de estudiantes.

Sistema general de adjudicación de ayudas

El sistema de distribución de ayudas sigue los criterios determinados por la Agencia Nacional Erasmus. Las becas son proporcionales al número de meses reales disfrutados.

Sistema de reconocimiento y acumulación de créditos ECTS

La UCAM elabora junto con el estudiante un programa de estudios. Cuando concluya el tiempo de estancia en el extranjero, la universidad de acogida debe entregar al estudiante un certificado que confirme que se ha seguido el programa acordado, donde constan las asignaturas, módulos o seminarios cursados y las calificaciones obtenidas. La Universidad Católica, reconocerá y/o transferirá los créditos cursados por el estudiante a su expediente. Dicho reconocimiento sólo se denegará si el estudiante no alcanza el nivel exigido en la universidad de acogida o no cumple, por otros motivos, las condiciones exigidas por las universidades socias para alcanzar el pleno reconocimiento. Asimismo, si un estudiante se negase a cumplir las exigencias de su programa de estudios en el extranjero, la “Agencia Nacional Erasmus Española”, organismo que coordina, supervisa y controla las acciones del programa en nuestro país,

podrá exigir el desembolso de la beca. Esta medida no se aplicará a los estudiantes que por fuerza mayor o por circunstancias atenuantes comunicadas a los Tutores y a la ORI y aprobadas por escrito por la Agencia Nacional no hayan podido completar el período de estudios previsto en el extranjero.

Organización de la movilidad de los estudiantes de acogida

Relación de acciones de acogida y orientación: las acciones de acogida a un estudiante internacional las llevan a cabo diversos organismos de nuestra Universidad.

- 1.** Antes de la llegada, la ORI remite a la Universidad socia paquetes informativos individualizados para los estudiantes de acogida.
- 2.** Cuando el estudiante llega a nuestro campus, visita la ORI, que le informa, orienta, ayuda a encontrar alojamiento y guía por el campus.
- 3.** El Estudiante internacional lleva a cabo una entrevista con el Tutor o Tutores Erasmus de su titulación de destino, donde recibe detalles sobre el programa de estudios, el profesorado y los contenidos.
- 4.** La Agrupación de Acogida al Estudiante Internacional, integrada por ex alumnos internacionales de la UCAM, por futuros alumnos internacionales o por alumnos interesados en colaborar en la integración del estudiante internacional, contribuye a la adaptación del alumno en el entorno universitario, a su desarrollo lingüístico a la vez que coordina durante todo el año un programa de actividades de ocio, deportivas y extracurriculares.
- 5.** Los alumnos internacionales son acogidos por el responsable de la Unidad de Español para Extranjeros, que los introduce a los cursos de español. Los estudiantes recibidos cuentan con:
 - a. Cursos intensivos en septiembre y en febrero.
 - b. Cursos regulares de castellano durante todo el año.
- 6.** El Servicio de Biblioteca realiza actividades de formación para mostrar a los alumnos internacionales los medios bibliográficos y hemerográficos a su disposición y como acceder a ellos.
- 7.** El Servicio de Informática edita la Tarjeta de Estudiante.
- 8.** Autoridades: de forma tradicional, el Presidente y Rector de la Universidad dan la bienvenida a los Estudiantes internacionales.

En cuanto a los mecanismos de seguimiento de las acciones de movilidad, se ha previsto la celebración de reuniones periódicas de los profesores tanto por cursos como por áreas de conocimiento para elaborar una correspondencia más explícita entre las

competencias a adquirir, los resultados de los aprendizajes y los sistemas de evaluación previstos en el nuevo plan de estudios, para evitar así el solapamiento entre distintas materias o módulos y facilitar, asimismo, tanto el aprendizaje gradual del alumno como un aprovechamiento más eficiente de los ECTS. Estas sesiones tendrán, en principio, una periodicidad semestral y permitirán terminar de perfilar y adecuar los contenidos de los módulos a las competencias profesionales del título como se recomienda en la evaluación provisional de la solicitud de grado elaborada por la ANECA.

Por otro lado, es importante recordar que dentro de las atribuidas a la Junta de Facultad se encuentra la de velar por el pleno rendimiento entre la coordinación de los diferentes miembros del claustro de docentes del título de grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

La movilidad capacita a los estudiantes para alcanzar algunos de los objetivos propuestos en el grado, sobre todo los que se refieren a la idea de comprender el fenómeno de la comunicación comercial y de su función en la sociedad contemporánea en su contexto social, cultural, político, económico y empresarial, y cómo todos estos entornos varían en los diferentes países del mundo.

Relacionado con este punto, la internacionalización de la vida universitaria es un componente esencial de los procesos de aprendizaje, tanto desde la promoción y la estimulación de la movilidad internacional de los alumnos propios como de la acogida de los de instituciones foráneas, lo cual favorecerá el intercambio idiomático y facilitará el terreno a los egresados para su incorporación en el espacio europeo de educación superior.

Por último, el Plan de Movilidad resulta adecuado para poder alcanzar objetivos tan específicos como el del fomento de la capacidad creativa, crítica, analítica y reflexiva en relación al hecho publicitario, con un conocimiento teórico y práctico de los trabajos necesarios para transformar las necesidades del cliente en soluciones de comunicación eficaces en la consecución de los objetivos esperados. De igual forma las estancias en el extranjero conociendo diferentes culturas promueven una educación integral que posibilita el desarrollo pleno de la persona y la excelencia en su futuro profesional, tomando como elementos básicos los fundamentos de la cultura europea y occidental.

Los Coordinadores del Vicerrectorado de Relaciones Internacionales de la Universidad, al inicio de cada curso, organizan una serie de sesiones informativas a fin de explicar a los educandos las posibilidades de realizar estudios y prácticas en Europa, las ayudas que existen para tal fin y las condiciones necesarias que deben reunir los interesados en beneficiarse de una ayuda económica para sufragar la estancia académica en el extranjero

La difusión de la información relativa a la movilidad de los estudiantes se realiza a través de varios soportes: la propia página web de la Universidad, cartelería y folletos informativos y los representantes de la Oficina de Relaciones Internacionales.

El grado en Publicidad y Relaciones Públicas cuenta además con un “Tutor Coordinador Erasmus” que asesora a los estudiantes en todo el proceso, tanto en lo referido a la convalidación de asignaturas, como en lo tocante a los trámites y gestiones para el desplazamiento; además de llevar a cabo el seguimiento personal y académico durante su estancia fuera de la Universidad de origen.

A continuación se ofrece, un relación de las distintas instituciones educativas de grado superior con las que la UCAM mantiene relaciones de cooperación a distintos niveles académicos (también en el referido a los estudios universitarios en Publicidad y Relaciones Públicas), en el marco del Programa europeo SÓCRATES-ERASMUS, Programa de Intercambio UCAM-Ibero América, Programa de Intercambio UCAM-Norteamérica-Canadá-Overseas, así como los programas de Dobles Titulaciones en el Reino Unido.

PROGRAMAS DE AYUDA A LA MOVILIDAD	CONVENIO DE COLABORACION CON	PAÍS
Programa intercambio UCAM-Iberoamérica	Universidad Católica Santa María de los Buenos Aires	Argentina
	Universidad austral	Argentina
Programa intercambio UCAM Norteamérica-Canadá-Overseas	Benedictine University	Estado unidos
	Charleston University	Estado unidos
	Xaint Xavier University	Estado unidos
Programa Erasmus	Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt	Alemania
	Universite de Liege	Bélgica
	Diaconia University of Applied Sciences	Finlandia
	Humak University of Applied Sciences	Finlandia
	Universite de corse pascal paoli	Francia
	Universite charles de Gaulle Lille 3	Francia
	Universite de picardie Jules Verne	Francia
	Gloucestershire University	Reino unido
	University of central Lancashire	Reino unido
	Leeds Trinity and all Saints university	Reino unido
	Libera Università Maria SS. Assunta	Italia
	Università degli studi di Sassari	Italia
	Università degli studi di Siena	Italia
	Università degli studi della Calabria	Italia

PROGRAMAS DE AYUDA A LA MOVILIDAD	CONVENIO DE COLABORACION CON	PAÍS
	University of Wroclaw	Polonia
	University of Zielona Gora	Polonia
	Universidade de Coimbra	Portugal
	Karlstad University	Suecia
Doble Titulación	Staffordshire University	Reino unido
	Leeds Trinity and all Saints university	Reino unido

La Universidad Católica oferta a sus alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas siete programas de movilidad: el Programa Erasmus; el Programa Leonardo; el Programa UCAM-Ibero América; el Programa UCAM- Estados Unidos/Canadá/Overseas; el Programa UCAM-doble titulación; el Programa de Movilidad de Postgrado (para doctorandos o estudiantes de Master) y los Programas intensivos de perfeccionamiento de lenguas en el extranjero (durante el periodo estival).

El **programa Erasmus**, basado en el intercambio mutuo de estudiantes UCAM y la universidad socia de acogida, contempla la realización de una estancia estudiantil de un semestre académico, prolongable a un año con fines de perfeccionamiento lingüístico, convalidación de asignaturas y la oportunidad de conocer nuevas culturas, tradiciones. Los estudiantes participantes recibirán una beca de aproximadamente 400 € mensuales. Los fondos para financiar estas becas proceden de la Unión Europea, la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y el Ministerio de Educación y Ciencia.

El **programa Leonardo** tiene una visión más laboral. Los objetivos del programa son obtener una primera experiencia profesional en una empresa europea, completar su formación académica, acercarse a la realidad empresarial en un contexto internacional y mejorar sus competencias profesionales, aumentar sus posibilidades de inserción profesional y mejorar sus conocimientos lingüísticos en el país de destino. Las becas económicas para este programa rondan los 500 € mensuales, pero no son gestionados por la Universidad Católica sino que lo solicita el propio estudiante en los organismos españoles competentes.

El **programa UCAM-Ibero América**, basado en el intercambio mutuo de estudiantes UCAM y la universidad socia de acogida, contempla la realización de una estancia estudiantil de un semestre académico, prolongable a un año. Desde el año académico 2007/2008, aquellos estudiantes de esta universidad que resulten seleccionados cuentan con una beca económica procedente de fondos propios de la UCAM, dotada con 125 euros por mes de estancia, hasta un máximo de 6 meses. En años anteriores, la beca consistió en 300 euros totales por toda la estancia.

El programa pretende otorgar una dimensión internacional al currículum formativo del estudiante, desarrollar aptitudes de adaptación a un nuevo entorno y a un nuevo sistema educativo, profundizar su campo de formación y familiarizarse con la vida y las costumbres iberoamericanas.

El **programa UCAM-Norteamérica/Canadá/Overseas**, basado en el intercambio mutuo de estudiantes UCAM y la universidad socia de acogida, contempla la realización de una estancia estudiantil de un semestre académico, prolongable a un año. Desde el año académico 2007/2008, aquellos estudiantes de esta universidad que resulten seleccionados cuentan con una beca económica procedente de fondos propios de la UCAM, dotada con 250 euros por mes de estancia, hasta un máximo de 6 meses.

El programa pretende otorgar una dimensión internacional al currículum formativo del estudiante, desarrollar aptitudes de adaptación a un nuevo entorno y a un nuevo sistema educativo, profundizar su campo de formación y familiarizarse con la vida y las costumbres iberoamericanas.

El **programa de doble titulación** tiene como principal fin el obtener el título oficial de licenciado británico. De momento no existen becas económicas que apoyan este programa.

El **programa de movilidad de postgrado** (para doctorandos o estudiantes de Master) ofrece a estos alumnos la posibilidad de acogerse a uno de los anteriores programas de movilidad pero con fines de investigación.

Los **programas intensivos de idiomas** otorgan habilidades lingüísticas a todos los alumnos que decidan pasar un mes en el extranjero (Alemania e Inglaterra). Los estudiantes participantes pagan una matrícula en la Universidad Católica.

Metodología de enseñanza-aprendizaje semipresencial.

Las enseñanzas universitarias en la modalidad semipresencial en España cuentan con gran tradición y se ofrecen tanto en Universidades de naturaleza no presencial, como la Unversitat Oberta de Catalunya, la UDIMA de Madrid y la UNED, como en universidades que ofrecen títulos oficiales en sus distintas modalidades (presencial, semipresencial y a distancia).













La metodología de enseñanza-aprendizaje semipresencial que propone la Universidad Católica San Antonio de Murcia para los estudios de Graduado en Publicidad Y Relaciones Públicas parte de la consideración de que el diálogo didáctico que tiene como objetivo el aprendizaje del estudiante y la adquisición de las competencias del título es, en esta modalidad de estudios, no presencial, asincrónico en la mayoría de las ocasiones aunque apoyado en iniciativas como la videoconferencia y las sesiones de

chat, y simulado en el sentido de que la enseñanza semipresencial se plantea con base en la elaboración de materiales didácticos por equipos docentes que son proporcionados al estudiante. A tal fin los equipos están configurados por expertos en cada una de las materias del plan de estudios. Este sistema permite al estudiante una mayor flexibilidad en el aprendizaje, ya que puede decidir cuándo estudiar, el ritmo de su estudio, la forma en que empleará los materiales y recursos didácticos entre otros aspectos. Los materiales didácticos incluyen en todos los casos una estructura similar. El programa de la materia se desarrolla en unidades didácticas cada una de las cuales incluye los siguientes apartados: a) introducción y orientaciones para el estudio; b) objetivos; c) esquema de contenidos; d) exposición de contenidos; e) resumen; f) bibliografía; g) actividades; h) glosario; i) ejercicios de autoevaluación; j) soluciones; k) anexos y l) índice temático.

La metodología de enseñanza-aprendizaje semipresencial tiene como plataforma el Campus Virtual. Esta vía de comunicación entre el profesor y el estudiante permite la transmisión efectiva de la información y pone a disposición de los destinatarios los materiales, fuentes documentales y recursos pedagógicos en diferentes soportes (video, audio, etc.) que posibilitan y aseguran la adquisición de las competencias. Por otra parte los equipos docentes de las distintas materias, elaborarán, de forma coordinada con los equipos directivos de los títulos, la Guía Académica (e-learning), un elemento principal para la orientación del estudiante, donde se encuentra recogida información actualizada acerca del plan de estudios, el calendario académico, los programas de las asignaturas con la descripción de sus objetivos y contenidos, competencias y resultados de aprendizaje y actividades formativas y sistemas de evaluación. La elaboración de la Guía Académica está incluida en el proceso de calidad. Por último, la tutoría a través de recursos telemáticos y virtuales como el chat, el correo electrónico o la atención telefónica, adquiere un papel especialmente relevante esta modalidad de enseñanza-aprendizaje, ya que está dirigida a fomentar la participación activa de los alumnos, promover la comunicación entre los profesores y los estudiantes aumentando el número de contactos y el feedback entre los mismos.

Se realizarán pruebas de autoevaluación al finalizar cada unidad que muestren el progreso del alumno. Igualmente durante todo el proceso formativo del alumno, el claustro de profesores realizará un seguimiento continuo de la evolución del aprendizaje en la modalidad semipresencial. Se tiene previsto realizar tutoría con distintos medios (mail, webcams, foros, teléfono) que permitan un feed back continuo alumno/profesor. Además se utilizarán todos estos sistemas de comunicación ya detallados en el punto 7 de la memoria ya verificada.

Descripción de los módulos o materias

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal	Requisitos previos	Sistemas de evaluación	Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante
Módulo	EDUCACIÓN INTEGRAL	18,0	Obligatorias	1º, 2º, 3º, 4º, 5º y 6º semestre			
Módulo	MEDIOS PUBLICITARIOS	18,0	Mixto	5º, 6º y 8º semestre			
Módulo	TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	18,0	Obligatorias	2º, 4º y 5º semestre			
Módulo	LEGISLACIÓN Y EMPRESA PUBLICITARIA	16,5	Mixto	5º, 6º y 7º semestre			
Módulo	LENGUAJE Y EXPRESIVIDAD	30,0	Mixto	1º, 2º, 3º y 4º semestre			
Módulo	AUDIOVISUAL APLICADO A LA PUBLICIDAD	24,0	Mixto	1º, 3º, 4º y 5º semestre			
Módulo	TEORÍA Y TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA	24,0	Mixto	2º, 4º, 6º y 7º semestre			
Módulo	TEORÍA Y TÉCNICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	12,0	Obligatorias	6º y 8º semestre			
Módulo	CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	22,5	Mixto	1º, 3º y 7º semestre			
Módulo	INTERACCIÓN DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL	24,0	Mixto	2º, 4º y 6º semestre			
Módulo	PRODUCTO PUBLICITARIO	9,0	Obligatorias	7º y 8º semestre			
Módulo	TRABAJO FIN DE GRADO	6,0	Trabajo fin de carrera	7º y 8º semestre			
Módulo	OPTATIVIDAD Y LIBRE ELECCIÓN	12,0	Optativas	7º y 8º semestre			
Módulo	PRACTICUM	6,0	Obligatorias	7º y 8º semestre			

MÓDULO 1: EDUCACIÓN INTEGRAL

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal
Módulo	EDUCACIÓN INTEGRAL	18.0	Obligatorias	1º, 2º, 3º, 4º, 5º y 6º semestre

Requisitos previos

Ninguno

Sistemas de evaluación

Pruebas escritas: 70%

Trabajos individuales o en grupo: 30%

El sistema de calificaciones será el que figura en el RD 1.125/2003 de 5 de septiembre:

0-4,9 Suspenso (SS)

5,0-6,9 Aprobado (AP)

7,0-8,9 Notable (NT)

9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

- Exámenes teórico-prácticos:** puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - Resolución correcta del ejercicio
- Trabajos y exposiciones:** Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:

- a. Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - b. Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - c. Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documento
3. **Prácticas:** Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará:
- a. Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - b. Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - c. Calidad del producto obtenido

4. **Participación del estudiante**

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 35%
- 2.- Trabajos y exposiciones: 20%
- 3.- Prácticas: 35%

Participación del estudiante: 10%

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

El módulo consta de un total de 18 ECTS (450 horas) de trabajo para el alumno:

8,6 ECT (215 horas) de trabajo presencial:

4,8 ECTS (120 horas) de clases magistrales de los cuales 2,4 ECTS pertenecen a la materia Teología, 1,6 ECTS a la materia Ética y 0,8 ECTS a la materia Humanidades. El alumno adquiere las competencias: FE16, FE30, HE1, HE2, HE3, HE4, HE10, D7, D14

2,4 ECTS (60 horas) de seminarios prácticos en aula, de los cuales 1,2 ECTS pertenecen a la materia Teología, 0,8 ECTS a la materia Ética, y 0,4 ECTS a la materia

Humanidades. El alumno adquiere las competencias: FE3, FE6, FE12, FE16, FE29, FE30, HE11, HE14, HE16, HE43

1,4 ECTS (35 horas) de evaluación teórico-práctica de los cuales 0,7 ECTS pertenecen a la materia Teología, 0,5 ECTS a la materia Ética y 0,2 ECTS a la materia Humanidades. El alumno adquiere las competencias: FE6, FE12, FE24, HE1, HE2, HE3, HE4, HE10, P12

9,4 ECTS (235 horas) de trabajo no presencial: estudio personal, búsqueda de documentación, actividades de aprendizaje virtual, preparación de trabajos.

3,2 ECTS (80 horas) de trabajo en grupo preparando trabajos y seminarios. El alumno adquiere las competencias: FE3, FE6, FE12, HE2, HE10

6,2 ECTS (155 horas) de estudio personal del alumno. El alumno adquiere las competencias: FE3, FE6, FE12, HE2, HE10

Además de todas las Transversales y Actitudinales de la Titulación

MÓDULO: EDUCACIÓN INTEGRAL. 450 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 8.6 ECTS, 215 horas.

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Teología	Teología I	20	5	5	3	2,5	35,5	Horas
		0,8	0,2	0,2	0,12	0,1	1,42	ECTS
	Teología II	20	5	5	3	2,5	35,5	Horas
		0,8	0,2	0,2	0,12	0,1	1,42	ECTS
	Doctrina Social de la Iglesia	20	5	5	3	3	36	Horas
		0,8	0,2	0,2	0,12	0,12	1,44	ECTS
Ética	Ética Fundamental	20	5	5	3	3,25	36,25	Horas
		0,8	0,2	0,2	0,12	0,13	1,45	ECTS
	Ética Aplicada y Bioética	20	5	5	3	3,25	36,25	Horas
		0,8	0,2	0,2	0,12	0,13	1,45	ECTS
Humanidades	Humanidades	20	5	5	3	2,5	35,5	Horas
		0,8	0,2	0,2	0,12	0,1	1,42	ECTS
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS		FE16, FE30, HE1, HE2, HE3, HE4, HE10	FE3, FE6, FE12, FE16, FE29, FE30, HE11, HE14, HE16, HE43	FE3, FE6, FE12, HE2, H10	FE6, FE12, FE24, HE1, HE2, HE3, HE4, HE10, P12			

NO PRESENCIAL: 9.4 ECTS, 235 horas.

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL	
Teología	Teología I	1,03	0,53			1,56	Horas
		25,83	13,3			39,16	ECTS
	Teología II	1,03	0,53			1,56	Horas
		25,83	13,3			39,16	ECTS
	Doctrina Social de la Iglesia	1,03	0,53			1,56	Horas
		25,83	13,3			39,16	ECTS
Ética	Ética Fundamental	1,03	0,53			1,56	Horas
		25,83	13,3			39,16	ECTS
	Ética Aplicada y Bioética	1,03	0,53			1,56	Horas
		25,83	13,3			39,16	ECTS
Humanidades	Humanidades	1,03	0,53			1,56	Horas
		25,83	13,3			39,16	ECTS
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS		FE3, FE6, FE12, HE2, HE10	FE3, FE6, FE12, HE2, HE10				

FE16. Habilidad para tomar en cuenta ideas y modos de pensar poco familiares

FE29. Facilidad para comprometerse con los intereses de la vida cotidiana

FE30. Sensibilidad a la diversidad de opiniones prácticas y modos de vida

HE10. Conocimiento del comportamiento humano y social

HE11. Conocimiento de técnicas y métodos de trabajo y análisis de las ciencias humanas y sociales

Los objetivos propuestos para el desarrollo del plan formativo, incorporan las particularidades de un centro universitario de vocación católica y comprometido con ofrecer a los estudiantes una formación integral y personalizada, así como una capacitación suficiente como para hacer frente a las necesidades y la demanda que la sociedad requiere de los publicistas y los relaciones públicas. Así, mediante la propuesta del módulo incluido en plan de estudios, sobre “formación integral”, se intenta promover una educación que posibilite el desarrollo pleno de la persona y la excelencia en su futuro profesional, tomando como elementos básicos los fundamentos de la cultura europea y occidental: la teología, la ética y las humanidades.

El Módulo de Educación Integral en nuestra titulación viene a integrar los contenidos a los que hace referencia el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre:

“Se debe tener en cuenta que la formación en cualquier actividad profesional debe contribuir al conocimiento y desarrollo de los Derechos Humanos, los principios democráticos, los principios de igualdad entre mujeres y hombres, de solidaridad, de protección medioambiental, de accesibilidad universal y diseño para todos, y de fomento de la cultura de la paz” (introducción). “Entre los principios generales que deberán inspirar el diseño de los nuevos títulos, los planes de estudios deberán tener en cuenta que cualquier actividad profesional debe realizarse:

- a) desde el respeto a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos derechos.
- b) desde el respeto y promoción de los Derechos Humanos y los principios de accesibilidad universal y diseño para todos de conformidad con lo dispuesto en la disposición final de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas, relacionadas con dichos derechos y principios.

De acuerdo con los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos, y debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos valores” (capítulo I, artículo 3, párrafo 5. Ver también las referencias a la “educación integral” en la Ley Andaluza de Universidades 15/2003, de 22 de diciembre; BOE , nº 14, de 16 de enero de 2004)

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante en la modalidad semipresencial

El módulo consta de un total de 18 ECTS (450 horas) de trabajo para el alumno:

3,6 ECT (90 horas) de trabajo presencial:

1,2 ECTS (30 horas) de clases prácticas en aula, de los cuales:

0,6 ECTS (15 horas) pertenecen a la materia *Teología*

0,4 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia *Ética*

0,2 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia *Humanidades*

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- específicas del módulo de formación integral: FE3, Fe6, FE12, FE16, FE29, FE30, HE11, HE14, HE16, HE43

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T1

0,96 ECTS (24 horas) de evaluación teórico-práctica de los cuales:

0,48 ECTS (horas) pertenecen a la materia *Teología*

0,32 ECTS (horas) pertenecen a la materia *Ética*

0,16 ECTS (horas) pertenecen a la materia *Humanidades*

El alumno adquiere las siguientes competencias:

- disciplinares (saber): D7, D14

- profesionales: P12

- específicas del módulo de formación integral: FE6, FE12, FE24, HE1, HE2, HE3, HE4, HE10

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T1

2,40 ECTS (60 horas) de Tutorías, de los cuales:

0,72 ECTS (horas) pertenecen a la materia *Teología*

0,48 ECTS (horas) pertenecen a la materia *Ética*

0,24 ECTS (horas) pertenecen a la materia *Humanidades*

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

14,4 ECTS (360 horas) de trabajo no presencial: estudio personal, búsqueda de documentación, actividades de aprendizaje virtual, preparación de trabajos.

7,2 ECTS (180 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc... utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales: 0,6 ECTS pertenecen a la materia Teología, 0,4 ECTS a la materia Ética, y 0,2 ECTS a la materia Humanidades.:

3,60 ECTS (90 horas) pertenecen a la materia *Teología*

2.4 ECTS (60 horas) pertenecen a la materia *Ética*

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia *Humanidades*

El alumno adquiere las siguientes competencias:

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13, A14, A15, A16, A17

- específicas del módulo de formación integral: FE3, FE6, FE12, HE2, HE10

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T1

0,48 ECTS (12 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc... utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,24 ECTS (6 horas) pertenecen a la materia *Teología*

0,16 ECTS (4 horas) pertenecen a la materia *Ética*

0,08 ECTS (2 horas) pertenecen a la materia *Humanidades*

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

3,12 ECTS (78 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas informáticas, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/las cuales:

1,56 ECTS (39 horas) pertenecen a la materia *Teología*

1,04 ECTS (26 horas) pertenecen a la materia *Ética*

0,52 ECTS (13 horas) pertenecen a la materia *Humanidades*

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

3,6 ECTS (90 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El profesor se preocupa de la participación activa del alumno mediante las distintas herramientas propuestas y disponibles a través del Campus Virtual. De esta forma, el profesor supervisa, controla y evalúa constantemente los resultados de aprendizaje del alumno.

- Foro: esta herramienta está dirigida a la autoevaluación, ya que permite desarrollar un tema específico, y cuya dinámica permite a los estudiantes ir nutriendo y generando un debate con los diferentes planteamientos e intervenciones que realicen. Estas serán moderadas por el profesor y las reorientará hacia el propósito formativo.
- Chat: este espacio cabe destacar como estrategia pedagógica de evaluación formativa, al ser considerado como una herramienta interactiva sincrónica que permite establecer diálogos de discusión, reflexión para generar conocimiento y retroalimentación inmediata.
- Videoconferencia: transmisión de charlas o seminarios del profesor con la participación de los alumnos.
- Autoevaluación: desarrollo de ejercicios periódicos donde el alumno se autoevalúe sobre las competencias adquiridas.

El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

1,80 ECTS (45 horas) pertenecen a la materia *Teología*

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia *Ética*

0,60 ECTS (15 horas) pertenecen a la materia *Humanidades*

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D17, D14
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13, A14, A15, A16, A17
- específicas del módulo de formación integral: FE16, FE30, HE1, HE2, HE3, HE4, HE10

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: EDUCACIÓN INTEGRAL, 18 ECTS, 450 horas.

PRESENCIAL: 3,6 ECT (90 horas)

MATERIA	ASIGNATURAS		CLASES PRÁCTICAS		EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL
Teología	Teología I		5		4	6	15
	Teología II		5		4	6	15
	Doctrina Social de la Iglesia		5		4	6	15
Ética	Ética Fundamental		5		4	6	15
	Ética Aplicada y Bioética		5		4	6	15
Humanidades	Humanidades		5		4	6	15

COMPETENCIAS	Disciplinares				D7, D14	Todas	
	Actitudinales					Todas	
	Profesionales				P12		
	Específicas del módulo de formación integral		FE3, FE6, FE12, FE16, FE29, FE30, HE11, HE14, HE16, HE43		FE6, FE12, FE24, HE1, HE2, HE3, HE4, HE10	Todas	
	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19					

NO PRESENCIAL: 14,4 ECTS (360 horas)

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL
Teología	Teología I	30	2	13	15	60
	Teología II	30	2	13	15	60
	Doctrina Social de la Iglesia	30	2	13	15	60
Ética	Ética Fundamental	30	2	13	15	60
	Ética Aplicada y Bioética	30	2	13	15	60
Humanidades	Humanidades	30	2	13	15	60

COMPETENCIAS	Disciplinares				D7, D14	
	Actitudinales	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13, A14, A15, A16, A17			A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13, A14, A15, A16, A17	
	Específicas del módulo de formación integral	FE3, FE6, FE12, HE2, HE10			FE16, FE30, HE1, HE2, HE3, HE4, HE10	
	Profesionales					
	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19				

Contenidos de módulo/materia. Observaciones

Las materias comprendidas en este módulo se impartirán con la siguiente secuencia temporal: Teología: 1º semestre de 1º, 2º y 3º curso; Ética: 1º semestre de 1º curso y 2º semestre de 2º curso y Humanidades: 2º semestre del 3º curso.

Teología I

Revelación de Dios y respuesta del hombre. Elementos de antropología teológica. Fe y razón. La revelación de Dios. La Sagrada Escritura. La profesión de fe.

Teología II

Lo que la Iglesia celebra y vive. La Iglesia. Liturgia y sacramentos. La vocación del hombre y la vida moral. La oración cristiana.

Doctrina Social de la Iglesia

Concepto e Historia de la doctrina social de la Iglesia. Persona y sociedad: el carácter comunitario de la vocación humana. Principales documentos del Magisterio. La participación en la vida social: la autoridad; El bien común. La justicia social: el respeto de la persona. Igualdades y diferencias entre los hombres. Solidaridad humana. La responsabilidad ante la naturaleza

Ética fundamental

Teorías éticas contemporáneas. Aproximación a la ética filosófica. Historia y clarificación conceptual de la ética. Teorías éticas contemporáneas. Fundamentación antropológica de la ética. La persona humana y la Ley natural. La persona Humana y la dignidad.

Ética aplicada a la Bioética

Cuestiones éticas actuales. Familia, política, profesión y ecología. Bioética fundamental y específica. Concepto e historia de la bioética. Corrientes actuales de bioética y su repercusión en la sociedad. Temas actuales de bioética.

Humanidades

Historia e identidad. Historia y cultura. El conocimiento humano y sus límites. Sociedad y política. El carácter finito del ser humano. La apertura a la trascendencia. El ser humano como ser simbólico. Arte y Creatividad.

Descripción de las competencias

(Descritas en el apartado de Objetivos de esta aplicación)

Competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

Competencias específicas:

- a) Disciplinarias: D7, D14
- b) Profesionales: P12
- c) Actitudinales: A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10

Competencias específicas módulo Formación integral:

FE3, FE6, FE12, FE29, FE16, FE24, FE30, HE1, HE2, HE3, HE4, HE10, HE11, HE14, HE16, HE43

Descripción de las materias o asignaturas

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Teología	9.0	Obligatorias
Ética	6.0	Obligatorias
Humanidades	3.0	Obligatorias

Descripción de la materia *Teología*:

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Teología I	3.0	Obligatorias
Teología II	3.0	Obligatorias
Doctrina social de la Iglesia	3.0	Obligatorias

Descripción de la materia *Ética*:

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Ética Fundamental	3.0	Obligatorias
Ética Aplicada y Bioética	3.0	Obligatorias

Descripción de la materia *Humanidades*:

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Humanidades	3.0	Obligatorias

MÓDULO 2: MEDIOS PUBLICITARIOS

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal
Módulo	MEDIOS PUBLICITARIOS	18.0	Mixto	5º, 6º y 8º semestre

Requisitos previos

Ninguno

Sistemas de evaluación

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

- 1 Exámenes teórico-prácticos: puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - Resolución correcta del ejercicio
- 2 Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documentos
- 3 Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará.
 - Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - Calidad del producto obtenido

Por la diferente naturaleza de las asignaturas que integran el módulo, el rango de las ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores se encuentra en las horquillas siguientes:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40-50 %
- 2.- Trabajos y exposiciones: 20-40 %
- 3.- Prácticas: 10-40%

El sistema de calificaciones será el que figura en el RD 1.125/2003 de 5 de septiembre:

- 0-4,9 Suspenso (SS)
- 5,0-6,9 Aprobado (AP)
- 7,0-8,9 Notable (NT)
- 9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

1. **Exámenes teórico-prácticos:** puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - a. Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - b. Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - c. Resolución correcta del ejercicio
2. **Trabajos y exposiciones:** Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - a. Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - b. Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración.
 - c. Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documento.
3. **Prácticas:** Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará:
 - a. Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden).

- b. Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados.
- c. Calidad del producto obtenido.

4. **Participación del estudiante**

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40-50%
- 2.- Trabajos y exposiciones: 20-40%
- 3.- Prácticas: 10-40%
- 4.- Participación del estudiante: 10%

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

El MÓDULO consta en total de 18 ECTS (450 horas) de trabajo para el alumno:

7,20 ECTS (180 horas) de Trabajo Presencial (40%)

3,44 ECTS (86 horas) de exposición teórica, es decir, la exposición mediante presentación o explicación por parte del profesor, de los/las cuales:

2,24 ECTS (56 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

1,2 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,32 ECTS (33 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en

el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

0,88 ECTS (22 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

0,44 ECTS (11 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,2 ECTS (30 horas) de Trabajo en grupo, es decir, sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común, de los/las cuales:

0,8 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

0,4 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D8, D9, D12, D13, D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,64 ECTS (16 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,48 ECTS (12 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

0,16 ECTS (4 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,6 ECTS (15 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

0,4 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

0,2 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

10,8 ECTS (270 horas) de Trabajo No Presencial (60%)

4,32 ECTS (108 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

2,88 ECTS (72 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

1,44 ECTS (36 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30

- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

3,24 ECTS (81 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

1,80 ECTS (45 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

1,44 ECTS (36 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,00 ECTS (50 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/as cuales:

1,44 ECTS (36 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

0,56 ECTS (14 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,24 ECTS (31 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

1,08 ECTS (27 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

0,16 ECTS (4 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D21, D23, D29, D37

- profesionales (saber hacer): P7, P8, P11, P12, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: MEDIOS PUBLICITARIOS. 450 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 7.2 ECTS, 180 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Planificación de medios publicitarios	Planificación e investigación de medios publicitarios	28	11	10	6	5	60	Horas
		1,12	0,44	0,4	0,24	0,2	2,4	Cdts
	Planificación publicitaria en medios no convencionales	28	11	10	6	5	60	Horas
		1,12	0,44	0,4	0,24	0,2	2,4	Cdts
Nuevos soportes para la publicidad	Publicidad y entretenimiento audiovisual	30	11	10	4	5	60	Horas
		1,2	0,44	0,4	0,16	0,2	2,4	Cdts
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3 , T4, T5, T6 , T7, T8, T9 , T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D1, D2, D3, D5 , D6 , D7 , D8, D10, D12 , D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20 , D22 , D23 , D24 , D25, D26 , D27 , D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40	D6 , D9, D10, D11, D12 , D13, D18, D21 , D22 , D23 , D28, D29, D30, D32, D33, D37	D1, D2, D8, D9, D12 , D13, D16, D18, D20 , D21 , D22 , D23 , D26 , D27 , D29, D30, D32, D37	D1, D2, D3, D21 , D23 , D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales	P6 , P7, P8, P13 , P14 , P15, P16 , P17, P18, P19 , P20, P37	P3, P7, P8, P11, P12 , P17, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P3, P5 , P6 , P7, P8, P11, P12 , P13 , P14 , P15, P16 , P17, P18, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34 , P35	P1 , P2, P3, P4, P5 , P7, P8, P9, P10, P11, P12 , P13 , P14 , P15, P16 , P17, P18, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36	Todas		
Actitudinales	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 10.8 ECTS, 270 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Planificación de medios publicitarios	Planificación e investigación de medios publicitarios	36	27	18	9	90	Horas	
		1,44	1,08	0,72	0,36	3,6	Cdts	
	Planificación publicitaria en medios no convencionales	36	18	18	18	90	Horas	
		1,44	0,72	0,72	0,72	3,6	Cdts	
Nuevos soportes para la publicidad	Publicidad y entretenimiento audiovisual	36	36	14	4	90	Horas	
		1,44	1,44	0,56	0,16	3,6	Cdts	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D12, D13, D23, D29, D30	D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D21, D23, D29, D37			
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37	P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P7, P8, P11, P12, P37			
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12			

T9. Capacidad para trabajar en equipo

T6. Capacidad de gestión de la información

T3. Capacidad de organización y planificación

D5. Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios

D6. Estudio de los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias

D7. Comprensión y análisis de los procesos de investigación de audiencias

D12. Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación

D20. Conocimiento del comportamiento humano y social

D21. Conocimiento de las herramientas informáticas aplicadas a la planificación de medios

- D22. Estudio teórico y práctico del uso de los medios convencionales y no convencionales en la difusión de la comunicación persuasiva
- D23. Conocimiento de las aplicaciones publicitarias multimedia en soportes interactivos
- D24. Conocer la relación que existe entre publicidad, audiencia y entretenimiento audiovisual
- D26. Conocer las posibilidades del patrocinio, *product placement* y *brand placement* dentro del entretenimiento audiovisual
- D27. Conocer las técnicas de promoción y explotación comercial más habituales dentro del mercado audiovisual
- P1. Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de la atención al cliente de la agencia
- P5. Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrolla el departamento de medios de una agencia
- P6. Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación
- P12. Capacidad y habilidad para el manejo de herramientas y tecnologías informáticas usadas en la planificación de medios
- P13. Capacidad y habilidad para explotar la publicidad en torno a productos de entretenimiento audiovisual
- P14. Capacidad y habilidad para planificar estratégicamente una campaña publicitaria de lanzamiento de películas, series o programas de televisión, así como la utilización de técnicas de promoción eficaces y creativas
- P16. Capacidad y habilidad para reflexionar sobre los procesos de patrocinio de los productos audiovisuales de entretenimiento
- P19. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación en sus diversas formas combinadas o nuevos soportes digitales
- P34. Capacidad para delegar funciones en los diferentes componentes del equipo
- P35. Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieren recursos humanos y de cualquier otra naturaleza

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante en la modalidad semipresencial

El MÓDULO consta en total de 18 ECTS (450 horas) de trabajo para el alumno:

3,6 ECTS (90 horas) de Trabajo Presencial (20%)

1,32 ECTS (33 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

0,88 ECTS (22 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

0,44 ECTS (11 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,64 ECTS (16 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,48 ECTS (12 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

0,16 ECTS (4 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19
1,64 ECTS (41 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

1,04 ECTS (26 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

0,6 ECTS (15 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

14,4 ECTS (360 horas) de Trabajo No Presencial (80%)

4,32 ECTS (108 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

2,88 ECTS (72 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

1,44 ECTS (36 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30

- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

3,24 ECTS (81 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

1,80 ECTS (45 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

1,44 ECTS (36 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,00 ECTS (50 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/as cuales:

1,44 ECTS (36 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

0,56 ECTS (14 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

4,84 ECTS (121 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El profesor se preocupa de la participación activa del alumno mediante las distintas herramientas propuestas y disponibles a través del Campus Virtual. De esta forma, el profesor supervisa, controla y evalúa constantemente los resultados de aprendizaje del alumno.

- Foro: esta herramienta está dirigida a la autoevaluación, ya que permite desarrollar un tema específico, y cuya dinámica permite a los estudiantes ir nutriendo y generando un debate con los diferentes planteamientos e intervenciones que realicen. Estas serán moderadas por el profesor y las reorientará hacia el propósito formativo.
- Chat: este espacio cabe destacar como estrategia pedagógica de evaluación formativa, al ser considerado como una herramienta interactiva sincrónica que permite establecer diálogos de discusión, reflexión para generar conocimiento y retroalimentación inmediata.

- Videoconferencia: transmisión de charlas o seminarios del profesor con la participación de los alumnos.
- Autoevaluación: desarrollo de ejercicios periódicos donde el alumno se autoevalúe sobre las competencias adquiridas.

El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

3,48 ECTS (87 horas) pertenecen a la materia Planificación de Medios Publicitarios

1,36 ECTS (34 horas) pertenecen a la materia Nuevos Soportes para la Publicidad

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: MEDIOS PUBLICITARIOS. 450 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 3,6 ECTS, 90 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Planificación de medios publicitarios	Planificación e investigación de medios publicitarios		11		6	13	30	Horas
			0,44		0,24	0,52	1,2	ECTS
	Planificación publicitaria en medios no convencionales		11		6	13	30	Horas
			0,44		0,24	0,52	1,2	ECTS
Nuevos soportes para la publicidad	Publicidad y entretenimiento audiovisual		11		4	15	30	Horas
			0,44		0,16	0,6	1,2	ECTS
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3 , T4, T5, T6 , T7, T8, T9 , T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares		D6 , D9, D10, D11, D12 , D13, D18, D21 , D22 , D23 , D28, D29, D30, D32, D33, D37		D1, D2, D3, D21 , D23 , D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales		P3, P7, P8, P11, P12 , P17, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33		P1 , P2, P3, P4, P5 , P7, P8, P9, P10, P11, P12 , P13 , P14 , P15, P16 , P17, P18, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36	Todas		
	Actitudinales		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 14,4 ECTS, 360 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Planificación de medios publicitarios	Planificación e investigación de medios publicitarios	36	27	18	39	120	Horas	
		1,44	1,08	0,72	1,56	4,8	ECTS	
	Planificación publicitaria en medios no convencionales	36	18	18	48	120	Horas	
		1,44	0,72	0,72	1,92	4,8	ECTS	
Nuevos soportes para la publicidad	Publicidad y entretenimiento audiovisual	36	36	14	34	120	Horas	
		1,44	1,44	0,56	1,36	4,8	ECTS	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3 , T4, T5, T6 , T7, T8, T9 , T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D12, D13, D23, D29, D30	D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D1, D2, D3, D5 , D6 , D7 , D8, D9, D10, D12 , D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20 , D21, D22 , D23 , D24 , D25, D26 , D27 , D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40			
	Profesionales	P2, P3, P4, P5 , P7, P8, P9, P10, P11, P12 , P13 , P14 , P15, P16 , P17, P18, P19 , P20, P36, P37	P3, P5, P7, P8, P11, P12 , P17, P18, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37	P3, P7, P8, P11, P12 , P17, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P3, P5 , P6 , P7, P8, P11, P12 , P13 , P14 , P15, P16 , P17, P18, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34 , P35 , P37			
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13			

T9. Capacidad para trabajar en equipo

T6. Capacidad de gestión de la información

T3. Capacidad de organización y planificación

- D5. Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios
- D6. Estudio de los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias
- D7. Comprensión y análisis de los procesos de investigación de audiencias
- D12. Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación
- D20. Conocimiento del comportamiento humano y social
- D21. Conocimiento de las herramientas informáticas aplicadas a la planificación de medios
- D22. Estudio teórico y práctico del uso de los medios convencionales y no convencionales en la difusión de la comunicación persuasiva
- D23. Conocimiento de las aplicaciones publicitarias multimedia en soportes interactivos
- D24. Conocer la relación que existe entre publicidad, audiencia y entretenimiento audiovisual
- D26. Conocer las posibilidades del patrocinio, *product placement* y *brand placement* dentro del entretenimiento audiovisual
- D27. Conocer las técnicas de promoción y explotación comercial más habituales dentro del mercado audiovisual
- P1. Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de la atención al cliente de la agencia
- P5. Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrolla el departamento de medios de una agencia
- P6. Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación
- P12. Capacidad y habilidad para el manejo de herramientas y tecnologías informáticas usadas en la planificación de medios
- P13. Capacidad y habilidad para explotar la publicidad en torno a productos de entretenimiento audiovisual
- P14. Capacidad y habilidad para planificar estratégicamente una campaña publicitaria de lanzamiento de películas, series o programas de televisión, así como la utilización de técnicas de promoción eficaces y creativas
- P16. Capacidad y habilidad para reflexionar sobre los procesos de patrocinio de los productos audiovisuales de entretenimiento
- P19. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación en sus diversas formas combinadas o nuevos soportes digitales
- P34. Capacidad para delegar funciones en los diferentes componentes del equipo
- P35. Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieren recursos humanos y de cualquier otra naturaleza

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Contenidos de módulo/materia. Observaciones

Planificación de medios publicitarios

Bases para el estudio de la Planificación. Investigación de Medios: fuentes. Variables de análisis en la planificación de Medios. Sistemática de trabajo para la planificación de medios. Los medios publicitarios convencionales. Técnicas de comunicación *below the line*. Técnicas virales. *Buzz marketing*. Marketing de guerrillas. El *Place marketing*. Generación de eventos. Publicidad en telefonía móvil: *bluetooth*.

Nuevos soportes para la publicidad

El *product placement*. La publicidad en el entretenimiento audiovisual. Técnicas de promoción eficaces y creativas en el lanzamiento de películas, series o programas de televisión. La publicidad como elemento limitador de la creatividad artística y narrativa. Planificación estratégica de productos de entretenimiento audiovisual: patrocinio.

Descripción de las competencias

(Descritas en el apartado de Objetivos de esta aplicación)

Competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

Competencias específicas:

- a) Disciplinarias: D1, D4, D5, D6, D7, D9, D10, D11, D12, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27
- b) Profesionales: P5, P6, P7, P12, P13, P14, P15
- c) Actitudinales: A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11

Descripción de las materias o asignaturas

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Planificación de medios publicitarios	12.0	Mixto
Nuevos soportes para la publicidad	6.0	Obligatorias

Descripción de la materia *Planificación de medios publicitarios*:

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Planificación e investigación de medios publicitarios	6.0	Formación básica
Planificación publicitaria en medios no convencionales II	6.0	Obligatorias

Descripción de la materia *Nuevos soportes para la publicidad*:

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Publicidad y entretenimiento audiovisual	6.0	Obligatorias

MÓDULO 3: TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal
Módulo	TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	18.0	Obligatorias	2º, 4º y 5º semestre

Requisitos previos

Ninguno

Sistemas de evaluación

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

- 1 Exámenes teórico-prácticos: puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - Resolución correcta del ejercicio
- 2 Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documentos
- 3 Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará.
 - Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - Calidad del producto obtenido

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%

2.- Trabajos y exposiciones: 20%

3.- Prácticas: 40%

El sistema de calificaciones será el que figura en el RD 1.125/2003 de 5 de septiembre:

0-4,9 Suspenso (SS)

5,0-6,9 Aprobado (AP)

7,0-8,9 Notable (NT)

9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

1. **Exámenes teórico-prácticos:** puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - a. Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - b. Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - c. Resolución correcta del ejercicio
2. **Trabajos y exposiciones:** Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - a. Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - b. Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración.
 - c. Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documento.
3. **Prácticas:** Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará:
 - a. Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden).
 - b. Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados.

c. Calidad del producto obtenido.

4. Participación del estudiante

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%
- 2.- Trabajos y exposiciones: 10%
- 3.- Prácticas: 40%
- 4.- Participación del estudiante: 10%

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

El módulo consta en total de 18 ECTS (450 horas) de trabajo para el alumno:

7,20 ECTS (180 horas) de Trabajo Presencial (40%)

1,80 ECTS (45 horas) de exposición teórica, es decir, la exposición mediante presentación o explicación por parte del profesor, de los/las cuales:

0,60 ECTS (15 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,60 ECTS (15 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios audiovisuales

0,60 ECTS (15 horas) pertenecen a la materia Tecnología multimedia

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

4,20 ECTS (105 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en

el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

1,40 ECTS (35 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

1,40 ECTS (35 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

1,40 ECTS (35 horas) pertenecen a la materia Tecnología multimedia

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,60 ECTS (15 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Tecnología multimedia

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,60 ECTS (15 horas) de Tutorías, es decir, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales o temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Tecnología multimedia

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales, además de las transversales)

10,8 ECTS (270 horas) de Trabajo No Presencial (60%)

2,40 ECTS (60 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología multimedia

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30,

- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,40 ECTS (60 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología multimedia

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

6,00 ECTS (150 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición aulas de informáticas o laboratorio de fotografía sin tutela del profesor:

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios audiovisuales

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Tecnología multimedia

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN. 450 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 7.2 ECTS, 180 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Tecnología de los medios impresos	Tecnología I: medios impresos	15	35		5	5	60	Horas
		0,6	1,4		0,2	0,2	2,4	Cdts
Tecnología de los medios audiovisuales	Tecnología II: medios audiovisuales	15	35		5	5	60	Horas
		5,4	1,4		0,2	0,2	2,4	Cdts
Tecnología multimedia	Tecnología III: multimedia interactiva	15	35		5	5	60	Horas
		437,4	1,4		0,2	0,2	2,4	Cdts
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2 , T3, T4, T5, T6, T7 , T8, T9 , T10, T11 , T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10 , D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23 , D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37 , D38 , D39, D40	D6, D9, D10 , D11, D12, D13, D18, D21 , D22, D23 , D28, D29 , D30, D32, D33, D37		D1, D2, D3, D21 , D23 , D28, D29 , D30, D37	Todas		
	Profesionales	P6, P7 , P8 , P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19 , P20, P37	P3, P7 , P8 , P11 , P12, P17, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27 , P28, P29, P30 , P31, P32 , P33		P1, P2, P3, P4, P5, P7 , P8 , P9, P10, P11 , P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27 , P28, P29, P30 , P31, P32 , P33, P36	Todas		
	Actitudinales	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 10.8 ECTS, 270 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL	
Tecnología de los medios impresos	Tecnología I: medios impresos	20	20	50		90	Horas
		0,8	0,8	2.0		3,6	Cdts
Tecnología de los medios audiovisuales	Tecnología II: medios audiovisuales	20	20	50		90	Horas
		0,8	0,8	2.0		3,6	Cdts
Tecnología multimedia	Tecnología III: multimedia interactiva	20	20	50		90	Horas
		0,8	0,8	2.0		3,6	Cdts
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2 , T3, T4, T5, T6, T7 , T8, T9 , T10, T11 , T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19					
	Disciplinares	D12, D13, D23 , D29 , D30	D1, D4, D12, D18, D21 , D22, D23 , D29 , D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10 , D11, D12, D13, D18, D21 , D22, D23 , D28, D29 , D30, D32, D33, D37			
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7 , P8 , P9, P10, P11 , P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19 , P20, P36, P37	P3, P5, P7 , P8 , P11 , P12, P17, P18, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27 , P28, P29, P30 , P31, P32 , P33, P37	P3, P7 , P8 , P11 , P12, P17, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27 , P28, P29, P30 , P31, P32 , P33			
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13			

- T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas
- T7. Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
- T9. Capacidad para trabajar en equipo
- T11. Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar
- T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas
- T7. Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
- T9. Capacidad para trabajar en equipo
- T11. Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar
- D10. Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios
- D21. Conocimiento de las herramientas informáticas aplicadas a la planificación de medios

- D23. Conocimiento de las aplicaciones publicitarias multimedia en soportes interactivos
- D29. Conocimiento y aplicación de las tecnologías y de los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información
- D37. Conocimiento teórico-práctico y aplicación de las tecnologías aplicadas a los medios de comunicación audiovisuales
- D38. Conocimiento de la imagen espacial y de las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como audiovisual
- P7. Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje
- P8. Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos
- P11. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas
- P19. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación en sus diversas formas combinadas o nuevos soportes digitales
- P27. Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia
- P30. Capacidad para realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia
- P32. Capacidad para grabar señales sonoras

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante en la modalidad semipresencial

El módulo consta en total de 18 ECTS (450 horas) de trabajo para el alumno:

3,60 ECTS (90 horas) de Trabajo Presencial (20%)

2,40 ECTS (60 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología multimedia

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,60 ECTS (15 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Tecnología multimedia

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,60 ECTS (15 horas) de Tutorías, es decir, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales o temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Tecnología multimedia

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales, además de las transversales)

14,40 ECTS (360 horas) de Trabajo No Presencial (80%)

2,40 ECTS (60 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología multimedia

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30,

- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,40 ECTS (60 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Tecnología multimedia

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

6,00 ECTS (150 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición aulas de informáticas o laboratorio de fotografía sin tutela del profesor:

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios audiovisuales

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Tecnología multimedia

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

3,6 ECTS (90 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El profesor se preocupa de la participación activa del alumno mediante las distintas herramientas propuestas y disponibles a través del Campus Virtual. De esta forma, el profesor supervisa, controla y evalúa constantemente los resultados de aprendizaje del alumno.

- Foro: esta herramienta está dirigida a la autoevaluación, ya que permite desarrollar un tema específico, y cuya dinámica permite a los estudiantes ir

nutriendo y generando un debate con los diferentes planteamientos e intervenciones que realicen. Estas serán moderadas por el profesor y las reorientará hacia el propósito formativo.

- Chat: este espacio cabe destacar como estrategia pedagógica de evaluación formativa, al ser considerado como una herramienta interactiva sincrónica que permite establecer diálogos de discusión, reflexión para generar conocimiento y retroalimentación inmediata.
- Videoconferencia: transmisión de charlas o seminarios del profesor con la participación de los alumnos.
- Autoevaluación: desarrollo de ejercicios periódicos donde el alumno se autoevalúe sobre las competencias adquiridas.

El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios impresos

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Tecnología de los medios audiovisuales

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Tecnología multimedia

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN. 450 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 3,6 ECTS, 90 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Tecnología de los medios impresos	Tecnología I: medios impresos		20		5	5	30	Horas
			0,8		0,2	0,2	1,2	ECTS
Tecnología de los medios audiovisuales	Tecnología II: medios audiovisuales		20		5	5	30	Horas
			0,8		0,2	0,2	1,2	ECTS
Tecnología multimedia	Tecnología III: multimedia interactiva		20		5	5	30	Horas
			0,8		0,2	0,2	1,2	ECTS
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2 , T3, T4, T5, T6, T7 , T8, T9 , T10, T11 , T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares		D6, D9, D10 , D11, D12, D13, D18, D21 , D22, D23 , D28, D29 , D30, D32, D33, D37		D1, D2, D3, D21 , D23 , D28, D29 , D30, D37	Todas		
	Profesionales		P3, P7 , P8 , P11 , P12, P17, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27 , P28, P29, P30 , P31, P32 , P33		P1, P2, P3, P4, P5, P7 , P8 , P9, P10, P11 , P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27 , P28, P29, P30 , P31, P32 , P33, P36	Todas		
	Actitudinales		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 14,4 ECTS, 360 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL	
Tecnología de los medios impresos	Tecnología I: medios impresos	20	20	50	30	120	Horas
		0,8	0,8	2.0	1,2	4,8	ECTS
Tecnología de los medios audiovisuales	Tecnología II: medios audiovisuales	20	20	50	30	120	Horas
		0,8	0,8	2.0	1,2	4,8	ECTS
Tecnología multimedia	Tecnología III: multimedia interactiva	20	20	50	30	120	Horas
		0,8	0,8	2.0	1,2	4,8	ECTS
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2 , T3, T4, T5, T6, T7 , T8, T9 , T10, T11 , T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19					
	Disciplinares	D12, D13, D23 , D29 , D30	D1, D4, D12, D18, D21 , D22, D23 , D29 , D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10 , D11, D12, D13, D18, D21 , D22, D23 , D28, D29 , D30, D32, D33, D37	D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10 , D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23 , D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37 , D38 , D39, D40		
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7 , P8 , P9, P10, P11 , P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19 , P20, P36, P37	P3, P5, P7 , P8 , P11 , P12, P17, P18, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27 , P28, P29, P30 , P31, P32 , P33, P37	P3, P7 , P8 , P11 , P12, P17, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27 , P28, P29, P30 , P31, P32 , P33	P6, P7 , P8 , P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19 , P20, P37		
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13		

- T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas
- T7. Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
- T9. Capacidad para trabajar en equipo
- T11. Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar
- T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas
- T7. Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio

- T9. Capacidad para trabajar en equipo
- T11. Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar
- D10. Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios
- D21. Conocimiento de las herramientas informáticas aplicadas a la planificación de medios
- D23. Conocimiento de las aplicaciones publicitarias multimedia en soportes interactivos
- D29. Conocimiento y aplicación de las tecnologías y de los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información
- D37. Conocimiento teórico-práctico y aplicación de las tecnologías aplicadas a los medios de comunicación audiovisuales
- D38. Conocimiento de la imagen espacial y de las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como audiovisual
- P7. Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje
- P8. Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos
- P11. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas
- P19. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación en sus diversas formas combinadas o nuevos soportes digitales
- P27. Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia
- P30. Capacidad para realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia
- P32. Capacidad para grabar señales sonoras

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Contenidos de módulo/materia. Observaciones

Tecnología de los medios impresos

La autoedición. Fuentes de entrada de información. Archivos gráficos. Sistemas de salida: impresión, pantalla, requisitos. Herramientas de retoque fotográfico. Diseño periodístico y maquetación. La legibilidad tipográfica. El color en la prensa: funciones y significado. La infografía: características y tipos. Herramientas de diseño editorial. Herramientas de diseño vectorial. Diseño de mapas de bits.

Tecnología de los medios audiovisuales

La calidad de la luz. El comportamiento de la luz: la luz a través de las lentes. La iluminación: luz natural y artificial. La señal de televisión. Sistemas de televisión. El sonido en televisión. La cámara de vídeo: sistema óptico y electrónico. Edición de vídeo. Sistemas y formatos de vídeos. La digitalización. Teoría de la edición no lineal. Creación infográfica en 3D. Aplicaciones de animación por ordenador.

Tecnología multimedia

Multimedia: conceptos fundamentales. Diseño de interactivos. Principios básicos y normas específicas del diseño multimedia. Elementos de un sistema multimedia. Texto. Sonido digital. Vídeo digital. Imágenes gráficas fijas. Animaciones. Estructuras en una producción multimedia: estructura humana, de la producción, y de la información en la WWW. Usabilidad en web básica. Creación y edición de páginas web. Interfaz de Dreamweaver. Control del sitio web. Programación básica de páginas web. Programas de edición de gráficos. Publicación de un sitio web. Sistemas de gestión de contenido CMS. Difusión de multimedia vía web

Descripción de las competencias

(Descritas en el apartado de Objetivos de esta aplicación)

Competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

Competencias específicas:

- a) Disciplinarias: D1, D9, D10, D11, D12
- b) Profesionales: P7, P8, P11, P16
- c) Actitudinales: A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11,

Descripción de las materias o asignaturas

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Tecnología de los medios impresos	6.0	Obligatorias
Tecnología de los medios audiovisuales	6.0	Obligatorias
Tecnología multimedia	6.0	Obligatorias

Descripción de la materia *Tecnología de los medios impresos*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Tecnología I: medios impresos	6.0	Obligatorias

Descripción de la materia *Tecnología de los medios audiovisuales*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Tecnología II: medios audiovisuales	6.0	Obligatorias

Descripción de la materia *Tecnología multimedia*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Tecnología III: multimedia interactiva	6.0	Obligatorias

MÓDULO 4: LEGISLACIÓN Y EMPRESA PUBLICITARIA

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal
Módulo	LEGISLACIÓN Y EMPRESA PUBLICITARIA	16.5	Mixto	5º, 6º y 7º semestre

Requisitos previos

Ninguno

Sistemas de evaluación

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

- 1 Exámenes teórico-prácticos: puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - Resolución correcta del ejercicio
- 2 Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documentos
- 3 Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará.
 - Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - Calidad del producto obtenido

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 50%

2.- Trabajos y exposiciones: 40%

3.- Prácticas: 10%

El sistema de calificaciones será el que figura en el RD 1.125/2003 de 5 de septiembre:

0-4,9 Suspenso (SS)

5,0-6,9 Aprobado (AP)

7,0-8,9 Notable (NT)

9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

1. **Exámenes teórico-prácticos:** puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - a. Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - b. Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - c. Resolución correcta del ejercicio
2. **Trabajos y exposiciones:** Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - a. Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - b. Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración.
 - c. Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documento.
3. **Prácticas:** Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará:
 - a. Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden).
 - b. Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados.

c. Calidad del producto obtenido.

4. Participación del estudiante

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%

2.- Trabajos y exposiciones: 40%

3.- Prácticas: 10%

4.- Participación del estudiante: 10%

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

El MÓDULO consta en total de 16,5 ECTS (412,5 horas) de trabajo para el alumno:

6,60 ECTS (165 horas) de Trabajo Presencial (40%)

3,00 ECTS (75 horas) de exposición teórica, es decir, la exposición mediante presentación o explicación por parte del profesor, de los/las cuales:

1,00 ECTS (25 horas) pertenecen a la materia Deontología y Autorregulación Profesional

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Aspectos Empresariales de la Comunicación

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,00 ECTS (50 horas) de Trabajo en grupo, es decir, sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común, de los/las cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Deontología y Autorregulación Profesional

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Aspectos Empresariales de la Comunicación

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D8, D9, D12, D13, D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,60 ECTS (15 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Deontología y Autorregulación Profesional

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Aspectos Empresariales de la Comunicación

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,00 ECTS (25 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Deontología y Autorregulación Profesional

0,60 ECTS (15 horas) pertenecen a la materia Aspectos Empresariales de la Comunicación

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

9,90 ECTS (247,5 horas) de Trabajo No Presencial (60%)

4,80 ECTS (120 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

1,60 ECTS (40 horas) pertenecen a la materia Deontología y Autorregulación Profesional

3,20 ECTS (80 horas) pertenecen a la materia Aspectos Empresariales de la Comunicación

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30,
- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

3,20 ECTS (80 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Deontología y Autorregulación Profesional

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Aspectos Empresariales de la Comunicación

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,90 ECTS (47,5 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Deontología y Autorregulación Profesional

1,10 ECTS (27,5 horas) pertenecen a la materia Aspectos Empresariales de la Comunicación

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D21, D23, D29, D37

- profesionales (saber hacer): P7, P8, P11, P12, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: LEGISLACIÓN Y EMPRESA PUBLICITARIA. 412,5 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 6.6 ECTS, 165 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Deontología y autoregulación profesional	Deontología y legislación de la comunicación	25		20	5	10	60	Horas
		1		0.8	0.2	0.4	2.4	Cdts
Aspectos empresariales de la comunicación	Estructura de las industrias comunicativas	25		20	5	10	60	Horas
		1		0.8	0.2	0.4	2.4	Cdts
	Organización empresarial de la publicidad y las relaciones públicas	25		10	5	5	45	Horas
		1		0.4	0.2	0.2	1.8	Cdts
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9 , T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D1, D2 , D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13 , D14, D15, D16, D17 , D18, D19 , D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40		D1, D2 , D8, D9, D12, D13 , D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37	D1, D2 , D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales	P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37		P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35	P1, P2 , P3, P4 , P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36	Todas		
	Actitudinales	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 9.9 ECTS, 247.5 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Deontología y autorregulación profesional	Deontología y legislación de la comunicación	40	30		20	90	Horas	
		1.6	1.2		0.8	3.6	Cdts	
Aspectos empresariales de la comunicación	Estructura de las industrias comunicativas	40	30		20	90	Horas	
		1.6	1.2		0.8	3.6	Cdts	
	Organización empresarial de la publicidad y las relaciones públicas	40	20		7,5	67,5	Horas	
		1.6	0.8		0.3	2.7	Cdts	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9 , T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D12, D13 , D23, D29, D30	D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37		D21, D23, D29, D37			
	Profesionales	P2 , P3, P4 , P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37	P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37		P7, P8, P11, P12, P37			
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12		A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12			

T8. Compromiso ético

T9. Capacidad para trabajar en equipo

D2. Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación.

D13. Conocimiento de la ética y deontología profesional de la publicidad y de las relaciones públicas así como de su ordenamiento jurídico

D17. Conocimiento y análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas

D19. Conocimiento del ordenamiento jurídico de la comunicación publicitaria y de RR.PP.

P1. Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de la atención al cliente de la agencia

P2. Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa

P4. Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia

P35. Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieren recursos humanos y de cualquier otra naturaleza

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante en la modalidad semipresencial

El MÓDULO consta en total de 16,5 ECTS (412,5 horas) de trabajo para el alumno:

3,30 ECTS (82,5 horas) de Trabajo Presencial (20%)

0,60 ECTS (15 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Deontología y Autorregulación Profesional

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Aspectos Empresariales de la Comunicación

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,70 ECTS (67,5 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

1,00 ECTS (25 horas) pertenecen a la materia Deontología y Autorregulación Profesional

1,70 ECTS (42,5 horas) pertenecen a la materia Aspectos Empresariales de la Comunicación

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

13,20 ECTS (330 horas) de Trabajo No Presencial (80%)

4,80 ECTS (120 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

1,60 ECTS (40 horas) pertenecen a la materia Deontología y Autorregulación Profesional

3,20 ECTS (80 horas) pertenecen a la materia Aspectos Empresariales de la Comunicación

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30,
- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

3,20 ECTS (80 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Deontología y Autorregulación Profesional

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Aspectos Empresariales de la Comunicación

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37
- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

5,20 ECTS (130 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El profesor se preocupa de la participación activa del alumno mediante las distintas herramientas propuestas y disponibles a través del Campus Virtual. De esta forma, el

profesor supervisa, controla y evalúa constantemente los resultados de aprendizaje del alumno.

- Foro: esta herramienta está dirigida a la autoevaluación, ya que permite desarrollar un tema específico, y cuya dinámica permite a los estudiantes ir nutriendo y generando un debate con los diferentes planteamientos e intervenciones que realicen. Estas serán moderadas por el profesor y las reorientará hacia el propósito formativo.
- Chat: este espacio cabe destacar como estrategia pedagógica de evaluación formativa, al ser considerado como una herramienta interactiva sincrónica que permite establecer diálogos de discusión, reflexión para generar conocimiento y retroalimentación inmediata.
- Videoconferencia: transmisión de charlas o seminarios del profesor con la participación de los alumnos.
- Autoevaluación: desarrollo de ejercicios periódicos donde el alumno se autoevalúe sobre las competencias adquiridas.

El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Deontología y Autorregulación Profesional

3,20 ECTS (80 horas) pertenecen a la materia Aspectos Empresariales de la Comunicación

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: LEGISLACIÓN Y EMPRESA PUBLICITARIA. 412,5 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 3,3 ECTS, 82,5 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL		
Deontología y autoregulación profesional	Deontología y legislación de la comunicación				5	25	30	Horas	
					0,2	1,0	1,2	ECTS	
Aspectos empresariales de la comunicación	Estructura de las industrias comunicativas				5	25	30	Horas	
					0,2	1,0	1,2	ECTS	
	Organización empresarial de la publicidad y las relaciones públicas				5	17,5	22,5	Horas	
					0,2	0,7	0,9	ECTS	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9 , T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19							
	Disciplinares				D1, D2 , D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas			
	Profesionales				P1, P2 , P3, P4 , P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36	Todas			
	Actitudinales				A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas			

NO PRESENCIAL: 13,2 ECTS, 330 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Deontología y autorregulación profesional	Deontología y legislación de la comunicación	40	30		50	120	Horas	
		1.6	1.2		2,0	4,8	ECTS	
Aspectos empresariales de la comunicación	Estructura de las industrias comunicativas	40	30		50	120	Horas	
		1.6	1.2		2,0	4,8	ECTS	
	Organización empresarial de la publicidad y las relaciones públicas	40	20		30	90	Horas	
		1.6	0.8		1,2	3,6	ECTS	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9 , T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D12, D13 , D23, D29, D30	D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37		D1, D2 , D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D12, D13 , D14, D15, D16, D17 , D18, D19 , D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40			
	Profesionales	P2 , P3, P4 , P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37	P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37		P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35 , P37			
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13			

T8. Compromiso ético

T9. Capacidad para trabajar en equipo

D2. Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación.

D13. Conocimiento de la ética y deontología profesional de la publicidad y de las relaciones públicas así como de su ordenamiento jurídico

- D17. Conocimiento y análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas
- D19. Conocimiento del ordenamiento jurídico de la comunicación publicitaria y de RR.PP.
- P1. Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de la atención al cliente de la agencia
- P2. Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa
- P4. Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia
- P35. Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieren recursos humanos y de cualquier otra naturaleza

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Contenidos de módulo/materia. Observaciones

Deontología y autorregulación profesional

Historia del derecho de la Información. Responsabilidad jurídica de la comunicación. Derecho de Propiedad Intelectual. Los delitos cometidos a través de los medios de difusión. El reconocimiento de las libertades de expresión y de prensa. Competencia desleal. Defensa de los consumidores y usuarios.

Aspectos empresariales de la comunicación

La figura del Director de cuentas. El planner estratégico. Estructura de las Industrias comunicativas en España: marco empresarial. Los grupos multimedia en España. Formas jurídicas de empresa publicitaria. Empresa de comunicación, audiencias y anunciantes. Estructura de una Agencia de Publicidad. Marco empresarial de los gabinetes de comunicación. Tipología de las Agencias publicitarias y de relaciones públicas.

Descripción de las competencias

(Descritas en el apartado de Objetivos de esta aplicación)

Competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

Competencias específicas:

- a) Disciplinarias: D1, D2, D3, D4, D13, D16, D17, D8, D19, D20
- b) Profesionales: P1, P4, P6, P9, P10
- c) Actitudinales: A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11

Descripción de las materias o asignaturas

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Deontología y autorregulación profesional	6.0	Formación básica
Aspectos empresariales de la comunicación	10.5	Obligatorias

Descripción de la materia *Deontología y autorregulación profesional*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Deontología y legislación de la comunicación	6.0	Formación básica

Descripción de la materia *Aspectos empresariales de la comunicación*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Estructura de las industrias comunicativas	6.0	Obligatorias
Organización empresarial de la publicidad y las relaciones públicas	4.5	Obligatorias

MÓDULO 5: LENGUAJE Y EXPRESIVIDAD

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal
Módulo	LENGUAJE Y EXPRESIVIDAD	30	Mixto	1º, 2º, 3º y 4º semestre

Requisitos previos

Ninguno

Sistemas de evaluación

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

- 1 Exámenes teórico-prácticos: puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - Resolución correcta del ejercicio
- 2 Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documentos
- 3 Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará.
 - Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - Calidad del producto obtenido

Por la diferente naturaleza de las asignaturas que integran el módulo, el rango de las ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores se encuentra en las horquillas siguientes:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40-50 %
- 2.- Trabajos y exposiciones: 20-40 %
- 3.- Prácticas: 10-40%

El sistema de calificaciones será el que figura en el RD 1.125/2003 de 5 de septiembre:

- 0-4,9 Suspenso (SS)
- 5,0-6,9 Aprobado (AP)
- 7,0-8,9 Notable (NT)
- 9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

1. **Exámenes teórico-prácticos:** puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - a. Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - b. Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - c. Resolución correcta del ejercicio
2. **Trabajos y exposiciones:** Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - a. Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - b. Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración.
 - c. Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documento.
3. **Prácticas:** Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará:
 - a. Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden).

- b. Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados.
- c. Calidad del producto obtenido.

4. Participación del estudiante

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40-50%
- 2.- Trabajos y exposiciones: 20-40%
- 3.- Prácticas: 10-40%
- 4.- Participación del estudiante: 10%

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

El MÓDULO consta en total de 30 ECTS (750 horas) de trabajo para el alumno:

12 ECTS (300 horas) de Trabajo Presencial (40%)

3,60 ECTS (90 horas) de exposición teórica, es decir, la exposición mediante presentación o explicación por parte del profesor, de los/las cuales:

3,20 ECTS (80 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Escrita

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Oral

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

4,60 ECTS (115 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en

el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

3,40 ECTS (85 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Escrita

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Oral

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,80 ECTS (20 horas) de Trabajo en grupo, es decir, sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común, de los/las cuales:

0,60 ECTS (15 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Escrita

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Oral

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D8, D9, D12, D13, D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,00 ECTS (25 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Escrita

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Oral

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37
- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,00 ECTS (50 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

1,60 ECTS (40 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Escrita

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Oral

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

18 ECTS (450 horas) de Trabajo No Presencial (60%)

5,00 ECTS (125 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

3,80 ECTS (95 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Escrita

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Oral

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30
- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

9,20 ECTS (230 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

7,60 ECTS (190 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Escrita

1,60 ECTS (40 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Oral

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

3,80 ECTS (95 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

3,00 ECTS (75 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Escrita

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Oral

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D21, D23, D29, D37

- profesionales (saber hacer): P7, P8, P11, P12, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: LENGUAJE Y EXPRESIVIDAD. 750 horas. Las **competencias fundamentales** aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 12 ECTS, 300 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Lenguaje y expresividad escrita	Lengua	20	25		5	10	60	Horas
		0,8	1		0,2	0,4	2,4	Cdts
	Redacción periodística	20	25		5	10	60	Horas
		0,8	1		0,2	0,4	2,4	Cdts
	Reportajes y entrevistas	20	25		5	10	60	Horas
		0,8	1		0,2	0,4	2,4	Cdts
Gestión y exposición de trabajos académicos	20	10	15	5	10	60	Horas	
	0,8	0,4	0,6	0,2	0,4	2,4	Cdts	
Lenguaje y expresividad oral	Comunicación oral	10	30	5	5	10	60	Horas
		0,4	1,2	0,2	0,2	0,4	2,4	Cdts
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D1, D2, D8, D9, D12, D13, D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37	D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales	P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35	P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36	Todas		
	Actitudinales	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 18 ECTS, 450 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Lenguaje y expresividad escrita	Lengua	30	40		20	90	Horas	
		1,2	1,6		0,8	3,6	Cdts	
	Redacción periodística	30	40		20	90	Horas	
		1,2	1,6		0,8	3,6	Cdts	
	Reportajes y entrevistas	30	40		20	90	Horas	
		1,2	1,6		0,8	3,6	Cdts	
Gestión y exposición de trabajos académicos	5	70		15	90	Horas		
	0,2	2,8		0,6	3,6	Cdts		
Lenguaje y expresividad oral	Comunicación oral	30	40		20	90	Horas	
		1,2	1,6		0,8	3,6	Cdts	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6 , T7, T8, T9, T10, T11 , T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D12, D13, D23, D29, D30	D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30 , D32, D33, D35, D37			D21, D23, D29, D37		
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7, P8 , P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20 , P36, P37	P3, P5, P7, P8 , P11, P12, P17, P18, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37			P7, P8, P11, P12, P37		
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12			A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12		

T3. Capacidad de organización y planificación

T4. Capacidad de análisis y síntesis

T5. Comunicación oral y escrita en la lengua nativa

T6. Capacidad de gestión de la información

T9. Capacidad para trabajar en equipo

T10. Habilidades en las relaciones interpersonales

T11. Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar

- T17. Capacidad para el aprendizaje autónomo
- D28. Conocimiento de los procesos informativos y comunicativos
- D30. Conocimiento del uso correcto oral y escrito de la lengua
- D31. Conocimiento y evolución histórica de las modalidades y tradiciones periodísticas
- P8. Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos
- P17. Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa
- P20. Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas
- P19. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación en sus diversas formas combinadas o nuevos soportes digitales

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante en la modalidad semipresencial

El MÓDULO consta en total de 30 ECTS (750 horas) de trabajo para el alumno:

6,00 ECTS (150 horas) de Trabajo Presencial (20%)

3,60 ECTS (90 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

2,80 ECTS (70 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Escrita

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Oral

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,00 ECTS (25 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Escrita

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Oral

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19
1,40 ECTS (35 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Escrita

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Oral

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

24,00 ECTS (600 horas) de Trabajo No Presencial (80%)

5,00 ECTS (125 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

3,80 ECTS (95 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Escrita

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Oral

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30

- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

9,20 ECTS (230 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

7,60 ECTS (190 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Escrita

1,60 ECTS (40 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Oral

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

9,80 ECTS (245 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El profesor se preocupa de la participación activa del alumno mediante las distintas herramientas propuestas y disponibles a través del Campus Virtual. De esta forma, el profesor supervisa, controla y evalúa constantemente los resultados de aprendizaje del alumno.

- Foro: esta herramienta está dirigida a la autoevaluación, ya que permite desarrollar un tema específico, y cuya dinámica permite a los estudiantes ir nutriendo y generando un debate con los diferentes planteamientos e intervenciones que realicen. Estas serán moderadas por el profesor y las reorientará hacia el propósito formativo.
- Chat: este espacio cabe destacar como estrategia pedagógica de evaluación formativa, al ser considerado como una herramienta interactiva sincrónica que permite establecer diálogos de discusión, reflexión para generar conocimiento y retroalimentación inmediata.
- Videoconferencia: transmisión de charlas o seminarios del profesor con la participación de los alumnos.
- Autoevaluación: desarrollo de ejercicios periódicos donde el alumno se autoevalúe sobre las competencias adquiridas.

El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

7,80 ECTS (195 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Escrita

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Lenguaje y Expresividad Oral

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D11, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: LENGUAJE Y EXPRESIVIDAD. 750 horas. Las **competencias fundamentales** aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 6 ECTS, 150 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Lenguaje y expresividad escrita	Lengua		20		5	5	30	Horas
			0,8		0,2	0,2	1,2	ECTS
	Redacción periodística		20		5	5	30	Horas
			0,8		0,2	0,2	1,2	ECTS
	Reportajes y entrevistas		20		5	5	30	Horas
			0,8		0,2	0,2	1,2	ECTS
Gestión y exposición de trabajos académicos		10		5	15	30	Horas	
		0,4		0,2	0,6	1,2	ECTS	
Lenguaje y expresividad oral	Comunicación oral		20		5	5	30	Horas
			0,8		0,2	0,2	1,2	ECTS
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares		D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37		D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales		P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33		P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36	Todas		
	Actitudinales		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 24 ECTS, 600 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARAC IÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Lenguaje y expresividad escrita	Lengua	30	40		50	120	Horas	
		1,2	1,6		2	4,8	ECTS	
	Redacción periodística	30	40		50	120	Horas	
		1,2	1,6		2	4,8	ECTS	
	Reportajes y entrevistas	30	40		50	120	Horas	
		1,2	1,6		2	4,8	ECTS	
Gestión y exposición de trabajos académicos	5	70		45	120	Horas		
	0,2	2,8		1,8	4,8	ECTS		
Lenguaje y expresividad oral	Comunicación oral	30	40		50	120	Horas	
		1,2	1,6		2	4,8	ECTS	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3 , T4 , T5 , T6 , T7, T8, T9 , T10 , T11 , T12, T13, T14, T15, T16, T17 , T18, T19						
	Disciplinares	D12, D13, D23, D29, D30	D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30 , D32, D33, D35, D37		D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D11, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28 , D29, D30 , D31 , D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40			
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7, P8 , P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17 , P18, P19 , P20 , P36, P37	P3, P5, P7, P8 , P11, P12, P17 , P18, P19 , P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37		P3, P5, P6, P7, P8 , P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17 , P18, P19 , P20 , P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35, P37			
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13			

T3. Capacidad de organización y planificación

T4. Capacidad de análisis y síntesis

T5. Comunicación oral y escrita en la lengua nativa

T6. Capacidad de gestión de la información

- T9. Capacidad para trabajar en equipo
- T10. Habilidades en las relaciones interpersonales
- T11. Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar
- T17. Capacidad para el aprendizaje autónomo
- D28. Conocimiento de los procesos informativos y comunicativos
- D30. Conocimiento del uso correcto oral y escrito de la lengua
- D31. Conocimiento y evolución histórica de las modalidades y tradiciones periodísticas
- P8. Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos
- P17. Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa
- P20. Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas
- P19. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación en sus diversas formas combinadas o nuevos soportes digitales

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Contenidos de módulo/materia. Observaciones

Lenguaje y expresividad escrita:

Comunicación, lenguaje, lengua y habla. Unidad y variedad del español. Textualidad y eficacia comunicativa. Aproximación al concepto de texto. Oralidad y escritura. Los textos de la lengua. Lenguaje y estilo. Entonación y pronunciación. El verbo. Estilo nominal y estilo verbal. Tratamiento del léxico. Los géneros periodísticos. El lenguaje periodístico. La noticia. La redacción de noticias. El periodista como intérprete de la realidad. El periódico y las agencias de noticias. Las fuentes informativas. La semblanza o perfil. El reportaje. La crónica. Periodismo de investigación. Periodismo literario. Pseudoperiodismo. Grandes reporteros y grandes reportajes. El proceso de planificación de la entrevista. Redacción de entrevistas. La entrevista radiofónica. La entrevista en televisión. El conocimiento científico y el método. El plan de trabajo. Introducción a las bibliografías. Manejo de datos. Las referencias en el texto. La estructura de un trabajo de investigación. Aplicación y apoyo de programas informáticos para la exposición.

Lenguaje y expresividad oral:

Las condiciones necesarias para la comunicación oral. Cómo preparar los discursos. Estructura de los discursos. Peculiaridades y retórica del lenguaje oral. Comunicación no verbal. El arte de la conversación y algunos casos especiales. Presentación oral de trabajos.

Descripción de las competencias

(Descritas en el apartado de Objetivos de esta aplicación)

Competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

Competencias específicas:

- a) Disciplinarias: D9, D11, D12, D28, D29, D30, D31
- b) Profesionales: P1, P4, P8, P11, P17, P18, P19, P20
- c) Actitudinales: A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11

Descripción de las materias o asignaturas

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Lenguaje y expresividad escrita	24.0	Obligatorias
Lenguaje y expresividad oral	6.0	Formación básica

Descripción de la materia *Lenguaje y expresividad escrita*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Lengua	6.0	Obligatorias
Redacción periodística	6.0	Obligatorias
Reportajes y entrevistas	6.0	Obligatorias
Gestión y exposición de trabajos académicos	6.0	Obligatorias

Descripción de la materia *Lenguaje y expresividad oral*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Comunicación oral	6.0	Formación básica

MÓDULO 6: AUDIOVISUAL APLICADO A LA PUBLICIDAD

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal
Módulo	AUDIOVISUAL APLICADO A LA PUBLICIDAD	24.0	Mixto	1º, 3º, 4º y 5º semestre

Requisitos previos

Ninguno

Sistemas de evaluación

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

- 1 Exámenes teórico-prácticos: puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - Resolución correcta del ejercicio
- 2 Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documentos
- 3 Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará.
 - Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - Calidad del producto obtenido

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%

2.- Trabajos y exposiciones: 20%

3.- Prácticas: 40%

El sistema de calificaciones será el que figura en el RD 1.125/2003 de 5 de septiembre:

0-4,9 Suspenso (SS)

5,0-6,9 Aprobado (AP)

7,0-8,9 Notable (NT)

9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

1. **Exámenes teórico-prácticos:** puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - a. Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - b. Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - c. Resolución correcta del ejercicio
2. **Trabajos y exposiciones:** Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - a. Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - b. Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - c. Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documento
3. **Prácticas:** Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará:
 - a. Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - b. Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados

c. Calidad del producto obtenido

4. Participación del estudiante

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%

2.- Trabajos y exposiciones: 10%

3.- Prácticas: 40%

4.- Participación del estudiante: 10%

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

El MÓDULO consta en total de 24 ECTS (600 horas) de trabajo para el alumno:

9,60 ECTS (240 horas) de Trabajo Presencial (40%)

3,20 ECTS (80 horas) de exposición teórica, es decir, la exposición mediante presentación o explicación por parte del profesor, de los/las cuales:

2,60 ECTS (65 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinarias (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

3,60 ECTS (90 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en

el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

1,60 ECTS (40 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,80 ECTS (20 horas) de Trabajo en grupo, es decir, sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común, de los/las cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D8, D9, D12, D13, D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,76 ECTS (19 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,56 ECTS (14 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,24 ECTS (31 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

1,04 ECTS (26 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

14,40 ECTS (360 horas) de Trabajo No Presencial (60%)

5,00 ECTS (125 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

3,80 ECTS (95 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30

- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

5,40 ECTS (135 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

4,20 ECTS (105 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,60 ECTS (65 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/as cuales:

1,80 ECTS (45 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,40 ECTS (35 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

1,00 ECTS (25 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D21, D23, D29, D37

- profesionales (saber hacer): P7, P8, P11, P12, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: AUDIOVISUAL APLICADO A LA PUBLICIDAD. 600 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**
PRESENCIAL: 9.6 ECTS, 240 horas.

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL		
Técnicas de creación audiovisual	Fundamentos de la Comunicación Audiovisual	20	20	10	4	6	60	Horas	
		0,8	0,8	0,4	0,16	0,24	2,4	Cdts	
	Narrativa audiovisual	25	10	10	5	10	60	Horas	
		1	0,4	0,4	0,2	0,4	2,4	Cdts	
	Redacción audiovisual	25	20		5	10	60	Horas	
1		0,8		0,2	0,4	2,4	Cdts		
Organización de la producción	Producción audiovisual	10	40		5	5	60	Horas	
		0,4	1,6		0,2	0,2	2,4	Cdts	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19							
	Disciplinares	D1, D2 , D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12 , D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39 , D40	D6, D9, D10, D11, D12 , D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33 , D37	D1, D2 , D8, D9, D12 , D13, D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32 , D37	D1, D2 , D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas			
	Profesionales	P6 , P7, P8 , P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37	P3, P7, P8 , P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26 , P27, P28 , P29, P30, P31, P32, P33	P3, P5, P6 , P7, P8 , P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26 , P27, P28 , P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35	P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8 , P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26 , P27, P28 , P29, P30, P31, P32, P33 , P36	Todas			
Actitudinales	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas			

NO PRESENCIAL: 14.4 ECTS, 360 horas.

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARAC IÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Técnicas de creación audiovisual	Fundamentos de la Comunicación Audiovisual	30	25	25	10	90	Horas	
		1,2	1	1	0,4	3,6	Cdts	
	Narrativa audiovisual	40	30	20		90	Horas	
		1,6	1,2	0,8		3,6	Cdts	
	Redacción audiovisual	25	50		15	90	Horas	
		1	2		0,6	3,6	Cdts	
Organización de la producción	Producción audiovisual	30	30	20	10	90	Horas	
		1,2	1,2	0,8	0,4	3,6	Cdts	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D12, D13, D23, D29, D30	D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D21, D23, D29, D37			
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37	P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P7, P8, P11, P12, P37			

T1. Capacidad de toma de decisiones

T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas

T3. Capacidad de organización y planificación

T9. Capacidad para trabajar en equipo

T10. Habilidades en las relaciones interpersonales

T11. Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar

T19. Capacidad de liderazgo

D2. Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación

D12. Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación

D32. Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases

- D33. Conocimientos teórico-prácticos de las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora
- D34. Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases
- D35. Conocimiento y aplicación de los diferentes mecanismos y elementos de la construcción del guión atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de producción
- D36. Conocimiento, identificación y aplicación de recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales
- D38. Conocimiento de la imagen espacial y de las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como audiovisual
- D39. Conocimiento de la planificación sonora y de las representaciones acústicas del espacio
- P6. Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación
- P8. Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos
- P21. Capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales publicitarias
- P22. Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos
- P23. Capacidad y habilidad para gestionar técnicas y procesos de producción y difusión en la organización de la producción
- P24. Capacidad y utilización de las técnicas y procesos en la organización de la producción fotográfica
- P25. Capacidad para escribir con fluidez textos, escaletas o guiones en los campos de la ficción televisiva
- P26. Capacidad para analizar relatos audiovisuales
- P28. Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y recursos técnicos o humanos necesarios para el diseño de producción integral de un trabajo audiovisual
- P30. Capacidad para realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia
- P31. Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena
- P32. Capacidad para grabar señales sonoras
- P33. Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea
- P34. Capacidad para delegar funciones en los diferentes componentes del equipo
- P35. Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieren recursos humanos y de cualquier otra naturaleza
- De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante en la modalidad semipresencial

El MÓDULO consta en total de 24 ECTS (600 horas) de trabajo para el alumno:

4,8 ECTS (120 horas) de Trabajo Presencial (20%)

2,6 ECTS (65 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

1,8 ECTS (45 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

0,8 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,76 ECTS (19 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,56 ECTS (14 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19
1,44 ECTS (36 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

1,24 ECTS (31 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

19,2 ECTS (480 horas) de Trabajo No Presencial (80%)

5,00 ECTS (125 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

3,80 ECTS (95 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30

- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

5,40 ECTS (135 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

4,20 ECTS (105 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,60 ECTS (65 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/as cuales:

1,80 ECTS (45 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

6,20 ECTS (155 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El profesor se preocupa de la participación activa del alumno mediante las distintas herramientas propuestas y disponibles a través del Campus Virtual. De esta forma, el profesor supervisa, controla y evalúa constantemente los resultados de aprendizaje del alumno.

- Foro: esta herramienta está dirigida a la autoevaluación, ya que permite desarrollar un tema específico, y cuya dinámica permite a los estudiantes ir nutriendo y generando un debate con los diferentes planteamientos e intervenciones que realicen. Estas serán moderadas por el profesor y las reorientará hacia el propósito formativo.
- Chat: este espacio cabe destacar como estrategia pedagógica de evaluación formativa, al ser considerado como una herramienta interactiva sincrónica que permite establecer diálogos de discusión, reflexión para generar conocimiento y retroalimentación inmediata.

- Videoconferencia: transmisión de charlas o seminarios del profesor con la participación de los alumnos.
- Autoevaluación: desarrollo de ejercicios periódicos donde el alumno se autoevalúe sobre las competencias adquiridas.

El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

4,60 ECTS (115 horas) pertenecen a la materia Técnicas de Creación Audiovisual

1,60 ECTS (40 horas) pertenecen a la materia Organización de la Producción

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D11, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: AUDIOVISUAL APLICADO A LA PUBLICIDAD. 600 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 4,8 ECTS, 120 horas.

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Técnicas de creación audiovisual	Fundamentos de la Comunicación Audiovisual		20		4	6	30	Horas
			0,8		0,16	0,24	1,2	ECTS
	Narrativa audiovisual		10		5	15	30	Horas
			0,4		0,2	0,6	1,2	ECTS
	Redacción audiovisual		15		5	10	30	Horas
		0,6		0,2	0,4	1,2	ECTS	
Organización de la producción	Producción audiovisual		20		5	5	30	Horas
			0,8		0,2	0,2	1,2	ECTS
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares		D6, D9, D10, D11, D12 , D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33 , D37		D1, D2 , D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales		P3, P7, P8 , P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26 , P27, P28 , P29, P30, P31, P32, P33		P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8 , P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26 , P27, P28 , P29, P30, P31, P32, P33 , P36	Todas		
	Actitudinales		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 19,2 ECTS, 480 horas.

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Técnicas de creación audiovisual	Fundamentos de la Comunicación Audiovisual	30	25	25	40	120	Horas	
		1,2	1	1	1,6	4,8	ECTS	
	Narrativa audiovisual	40	30	20	30	120	Horas	
		1,6	1,2	0,8	1,2	4,8	ECTS	
	Redacción audiovisual	25	50		45	120	Horas	
		1	2		1,8	4,8	ECTS	
Organización de la producción	Producción audiovisual	30	30	20	40	120	Horas	
		1,2	1,2	0,8	1,6	4,8	ECTS	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D12, D13, D23, D29, D30	D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D11, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40			
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37	P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35, P37			
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13			

T1. Capacidad de toma de decisiones

T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas

T3. Capacidad de organización y planificación
T9. Capacidad para trabajar en equipo
T10. Habilidades en las relaciones interpersonales
T11. Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar
T19. Capacidad de liderazgo
D2. Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación
D12. Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación
D32. Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases
D33. Conocimientos teórico-prácticos de las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora
D34. Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases
D35. Conocimiento y aplicación de los diferentes mecanismos y elementos de la construcción del guión atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de producción
D36. Conocimiento, identificación y aplicación de recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales
D38. Conocimiento de la imagen espacial y de las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como audiovisual
D39. Conocimiento de la planificación sonora y de las representaciones acústicas del espacio
P6. Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación
P8. Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos
P21. Capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales publicitarias
P22. Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos
P23. Capacidad y habilidad para gestionar técnicas y procesos de producción y difusión en la organización de la producción
P24. Capacidad y utilización de las técnicas y procesos en la organización de la producción fotográfica
P25. Capacidad para escribir con fluidez textos, escaletas o guiones en los campos de la ficción televisiva
P26. Capacidad para analizar relatos audiovisuales
P28. Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y recursos técnicos o humanos necesarios para el diseño de producción integral de un trabajo audiovisual
P30. Capacidad para realizar la ordenación técnica de los materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando las técnicas narrativas y tecnológicas necesarias para la elaboración, composición, acabado y masterización de diferentes productos audiovisuales y multimedia

- P31. Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena
- P32. Capacidad para grabar señales sonoras
- P33. Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea
- P34. Capacidad para delegar funciones en los diferentes componentes del equipo
- P35. Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieren recursos humanos y de cualquier otra naturaleza

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Contenidos de módulo/materia. Observaciones

Técnicas de creación audiovisual:

Principios del lenguaje audiovisual. Tipología y funciones de los códigos visuales: los planos, la composición, la continuidad y el movimiento. Características del montaje audiovisual. Elementos que conforman la banda sonora en los documentos audiovisuales. La puesta en escena: disposición de los elementos que intervienen en la elaboración de documentos audiovisuales. Introducción al lenguaje radiofónico. Tipología y funciones de los códigos sonoros: la voz, la música, los efectos sonoros, el silencio. Principios básicos para la confección de guiones radiofónicos y audiovisuales. El montaje radiofónico. Conceptos básicos y tipología de la programación audiovisual y radiofónica. El estudio del audiovisual narrativo. El concepto de narrativa audiovisual. El proceso de la narración. La estructura de la narración audiovisual. La historia, el discurso y el relato. La concepción de los personajes. Las articulaciones sonoras del relato audiovisual. El espacio y el tiempo de la narración. Los géneros audiovisuales narrativos: cinematográficos, televisivos y radiofónicos. Nuevos soportes narrativos.

Organización de la producción:

Elementos y procesos de la producción audiovisual. El guión audiovisual: etapas del guión, guión literario, guión técnico. Fases de la producción audiovisual: preproducción, producción y postproducción. El desglose del guión: plan de trabajo, órdenes de trabajo y presupuesto. Medios y recursos de la producción audiovisual. Los géneros audiovisuales. Elaboración de productos audiovisuales.

Descripción de las competencias

(Descritas en el apartado de Objetivos de esta aplicación)

Competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

Competencias específicas:

- a) Disciplinarias: D1, D2, D9, D10, D11, D12, D29, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39
- b) Profesionales: P6, P7, P8, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32
- c) Actitudinales: A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11

Descripción de las materias o asignaturas

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Técnicas de creación audiovisual	18.0	Mixto
Organización de la producción	6.0	Obligatoria

Descripción de la materia *Técnicas de creación audiovisual*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Fundamentos de la comunicación audiovisual	6.0	Formación Básica
Narrativa audiovisual	6.0	Obligatorias
Redacción audiovisual	6.0	Obligatorias

Descripción de la materia *Organización de la producción*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Producción audiovisual	6.0	Obligatorias

MÓDULO 7: TEORÍA Y TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal
Módulo	TEORÍA Y TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA	24	Mixto	2º, 4º, 6º y 7º semestre

Requisitos previos

Ninguno

Sistemas de evaluación

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

- 1 Exámenes teórico-prácticos: puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - Resolución correcta del ejercicio
- 2 Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documentos
- 3 Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará.
 - Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - Calidad del producto obtenido

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%

2.- Trabajos y exposiciones: 20%

3.- Prácticas: 40%

El sistema de calificaciones será el que figura en el RD 1.125/2003 de 5 de septiembre:

0-4,9 Suspenso (SS)

5,0-6,9 Aprobado (AP)

7,0-8,9 Notable (NT)

9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

1. **Exámenes teórico-prácticos:** puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - a. Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - b. Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - c. Resolución correcta del ejercicio
2. **Trabajos y exposiciones:** Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - a. Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - b. Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - c. Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documento
3. **Prácticas:** Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará:
 - a. Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - b. Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados

c. Calidad del producto obtenido

4. Participación del estudiante

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%
- 2.- Trabajos y exposiciones: 10%
- 3.- Prácticas: 40%
- 4.- Participación del estudiante: 10%

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

El MÓDULO consta en total de 24 ECTS (600 horas) de trabajo para el alumno:

9,60 ECTS (240 horas) de Trabajo Presencial (40%)

4,60 ECTS (115 horas) de exposición teórica, es decir, la exposición mediante presentación o explicación por parte del profesor, de los/las cuales:

2,60 ECTS (65 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,30 ECTS (32,5 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en

el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

0,76 ECTS (19 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

0,54 ECTS (13,5 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,32 ECTS (58 horas) de Trabajo en grupo, es decir, sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común, de los/las cuales:

0,92 ECTS (23 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

1,40 ECTS (35 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D8, D9, D12, D13, D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,68 ECTS (17 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,32 ECTS (8 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

0,36 ECTS (9 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37
- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,70 ECTS (17,5 horas) de Tutorías, Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

0,50 ECTS (12,5 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

14,40 ECTS (360 horas) de Trabajo No Presencial (60%)

6,40 ECTS (160 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

3,80 ECTS (95 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

2,60 ECTS (65 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30
- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19
4,60 ECTS (115 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

2,60 ECTS (65 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,00 ECTS (50 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/as cuales:

1,00 ECTS (25 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

1,00 ECTS (25 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,40 ECTS (35 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El

alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

1,00 ECTS (25 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D21, D23, D29, D37
- profesionales (saber hacer): P7, P8, P11, P12, P37
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: TEORÍA Y TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA. 600 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 9.6 ECTS, 240 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Fundamentos de la comunicación persuasiva	Publicidad y Relaciones Públicas	40	5,5	8	4	2,5	60	Horas
		1,6	0,22	0,32	0,16	0,1	2,4	Cdts
	Estrategias de la comunicación publicitaria	25	13.5	15	4	2.5	60	Horas
		1	0.54	0.6	0.16	0.1	2,4	Cdts
Comunicación estratégica	Gestión de la comunicación y de la imagen	25		20	5	10	60	Horas
		1		0.8	0.2	0.4	2,4	Cdts
	Marketing aplicado a la comunicación	25	13.5	15	4	2.5	60	Horas
		1	0.54	0.6	0.16	0.1	2,4	Cdts
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D1, D2, D8, D9, D12, D13, D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37	D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales	P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35	P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36	Todas		
	Actitudinales	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 9.6 ECTS, 240 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL	
Fundamentos de la comunicación persuasiva	Publicidad y Relaciones Públicas	60	25	0	5	90	Horas
		2.4	1	0	0.2	3,6	Cdts
	Estrategias de la comunicación publicitaria	35	25	25	5	90	Horas
		1.4	1	1	0.2	3,6	Cdts
Comunicación estratégica	Gestión de la comunicación y de la imagen	30	40		20	90	Horas
		1.2	1.6		0.8	3,6	Cdts
	Marketing aplicado a la comunicación	35	25	25	5	90	Horas
		1.4	1	1	0.2	3,6	Cdts
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19					
	Disciplinares	D12, D13, D23, D29, D30	D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D21, D23, D29, D37		
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37	P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P7, P8, P11, P12, P37		
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12		

- T1. Capacidad de toma de decisiones
- T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas
- T3. Capacidad de organización y planificación
- T4. Capacidad de análisis y síntesis

- T6. Capacidad de gestión de la información
- T10. Habilidades en las relaciones interpersonales
- T12. Capacidad de razonamiento crítico
- D1. Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas
- D3. Estudio del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección.
- D6. Estudio de los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias
- D8. Estudio de los métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones
- D10. Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios
- D11. Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios
- D12. Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación
- D15. Conocimiento y estudio de los procesos de marketing relacional
- D16. Conocimiento de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación publicitaria, de las relaciones públicas y corporativa en la empresa pública y privada
- D18. Conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas
- D25. Conocer el proceso de planificación estratégica de productos de entretenimiento audiovisual con especial atención al cine, las series y programas de televisión

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante en la modalidad semipresencial

El MÓDULO consta en total de 24 ECTS (600 horas) de trabajo para el alumno:

4,8 ECTS (120 horas) de Trabajo Presencial (20%)

1,30 ECTS (32,5 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

0,76 ECTS (19 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

0,54 ECTS (13,5 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,68 ECTS (17 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,32 ECTS (8 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

0,36 ECTS (9 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,82 ECTS (70,5) de Tutorías, Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

1,32 ECTS (33 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

1,50 ECTS (37,5 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

19,2 ECTS (480 horas) de Trabajo No Presencial (80%)

6,40 ECTS (160 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

3,80 ECTS (95 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

2,60 ECTS (65 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30

- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

4,60 ECTS (115 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

2,60 ECTS (65 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,00 ECTS (50 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/as cuales:

1,00 ECTS (25 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

1,00 ECTS (25 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

6,20 ECTS (155 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El profesor se preocupa de la participación activa del alumno mediante las distintas herramientas propuestas y disponibles a través del Campus Virtual. De esta forma, el profesor supervisa, controla y evalúa constantemente los resultados de aprendizaje del alumno.

- Foro: esta herramienta está dirigida a la autoevaluación, ya que permite desarrollar un tema específico, y cuya dinámica permite a los estudiantes ir nutriendo y generando un debate con los diferentes planteamientos e

intervenciones que realicen. Estas serán moderadas por el profesor y la reorientará hacia el propósito formativo.

- Chat: este espacio cabe destacar como estrategia pedagógica de evaluación formativa, al ser considerado como una herramienta interactiva sincrónica que permite establecer diálogos de discusión, reflexión para generar conocimiento y retroalimentación inmediata.
- Videoconferencia: transmisión de charlas o seminarios del profesor con la participación de los alumnos.
- Autoevaluación: desarrollo de ejercicios periódicos donde el alumno se autoevalúe sobre las competencias adquiridas.

El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

2,80 ECTS (70 horas) pertenecen a la materia Fundamentos de la Comunicación Persuasiva

3,40 ECTS (85 horas) pertenecen a la materia Comunicación Estratégica

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: TEORÍA Y TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA. 600 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 4,8 ECTS, 120 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Fundamentos de la comunicación persuasiva	Publicidad y Relaciones Públicas		5,5		4	20,5	30	Horas
			0,22		0,16	0,82	1,2	ECTS
	Estrategias de la comunicación publicitaria		13.5		4	12,5	30	Horas
			0,54		0,16	0,5	1,2	ECTS
Comunicación estratégica	Gestión de la comunicación y de la imagen				5	25	30	Horas
					0,2	1	1,2	ECTS
	Marketing aplicado a la comunicación		13.5		4	12,5	30	Horas
			0,54		0,16	0,5	1,2	ECTS
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares		D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37		D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales		P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33		P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36	Todas		
	Actitudinales		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 19,2 ECTS, 480 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARAC IÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL	
Fundamentos de la comunicación persuasiva	Publicidad y Relaciones Públicas	60	25	0	35	120	Horas
		2.4	1	0	1,4	4,8	ECTS
	Estrategias de la comunicación publicitaria	35	25	25	35	120	Horas
		1.4	1	1	1,4	4,8	ECTS
Comunicación estratégica	Gestión de la comunicación y de la imagen	30	40		50	120	Horas
		1.2	1.6		2	4,8	ECTS
	Marketing aplicado a la comunicación	35	25	25	35	120	Horas
		1.4	1	1	1,4	4,8	ECTS
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19					
	Disciplinares	D12, D13, D23, D29, D30	D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40		
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37	P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35, P37		
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13		

- T1. Capacidad de toma de decisiones
- T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas
- T3. Capacidad de organización y planificación
- T4. Capacidad de análisis y síntesis
- T6. Capacidad de gestión de la información
- T10. Habilidades en las relaciones interpersonales
- T12. Capacidad de razonamiento crítico
- D1. Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas
- D3. Estudio del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección.
- D6. Estudio de los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias
- D8. Estudio de los métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones
- D10. Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios
- D11. Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios
- D12. Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación
- D15. Conocimiento y estudio de los procesos de marketing relacional
- D16. Conocimiento de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación publicitaria, de las relaciones públicas y corporativa en la empresa pública y privada
- D18. Conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas
- D25. Conocer el proceso de planificación estratégica de productos de entretenimiento audiovisual con especial atención al cine, las series y programas de televisión

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Contenidos de módulo/materia. Observaciones

Fundamentos de la comunicación persuasiva:

Concepto, tipología y alcance de la comunicación. Comunicación interpersonal, colectiva y pública. Comunicación persuasiva. Dimensión informativa y persuasiva de la comunicación. Tipología de la publicidad. Antecedentes históricos del fenómeno publicitario. El sistema publicitario. El emisor: el anunciante y la empresa de publicidad. El mensaje: las formas publicitarias. El canal: los medios y soportes publicitarios. Medios convencionales y *below the line*. El receptor: el público objetivo. Factores condicionantes del comportamiento del consumidor. Planificación estratégica de la publicidad. La estrategia de Medios. La estrategia creativa.

Comunicación estratégica:

Definición y naturaleza del marketing. La planificación estratégica y el proceso de marketing. El comportamiento del consumidor. El sistema de información en marketing. Segmentación y posicionamiento. El producto y la marca: definiciones fundamentales. El marketing de servicios. La influencia de la competencia. Distribución y merchandising. Comunicaciones integradas de marketing. El papel de la publicidad y las relaciones públicas. El marketing directo y las TIC. El valor de los intangibles. Comunicación y organización: situación actual. Historia de la comunicación en las corporaciones. Auditoría y Plan de Comunicación. Comunicación corporativa. Comunicación de crisis. Relaciones informativas. Patrocinio y mecenazgo. Comunicación y grupos de presión. Comunicación interna. Herramientas de comunicación interna.

Descripción de las competencias

(Descritas en el apartado de Objetivos de esta aplicación)

Competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

Competencias específicas:

- a) Disciplinarias: D1, D2, D3, D4, D5, D6, D8, D10, D11, D12, D14, D15, D16, D17, D20
- b) Profesionales: P1, P2, P3, P4, P6, P7, P9, P10, P13, P14, P19, P20
- c) Actitudinales: A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11

Descripción de las materias o asignaturas

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Fundamentos de la comunicación persuasiva	12.0	Obligatoria
Comunicación estratégica	12.0	Mixto

Descripción de la materia *Fundamentos de la comunicación persuasiva*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Publicidad y Relaciones Públicas	6.0	Obligatorias
Estrategias de la comunicación publicitaria	6.0	Obligatorias

Descripción de la materia *Comunicación estratégica*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Gestión de la comunicación y de la imagen	6.0	Obligatorias
Marketing aplicado a la comunicación	6.0	Formación básica

MÓDULO 8: TEORÍA Y TÉCNICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal
Módulo	TEORÍA Y TÉCNICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	12	Obligatorias	6º y 8º semestre

Requisitos previos

Ninguno

Sistemas de evaluación

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

- 1 Exámenes teórico-prácticos: puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - Resolución correcta del ejercicio
- 2 Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documentos
- 3 Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará.
 - Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - Calidad del producto obtenido

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%

2.- Trabajos y exposiciones: 20%

3.- Prácticas: 40%

El sistema de calificaciones será el que figura en el RD 1.125/2003 de 5 de septiembre:

0-4,9 Suspenso (SS)

5,0-6,9 Aprobado (AP)

7,0-8,9 Notable (NT)

9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

1. **Exámenes teórico-prácticos:** puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - a. Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - b. Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - c. Resolución correcta del ejercicio
2. **Trabajos y exposiciones:** Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - a. Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - b. Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - c. Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documento
3. **Prácticas:** Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará:
 - a. Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)

- b. Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
- c. Calidad del producto obtenido

4. **Participación del estudiante**

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%
- 2.- Trabajos y exposiciones: 10%
- 3.- Prácticas: 40%
- 4.- Participación del estudiante: 10%

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

El MÓDULO consta en total de 12 ECTS (300 horas) de trabajo para el alumno:

4,80 ECTS (120 horas) de Trabajo Presencial (40%)

2,00 ECTS (50 horas) de exposición teórica, es decir, la exposición mediante presentación o explicación por parte del profesor, de los/las cuales:

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,12 ECTS (28 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en

el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

1,12 ECTS (28 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,20 ECTS (30 horas) de Trabajo en grupo, es decir, sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común, de los/las cuales:

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D8, D9, D12, D13, D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,32 ECTS (8 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,32 ECTS (8 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,16 ECTS (4 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

0,16 ECTS (4 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

7,20 ECTS (180 horas) de Trabajo No Presencial (60%)

2,80 ECTS (70 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

2,80 ECTS (70 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30

- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,00 ECTS (50 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,00 ECTS (50 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/as cuales:

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,40 ECTS (10 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D21, D23, D29, D37

- profesionales (saber hacer): P7, P8, P11, P12, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: TEORÍA Y TÉCNICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS. 300 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 4.8 ECTS, 120 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Fundamentos y técnicas de las relaciones públicas	Producción y organización de eventos	25	14	15	4	2	60	Horas
		1	0,56	0,6	0,16	0,08	2,4	Cdts
	Relaciones públicas estratégicas	25	14	15	4	2	60	Horas
		1	0,56	0,6	0,16	0,08	2,4	Cdts
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D1 , D2, D3 , D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16 , D17, D18 , D19, D20, D22 , D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18 , D21, D22 , D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D1 , D2, D8, D9, D12, D13, D16 , D18 , D20, D21, D22 , D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37	D1 , D2, D3 , D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales	P6, P7, P8, P13 , P14, P15, P16, P17 , P18, P19, P20 , P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17 , P19, P20 , P21, P22 , P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29 , P30, P31, P32, P33	P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13 , P14, P15, P16, P17 , P18, P19, P20 , P21, P22 , P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29 , P30, P31, P32, P33, P34, P35	P1, P2 , P3, P4, P5, P7, P8, P9 , P10 , P11, P12, P13 , P14, P15, P16, P17 , P18, P19, P20 , P21, P22 , P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29 , P30, P31, P32, P33, P36	Todas		
Actitudinales	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas			

NO PRESENCIAL: 7.2 ECTS, 180 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Fundamentos y técnicas de las relaciones públicas	Producción y organización de eventos	35	25	25	5	90	Horas	
		1.4	1	1	0.2	3,6	Cdts	
	Relaciones públicas estratégicas	35	25	25	5	90	Horas	
		1.4	1	1	0.2	3,6	Cdts	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D12, D13, D23, D29, D30	D1 , D4, D12, D18 , D21, D22 , D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18 , D21, D22 , D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D21, D23, D29, D37			
	Profesionales	P2 , P3, P4, P5, P7, P8, P9 , P10 , P11, P12, P13 , P14, P15, P16, P17 , P18, P19, P20 , P36, P37	P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17 , P18, P19, P20 , P21, P22 , P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29 , P30, P31, P32, P33, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17 , P19, P20 , P21, P22 , P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29 , P30, P31, P32, P33	P7, P8, P11, P12, P37			
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12			

T1. Capacidad de toma de decisiones

T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas

T3. Capacidad de organización y planificación

T4. Capacidad de análisis y síntesis

T5. Comunicación oral y escrita en la lengua nativa

T6. Capacidad de gestión de la información

T9. Capacidad para trabajar en equipo

T10. Habilidades en las relaciones interpersonales

T15. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones

T19. Capacidad de liderazgo

D1. Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas

D3. Estudio del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección.

- D16. Conocimiento de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación publicitaria, de las relaciones públicas y corporativa en la empresa pública y privada
- D18. Conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas
- D22. Estudio teórico y práctico del uso de los medios convencionales y no convencionales en la difusión de la comunicación persuasiva
- P2. Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa
- P9. Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa
- P10. Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa
- P13. Capacidad y habilidad para explotar la publicidad en torno a productos de entretenimiento audiovisual
- P17. Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa
- P20. Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas
- P22. Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos
- P29. Capacidad para aplicar técnicas y procesos de producción en la organización de eventos culturales

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante en la modalidad semipresencial

El MÓDULO consta en total de 12 ECTS (300 horas) de trabajo para el alumno:

2,4 ECTS (60 horas) de Trabajo Presencial (20%)

1,12 ECTS (28 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

1,12 ECTS (28 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,32 ECTS (8 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,32 ECTS (8 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19
0,96 ECTS (24 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

0,96 ECTS (24 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

9,6 ECTS (240 horas) de Trabajo No Presencial (80%)

2,80 ECTS (70 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

2,80 ECTS (70 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30
- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19
2,00 ECTS (50 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37
- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,00 ECTS (50 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/as cuales:

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,8 ECTS (70 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El profesor se preocupa de la participación activa del alumno mediante las distintas herramientas propuestas y disponibles a través del Campus Virtual. De esta forma, el profesor supervisa, controla y evalúa constantemente los resultados de aprendizaje del alumno.

- Foro: esta herramienta está dirigida a la autoevaluación, ya que permite desarrollar un tema específico, y cuya dinámica permite a los estudiantes ir nutriendo y generando un debate con los diferentes planteamientos e intervenciones que realicen. Estas serán moderadas por el profesor y las reorientará hacia el propósito formativo.
- Chat: este espacio cabe destacar como estrategia pedagógica de evaluación formativa, al ser considerado como una herramienta interactiva sincrónica que permite establecer diálogos de discusión, reflexión para generar conocimiento y retroalimentación inmediata.
- Videoconferencia: transmisión de charlas o seminarios del profesor con la participación de los alumnos.

- Autoevaluación: desarrollo de ejercicios periódicos donde el alumno se autoevalúe sobre las competencias adquiridas.

El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

2,8 ECTS (70 horas) pertenecen a la materia Fundamentos y Técnicas de las Relaciones Públicas

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: TEORÍA Y TÉCNICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS. 300 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 2,4 ECTS, 60 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Fundamentos y técnicas de las relaciones públicas	Producción y organización de eventos		14		4	12	30	Horas
			0,56		0,16	0,48	1,2	ECTS
	Relaciones públicas estratégicas		14		4	12	30	Horas
			0,56		0,16	0,48	1,2	ECTS
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares		D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18 , D21, D22 , D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37		D1 , D2, D3 , D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales		P3, P7, P8, P11, P12, P17 , P19, P20 , P21, P22 , P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29 , P30, P31, P32, P33		P1, P2 , P3, P4, P5, P7, P8, P9 , P10 , P11, P12, P13 , P14, P15, P16, P17 , P18, P19, P20 , P21, P22 , P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29 , P30, P31, P32, P33, P36	Todas		
	Actitudinales		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 9,6 ECTS, 240 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Fundamentos y técnicas de las relaciones públicas	Producción y organización de eventos	35	25	25	35	120	Horas	
		1,4	1	1	1,4	4,8	ECTS	
	Relaciones públicas estratégicas	35	25	25	35	120	Horas	
		1,4	1	1	1,4	4,8	ECTS	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D12, D13, D23, D29, D30	D1 , D4, D12, D18 , D21, D22 , D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18 , D21, D22 , D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D1 , D2, D3 , D5, D6, D7, D8, D9, D10, D12, D13, D14, D15, D16 , D17, D18 , D19, D20, D21, D22 , D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40			
	Profesionales	P2 , P3, P4, P5, P7, P8, P9 , P10 , P11, P12, P13 , P14, P15, P16, P17 , P18, P19, P20 , P36, P37	P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17 , P18, P19, P20 , P21, P22 , P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29 , P30, P31, P32, P33, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17 , P19, P20 , P21, P22 , P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29 , P30, P31, P32, P33	P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13 , P14, P15, P16, P17 , P18, P19, P20 , P21, P22 , P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29 , P30, P31, P32, P33, P34, P35, P37			
Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13				

- T1. Capacidad de toma de decisiones
- T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas
- T3. Capacidad de organización y planificación
- T4. Capacidad de análisis y síntesis
- T5. Comunicación oral y escrita en la lengua nativa
- T6. Capacidad de gestión de la información
- T9. Capacidad para trabajar en equipo
- T10. Habilidades en las relaciones interpersonales
- T15. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones
- T19. Capacidad de liderazgo

- D1. Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas
- D3. Estudio del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección.
- D16. Conocimiento de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación publicitaria, de las relaciones públicas y corporativa en la empresa pública y privada
- D18. Conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas
- D22. Estudio teórico y práctico del uso de los medios convencionales y no convencionales en la difusión de la comunicación persuasiva
- P2. Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa
- P9. Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa
- P10. Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa
- P13. Capacidad y habilidad para explotar la publicidad en torno a productos de entretenimiento audiovisual
- P17. Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa
- P20. Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas
- P22. Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos
- P29. Capacidad para aplicar técnicas y procesos de producción en la organización de eventos culturales

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Contenidos de módulo/materia. Observaciones

Fundamentos y técnicas de las relaciones públicas:

Definición y contextualización de las RRPP. Estructura contemporánea de las RRPP. Técnicas de generación de información en las organizaciones. Modelos conductuales de las RRPP. El programa de RRPP y el Plan de Comunicación. El ciudadano corporativo y las RRPP. La responsabilidad social corporativa. El papel estratégico de las RRPP y la reputación corporativa. Planificación estratégica de las RRPP. El protocolo y la diplomacia: origen y raíces. El protocolo oficial. El protocolo en las relaciones institucionales: funciones y criterios básicos. La preparación y el diseño de un acto. La presencia del protocolo en los distintos sectores sociales. El nuevo protocolo de empresa: la aparición del protocolo mixto. El manual interno de empresa. Protocolo social y buena educación.

Descripción de las competencias

(Descritas en el apartado de Objetivos de esta aplicación)

Competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

Competencias específicas:

- a) Disciplinarias: D1, D2, D3, D14, D16, D17, D18, D20
- b) Profesionales: P1, P2, P3, P4, P6, P10, P17, P18, P20
- c) Actitudinales: A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11

Descripción de las materias o asignaturas

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Fundamentos y técnicas de las relaciones públicas	12.0	Obligatoria

Descripción de la materia *Fundamentos y técnicas de las relaciones públicas*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Producción y organización de eventos	6.0	Obligatorias
Relaciones públicas estratégicas	6.0	Obligatorias

MÓDULO 9: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal
Módulo	CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	22.5	Mixto	1º, 3º y 7º semestre

Requisitos previos

Ninguno

Sistemas de evaluación

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

- 1 Exámenes teórico-prácticos: puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - Resolución correcta del ejercicio
- 2 Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documentos
- 3 Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará.
 - Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - Calidad del producto obtenido

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%

2.- Trabajos y exposiciones: 20%

3.- Prácticas: 40%

El sistema de calificaciones será el que figura en el RD 1.125/2003 de 5 de septiembre:

0-4,9 Suspenso (SS)

5,0-6,9 Aprobado (AP)

7,0-8,9 Notable (NT)

9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

1. **Exámenes teórico-prácticos:** puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - a. Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - b. Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - c. Resolución correcta del ejercicio
2. **Trabajos y exposiciones:** Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - a. Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - b. Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - c. Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documento
3. **Prácticas:** Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará:
 - a. Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - b. Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados

c. Calidad del producto obtenido

4. Participación del estudiante

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%
- 2.- Trabajos y exposiciones: 10%
- 3.- Prácticas: 40%
- 4.- Participación del estudiante: 10%

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

El MÓDULO consta en total de 22,50 ECTS (562,5 horas) de trabajo para el alumno:

9,00 ECTS (225 horas) de Trabajo Presencial (40%)

3,00 ECTS (75 horas) de exposición teórica, es decir, la exposición mediante presentación o explicación por parte del profesor, de los/las cuales:

1,80 ECTS (45 horas) pertenecen a la materia Procesos Creativos

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

3,16 ECTS (79 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en

el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

1,00 ECTS (25 horas) pertenecen a la materia Procesos Creativos

2,16 ECTS (54 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,20 ECTS (30 horas) de Trabajo en grupo, es decir, sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común, de los/las cuales:

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Procesos Creativos

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D8, D9, D12, D13, D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,64 ECTS (16 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,32 ECTS (8 horas) pertenecen a la materia Procesos Creativos

0,32 ECTS (8 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,00 ECTS (25 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

0,48 ECTS (12 horas) pertenecen a la materia Procesos Creativos

0,52 ECTS (13 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

13,50 ECTS (337,5 horas) de Trabajo No Presencial (60%)

5,40 ECTS (135 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

3,20 ECTS (80 horas) pertenecen a la materia Procesos Creativos

2,20 ECTS (55 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30

- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

5,60 ECTS (140 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

2,80 ECTS (70 horas) pertenecen a la materia Procesos Creativos

2,80 ECTS (70 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,80 ECTS (20 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/as cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,70 ECTS (42,5 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Procesos Creativos

0,50 ECTS (12,5 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D21, D23, D29, D37

- profesionales (saber hacer): P7, P8, P11, P12, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN. 562,5 horas. Las **competencias fundamentales** aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 9 ECTS, 225 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Procesos creativos	Creatividad en comunicación	25	15	10	4	6	60	Horas
		1	0,6	0,4	0,16	0,24	2,4	Cdts
	Inteligencia emocional y psicología de la comunicación	20	10	20	4	6	60	Horas
		0,8	0,4	0,8	0,16	0,24	2,4	Cdts
Elaboración del mensaje	Lenguaje publicitario	20	26	0	4	10	60	Horas
		0,8	1,04	0	0,16	0,4	2,4	Cdts
	Dirección de arte y redacción publicitaria	10	28	0	4	3	45	Horas
		0,4	1,12	0	0,16	0,12	1,8	Cdts
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D1, D2, D8, D9, D12, D13, D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37	D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales	P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35	P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36	Todas		
	Actitudinales	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 13.5 ECTS, 337.5 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARAC IÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL	
Procesos creativos	Creatividad en comunicación	40	30	0	20	90	Horas
		1,6	1,2	0	0,8	3,6	Cdts
	Inteligencia emocional y psicología de la comunicación	40	40	0	10	90	Horas
		1,6	1,6	0	0,4	3,6	Cdts
Elaboración del mensaje	Lenguaje publicitario	30	35	15	10	90	Horas
		1,2	1,4	0,6	0,4	3,6	Cdts
	Dirección de arte y redacción publicitaria	25	35	5	2,5	67,5	Horas
		1	1,4	0,2	0,1	2,7	Cdts
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19					
	Disciplinares	D12 , D13, D23, D29, D30	D1 , D4, D12 , D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9 , D10 , D11 , D12 , D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D21, D23, D29, D37		
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7 , P8 , P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17 , P18, P19 , P20 , P36, P37	P3, P5, P7 , P8 , P11, P12, P17 , P18, P19 , P20 , P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37	P3, P7 , P8 , P11, P12, P17 , P19 , P20 , P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P7 , P8 , P11, P12, P37		
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12		

- T1. Capacidad de toma de decisiones
- T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas
- T3. Capacidad de organización y planificación
- T4. Capacidad de análisis y síntesis
- T10. Habilidades en las relaciones interpersonales
- T17. Capacidad para el aprendizaje autónomo
- T18. Capacidad de iniciativa y de espíritu emprendedor

T19. Capacidad de liderazgo

D1. Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas

D9. Conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria

D10. Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios

D11. Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios

D12. Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación

D14. Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación

P7. Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje

P8. Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos

P17. Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa

P19. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación en sus diversas formas combinadas o nuevos soportes digitales

P20. Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante en la modalidad semipresencial

El MÓDULO consta en total de 22,50 ECTS (562,5 horas) de trabajo para el alumno:

4,5 ECTS (112,5 horas) de Trabajo Presencial (20%)

2,62 ECTS (65,5 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

1,00 ECTS (25 horas) pertenecen a la materia Procesos Creativos

1,62 ECTS (40,5 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,56 ECTS (14 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,32 ECTS (8 horas) pertenecen a la materia Procesos Creativos

0,24 ECTS (6 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,32 ECTS (33 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

1,08 ECTS (27 horas) pertenecen a la materia Procesos Creativos

0,24 ECTS (6 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinarias, profesionales y actitudinales además de las transversales)

18 ECTS (450 horas) de Trabajo No Presencial (80%)

5,40 ECTS (135 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

3,20 ECTS (80 horas) pertenecen a la materia Procesos Creativos

2,20 ECTS (55 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinarias (saber): D12, D13, D23, D29, D30

- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

5,60 ECTS (140 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

2,80 ECTS (70 horas) pertenecen a la materia Procesos Creativos

2,80 ECTS (70 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinarias (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,80 ECTS (20 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/as cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

6,2 ECTS (155 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El profesor se preocupa de la participación activa del alumno mediante las distintas herramientas propuestas y disponibles a través del Campus Virtual. De esta forma, el profesor supervisa, controla y evalúa constantemente los resultados de aprendizaje del alumno.

- Foro: esta herramienta está dirigida a la autoevaluación, ya que permite desarrollar un tema específico, y cuya dinámica permite a los estudiantes ir nutriendo y generando un debate con los diferentes planteamientos e intervenciones que realicen. Estas serán moderadas por el profesor y las reorientará hacia el propósito formativo.
- Chat: este espacio cabe destacar como estrategia pedagógica de evaluación formativa, al ser considerado como una herramienta interactiva sincrónica que permite establecer diálogos de discusión, reflexión para generar conocimiento y retroalimentación inmediata.
- Videoconferencia: transmisión de charlas o seminarios del profesor con la participación de los alumnos.

- Autoevaluación: desarrollo de ejercicios periódicos donde el alumno se autoevalúe sobre las competencias adquiridas.

El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

3,6 ECTS (90 horas) pertenecen a la materia Procesos Creativos

6,2 ECTS (65 horas) pertenecen a la materia Elaboración del Mensaje

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): **D1**, D2, D3, D5, D6, D7, D8, **D9**, **D10**, **D12**, D13, **D14**, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, **P7**, **P8**, P11, P12, P13, P14, P15, P16, **P17**, P18, **P19**, **P20**, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN. 562,5 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 4,5 ECTS, 112,5 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Procesos creativos	Creatividad en comunicación		15		4	11	30	Horas
			0,6		0,16	0,44	1,2	ECTS
	Inteligencia emocional y psicología de la comunicación		10		4	16	30	Horas
			0,4		0,16	0,64	1,2	ECTS
Elaboración del mensaje	Lenguaje publicitario		20		4	6	30	Horas
			0,8		0,16	0,24	1,2	ECTS
	Dirección de arte y redacción publicitaria		20,5		2		22,5	Horas
			0,82		0,08		0,9	ECTS
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares		D6, D9, D10, D11, D12 , D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37		D1 , D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales		P3, P7, P8 , P11, P12, P17, P19, P20 , P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33		P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8 , P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20 , P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36	Todas		
	Actitudinales		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 18 ECTS, 450 horas

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Procesos creativos	Creatividad en comunicación	40	30	0	50	120	Horas	
		1,6	1,2	0	2	4,8	ECTS	
	Inteligencia emocional y psicología de la comunicación	40	40	0	40	120	Horas	
		1,6	1,6	0	1,6	4,8	ECTS	
Elaboración del mensaje	Lenguaje publicitario	30	35	15	40	120	Horas	
		1,2	1,4	0,6	1,6	4,8	ECTS	
	Dirección de arte y redacción publicitaria	25	35	5	25	90	Horas	
		1	1,4	0,2	1	3,6	ECTS	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D12 , D13, D23, D29, D30	D1 , D4, D12 , D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10, D11, D12 , D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D1 , D2, D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D12 , D13, D14 , D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40			
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7, P8 , P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17 , P18, P19, P20 , P36, P37	P3, P5, P7, P8 , P11, P12, P17 , P18, P19, P20 , P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37	P3, P7, P8 , P11, P12, P17, P19, P20 , P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P3, P5, P6, P7, P8 , P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17 , P18, P19, P20 , P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35, P37			
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13			

- T1. Capacidad de toma de decisiones
- T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas
- T3. Capacidad de organización y planificación
- T4. Capacidad de análisis y síntesis
- T10. Habilidades en las relaciones interpersonales
- T17. Capacidad para el aprendizaje autónomo
- T18. Capacidad de iniciativa y de espíritu emprendedor
- T19. Capacidad de liderazgo
- D1. Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas
- D9. Conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria
- D10. Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios
- D11. Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios
- D12. Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación
- D14. Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación
- P7. Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje
- P8. Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos
- P17. Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa
- P19. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación en sus diversas formas combinadas o nuevos soportes digitales
- P20. Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Contenidos de módulo/materia. Observaciones

Procesos creativos:

El concepto de creatividad. La investigación sobre creatividad. Principales técnicas de creatividad. Psicología de la comunicación. Elementos para potenciar la creatividad. Estrategias cognitivas y metacognitivas. Las habilidades del pensamiento creativo. Generación, relación y organización de ideas. Bases biológicas del comportamiento. Percepción, atención, memoria y aprendizaje. Decisiones y consumo en el hogar. Habilidades prácticas de la inteligencia emocional: la autoconfianza. El control de los estados anímicos. La motivación: capacidad de motivarnos y capacidad de motivar. La empatía como proceso puramente emocional. Habilidades sociales y manejo de las relaciones.

Elaboración del mensaje:

Aproximación al mensaje publicitario. Funciones del lenguaje y modos publicitarios. La elaboración del mensaje: tendencias psicológicas del consumidor. Retórica de la publicidad. Semiótica de la publicidad. La palabra en los mensajes publicitarios. Sintaxis publicitaria. El director creativo/director de arte. Principios de dirección de arte y creatividad. La imagen como lenguaje en la publicidad. El director de arte y los medios publicitarios. Qué es y qué hace un *copy*. Cómo empezar a escribir. Cómo escribir un *copy* para un folleto. Cómo escribir un *copy* para un spot. Cómo escribir un *copy* para una cuña. Técnicas y consejos para escribir.

Descripción de las competencias

(Descritas en el apartado de Objetivos de esta aplicación)

Competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

Competencias específicas:

- a) Disciplinarias: D1, D5, D8, D9, D10, D11, D12, D14, D20, D30
- b) Profesionales: P7, P8, P10, P17, P18, P19, P20
- c) Actitudinales: A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11

Descripción de las materias o asignaturas

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Procesos creativos	12.0	Formación básica
Elaboración del mensaje	10.5	Obligatorias

Descripción de la materia *Procesos creativos*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Creatividad en comunicación	6.0	Formación básica
Inteligencia emocional y psicología de la comunicación	6.0	Formación básica

Descripción de la materia *Elaboración del mensaje*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Lenguaje publicitario	6.0	Formación básica
Dirección de arte y redacción publicitaria	4.5	Formación básica

MÓDULO 10: INTERACCIÓN DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal
Módulo	INTERACCIÓN DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL	24.0	Mixto	2º, 4º y 6º semestre

Requisitos previos

Ninguno

Sistemas de evaluación

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

- 1 Exámenes teórico-prácticos: puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - Resolución correcta del ejercicio
- 2 Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documentos
- 3 Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará.
 - Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - Calidad del producto obtenido

Por la diferente naturaleza de las asignaturas que integran el módulo, el rango de las ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores se encuentra en las horquillas siguientes:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40-50 %
- 2.- Trabajos y exposiciones: 20-40 %
- 3.- Prácticas: 10-40%

El sistema de calificaciones será el que figura en el RD 1.125/2003 de 5 de septiembre:

- 0-4,9 Suspenso (SS)
- 5,0-6,9 Aprobado (AP)
- 7,0-8,9 Notable (NT)
- 9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

1. **Exámenes teórico-prácticos:** puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - a. Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - b. Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - c. Resolución correcta del ejercicio
2. **Trabajos y exposiciones:** Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - a. Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - b. Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - c. Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documento
3. **Prácticas:** Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará:
 - a. Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)

- b. Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
- c. Calidad del producto obtenido

4. **Participación del estudiante**

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40-50%
- 2.- Trabajos y exposiciones: 20-40%
- 3.- Prácticas: 10-40%
- 4.- Participación del estudiante: 10%

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

El MÓDULO consta en total de 24 ECTS (600 horas) de trabajo para el alumno:

9,60 ECTS (240 horas) de Trabajo Presencial (40%)

4,40 ECTS (110 horas) de exposición teórica, es decir, la exposición mediante presentación o explicación por parte del profesor, de los/las cuales:

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Interacción Sociopolítica

2,40 ECTS (60 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinarias (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,04 ECTS (26 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en

el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

1,04 ECTS (26 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,20 ECTS (55 horas) de Trabajo en grupo, es decir, sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común, de los/las cuales:

1,60 ECTS (40 horas) pertenecen a la materia Interacción Sociopolítica

0,60 ECTS (15 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D8, D9, D12, D13, D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,72 ECTS (18 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Interacción Sociopolítica

0,32 ECTS (8 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,24 ECTS (31 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Interacción Sociopolítica

0,44 ECTS (11 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

14,40 ECTS (360 horas) de Trabajo No Presencial (60%)

6,40 ECTS (160 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

3,20 ECTS (80 horas) pertenecen a la materia Interacción Sociopolítica

3,20 ECTS (80 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30,

- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

4,80 ECTS (120 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

2,40 ECTS (60 horas) pertenecen a la materia Interacción Sociopolítica

2,40 ECTS (60 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,40 ECTS (10 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/as cuales:

040 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,80 ECTS (70 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

1,60 ECTS (40 horas) pertenecen a la materia Interacción Sociopolítica

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D21, D23, D29, D37

- profesionales (saber hacer): P7, P8, P11, P12, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: INTERACCIÓN DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL. 600 horas. Las **competencias fundamentales** aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 9.6 ECTS, 240 horas.

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Interacción sociopolítica	Sociología de la comunicación	25	0	20	5	10	60	Horas
		1	0	0,8	0,2	0,4	2,4	Cdts
	Estructura de las instituciones políticas	25	0	20	5	10	60	Horas
		1	0	0,8	0,2	0,4	2,4	Cdts
Interacción artística	Comunicación y arte gráfico	30	16	5	4	5	60	Horas
		1,2	0,64	0,2	0,16	0,2	2,4	Cdts
	Estética y ficción en comunicación	30	10	10	4	6	60	Horas
		1,2	0,4	0,4	0,16	0,24	2,4	Cdts
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4 , T5, T6 , T7, T8, T9, T10, T11, T12 , T13 , T14, T15, T16 , T17, T18, T19						
	Disciplinares	D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14 , D15, D16, D17, D18, D19, D20 , D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28 , D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28 , D29, D30, D32, D33, D37	D1, D2, D8, D9, D12, D13, D16, D18, D20 , D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37	D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales	P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18 , P19, P20, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18 , P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31 , P32, P33, P34, P35	P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18 , P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31 , P32, P33, P36	Todas		
Actitudinales	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas			

NO PRESENCIAL: 14.4 ECTS, 360 horas.

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARAC IÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Interacción sociopolítica	Sociología de la comunicación	40	30	0	20	90	Horas	
		1,6	1,2	0	0,8	3,6	Cdts	
	Estructura de las instituciones políticas	40	30	0	20	90	Horas	
		1,6	1,2	0	0,8	3,6	Cdts	
Interacción artística	Comunicación y arte gráfico	40	30	10	10	90	Horas	
		1,6	1,2	0,4	0,4	3,6	Cdts	
	Estética y ficción en comunicación	40	30	0	20	90	Horas	
		1,6	1,2	0	0,8	3,6	Cdts	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4 , T5, T6 , T7, T8, T9, T10, T11, T12 , T13 , T14, T15, T16 , T17, T18, T19						
	Disciplinares	D12, D13, D23, D29, D30	D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D21, D23, D29, D37			
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18 , P19, P20, P36, P37	P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18 , P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31 , P32, P33, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31 , P32, P33	P7, P8, P11, P12, P37			
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12			

T4. Capacidad de análisis y síntesis

T6. Capacidad de gestión de la información

T12. Capacidad de razonamiento crítico

T13. Reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad

T16. Capacidad de desarrollo del criterio informativo

D14. Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación

D20. Conocimiento del comportamiento humano y social

D28. Conocimiento de los procesos informativos y comunicativos

D40. Conocimiento de los modelos literarios y estéticos aplicados a la comunicación persuasiva y publicirrelacionista

P18. Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados

P31. Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena

P37. Diseñar y ejecutar un proyecto de investigación que contribuya a la producción de conocimientos en Publicidad y Relaciones Públicas

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante en la modalidad semipresencial

El MÓDULO consta en total de 24 ECTS (600 horas) de trabajo para el alumno:

4,8 ECTS (120 horas) de Trabajo Presencial (20%)

1,04 ECTS (26 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

1,04 ECTS (26 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,72 ECTS (18 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Interacción Sociopolítica

0,32 ECTS (8 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

3,04 ECTS (76 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

2 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Interacción Sociopolítica

1,04 ECTS (26 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

19,2 ECTS (480 horas) de Trabajo No Presencial (80%)

6,40 ECTS (160 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

3,20 ECTS (80 horas) pertenecen a la materia Interacción Sociopolítica

3,20 ECTS (80 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30,
- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

4,80 ECTS (120 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

2,40 ECTS (60 horas) pertenecen a la materia Interacción Sociopolítica

2,40 ECTS (60 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37
- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,40 ECTS (10 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/as cuales:

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

6,40 ECTS (190 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El profesor se preocupa de la participación activa del alumno mediante las distintas herramientas propuestas y disponibles a través del Campus Virtual. De esta forma, el profesor supervisa, controla y evalúa constantemente los resultados de aprendizaje del alumno.

- Foro: esta herramienta está dirigida a la autoevaluación, ya que permite desarrollar un tema específico, y cuya dinámica permite a los estudiantes ir nutriendo y generando un debate con los diferentes planteamientos e intervenciones que realicen. Estas serán moderadas por el profesor y las reorientará hacia el propósito formativo.
- Chat: este espacio cabe destacar como estrategia pedagógica de evaluación formativa, al ser considerado como una herramienta interactiva sincrónica que permite establecer diálogos de discusión, reflexión para generar conocimiento y retroalimentación inmediata.
- Videoconferencia: transmisión de charlas o seminarios del profesor con la participación de los alumnos.
- Autoevaluación: desarrollo de ejercicios periódicos donde el alumno se autoevalúe sobre las competencias adquiridas.

El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

4 ECTS (100 horas) pertenecen a la materia Interacción Sociopolítica

2,4 ECTS (90 horas) pertenecen a la materia Interacción Artística

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: INTERACCIÓN DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL. 600 horas. Las **competencias fundamentales** aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 4,8 ECTS, 120 horas.

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Interacción sociopolítica	Sociología de la comunicación				5	25	30	Horas
					0,2	1	1,2	ECTS
	Estructura de las instituciones políticas				5	25	30	Horas
					0,2	1	1,2	ECTS
Interacción artística	Comunicación y arte gráfico		16		4	10	30	Horas
			0,64		0,16	0,4	1,2	ECTS
	Estética y ficción en comunicación		10		4	16	30	Horas
			0,4		0,16	0,64	1,2	ECTS
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4 , T5, T6 , T7, T8, T9, T10, T11, T12 , T13 , T14, T15, T16 , T17, T18, T19						
	Disciplinares		D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28 , D29, D30, D32, D33, D37		D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales		P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33		P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18 , P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31 , P32, P33, P36	Todas		
	Actitudinales		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 19,2 ECTS, 480 horas.

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Interacción sociopolítica	Sociología de la comunicación	40	30	0	50	120	Horas	
		1,6	1,2	0	2	4,8	ECTS	
	Estructura de las instituciones políticas	40	30	0	50	120	Horas	
		1,6	1,2	0	2	4,8	ECTS	
Interacción artística	Comunicación y arte gráfico	40	30	10	40	120	Horas	
		1,6	1,2	0,4	0,4	4,8	ECTS	
	Estética y ficción en comunicación	40	30	0	50	120	Horas	
		1,6	1,2	0	2	4,8	ECTS	
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4 , T5, T6 , T7, T8, T9, T10, T11, T12 , T13 , T14, T15, T16 , T17, T18, T19						
	Disciplinares	D12, D13, D23, D29, D30	D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D12, D13, D14 , D15, D16, D17, D18, D19, D20 , D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28 , D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40			
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18 , P19, P20, P36, P37	P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18 , P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31 , P32, P33, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31 , P32, P33	P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18 , P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31 , P32, P33, P34, P35, P37			
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13			

T4. Capacidad de análisis y síntesis

T6. Capacidad de gestión de la información

T12. Capacidad de razonamiento crítico

T13. Reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad

T16. Capacidad de desarrollo del criterio informativo

D14. Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación

D20. Conocimiento del comportamiento humano y social

D28. Conocimiento de los procesos informativos y comunicativos

D40. Conocimiento de los modelos literarios y estéticos aplicados a la comunicación persuasiva y publicirrelacionista

P18. Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados

P31. Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena

P37. Diseñar y ejecutar un proyecto de investigación que contribuya a la producción de conocimientos en Publicidad y Relaciones Públicas

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Contenidos de módulo/materia. Observaciones

Interacción sociopolítica:

Las ciencias y teorías de la comunicación: una apuesta epistemológica. Contextualización de la sociedad contemporánea. Información, cultura y poder. Las teorías de la comunicación y el conocimiento científico. Introducción a la metodología de la investigación en comunicación. Principales teorías de los efectos de los medios de comunicación. La transformación de los medios de comunicación tradicionales. Sociología, política e historia: introducción a tres ciencias. Evolución histórica del pensamiento político. La sociedad internacional en la segunda mitad del siglo XX. El poder político y su división. Regímenes políticos.

Interacción artística:

Influencia de las vanguardias artísticas en los procesos de comunicación. Técnicas narrativas: de la tradición a la vanguardia. Aportación de la literatura social a la comunicación persuasiva. Fundamentos del diseño gráfico. Psicología y teoría del color. Estética y composición. La estética como modelo de inspiración. Diseño audiovisual. Creatividad gráfica y comunicación de masas. Análisis y fundamentos de la tipografía. Influencia cultural en los procesos de percepción gráfica. La forma. El punto. La línea. Evolución del diseño gráfico. Concepto de fotografía.

Descripción de las competencias

(Descritas en el apartado de Objetivos de esta aplicación)

Competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

Competencias específicas:

- a) Disciplinarias: D11, D14, D20, D40
- b) Profesionales: P8, P10, P33, P34
- c) Actitudinales: A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11

Descripción de las materias o asignaturas

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Interacción sociopolítica	12.0	Formación básica
Interacción artística	10.5	Mixto

Descripción de la materia *Interacción sociopolítica*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Sociología de la comunicación	6.0	Formación básica
Estructura de las instituciones políticas	6.0	Formación básica

Descripción de la materia *Interacción artística*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Comunicación y arte gráfico	6.0	Formación básica
Estética y ficción en comunicación	6.0	Obligatorias

MÓDULO 11: PRODUCTO PUBLICITARIO

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal
Módulo	PRODUCTO PUBLICITARIO	9.0	Obligatorias	7º y 8º semestre

Requisitos previos

Ninguno

Sistemas de evaluación

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

- 1 Exámenes teórico-prácticos: puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - Resolución correcta del ejercicio
- 2 Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documentos
- 3 Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará.
 - Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - Calidad del producto obtenido

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%
- 2.- Trabajos y exposiciones: 20%

3.- Prácticas: 40%

El sistema de calificaciones será el que figura en el RD 1.125/2003 de 5 de septiembre:

0-4,9 Suspenso (SS)

5,0-6,9 Aprobado (AP)

7,0-8,9 Notable (NT)

9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

1. **Exámenes teórico-prácticos:** puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - a. Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - b. Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - c. Resolución correcta del ejercicio
2. **Trabajos y exposiciones:** Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - a. Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - b. Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - c. Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documento
3. **Prácticas:** Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará:
 - a. Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - b. Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - c. Calidad del producto obtenido

4. **Participación del estudiante**

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%
- 2.- Trabajos y exposiciones: 10%
- 3.- Prácticas: 40%
- 4.- Participación del estudiante: 10%

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

El MÓDULO consta en total de 9 ECTS (225 horas) de trabajo para el alumno:

3,60 ECTS (90 horas) de Trabajo Presencial (40%)

0,40 ECTS (10 horas) de exposición teórica, es decir, la exposición mediante presentación o explicación por parte del profesor, de los/las cuales:

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,20 ECTS (30 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

1,20 ECTS (30 horas) de Trabajo en grupo, es decir, sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común, de los/las cuales:

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D8, D9, D12, D13, D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,40 ECTS (10 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,40 ECTS (10 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

5,40 ECTS (135 horas) de Trabajo No Presencial (60%)

0,80 ECTS (20 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30,
- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,40 ECTS (60 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

2,40 ECTS (60 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37
- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,00 ECTS (50 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/as cuales:

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,20 ECTS (5 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

0,20 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D21, D23, D29, D37

- profesionales (saber hacer): P7, P8, P11, P12, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: PRODUCTO PUBLICITARIO. 225 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 3.6 ECTS, 90 horas.

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Ejecución de proyectos publicitarios	Taller de publicidad audiovisual	5	15	15	5	5	45	Horas
		0,2	0,6	0,6	0,2	0,2	1,8	Cdts
	Taller de producción publicitaria impresa	5	15	15	5	5	45	Horas
		0,2	0,6	0,6	0,2	0,2	1,8	Cdts
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D1, D2, D8, D9, D12, D13, D16, D18, D20, D21, D22, D23, D26, D27, D29, D30, D32, D37	D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales	P6, P7, P8, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35	P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36	Todas		
Actitudinales	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas			

NO PRESENCIAL: 5.4 ECTS, 135 horas.

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARACIÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Ejecución de proyectos publicitarios	Taller de publicidad audiovisual	10	30	25	2,5	67,5	Horas	
		0,4	1,2	1	0,1	2,7	Cdts	
	Taller de producción publicitaria impresa	10	30	25	2,5	67,5	Horas	
		0,4	1,2	1	0,1	2,7	Cdts	
COMPETENCIAS	Transversales	T1 T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares	D12, D13, D23, D29, D30,	D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37	D21, D23, D29, D37			
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37	P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37	P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33	P7, P8, P11, P12, P37			
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12			

T1. Capacidad de toma de decisiones

T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas

T3. Capacidad de organización y planificación

T4. Capacidad de análisis y síntesis

T7. Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio

T9. Capacidad para trabajar en equipo

T12. Capacidad de razonamiento crítico

T17. Capacidad para el aprendizaje autónomo

D1. Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas

D9. Conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria

D10. Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios

D11. Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios

D12. Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación

D23. Conocimiento de las aplicaciones publicitarias multimedia en soportes interactivos

D24. Conocer la relación que existe entre publicidad, audiencia y entretenimiento audiovisual

D37. Conocimiento teórico-práctico y aplicación de las tecnologías aplicadas a los medios de comunicación audiovisuales

P7. Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje

P21. Capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales publicitarias

P27. Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia

P31. Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante en la modalidad semipresencial

El MÓDULO consta en total de 9 ECTS (225 horas) de trabajo para el alumno:

1,8 ECTS (45 horas) de Trabajo Presencial (20%)

1,20 ECTS (30 horas) de clases prácticas, es decir, actividades supervisadas por el profesor tanto de habilidades técnicas como de estudios de campo desarrolladas tanto en el aula como en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición en aulas de informática, laboratorio de fotografía, de los/las cuales:

1,20 ECTS (30 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,40 ECTS (10 horas) de Evaluación (teórica o práctica), es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,40 ECTS (10 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D21, D23, D28, D29, D30, D37

- profesionales (saber hacer): P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P36

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

0,2 ECTS (5 horas) de Tutorías, es decir, periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios, de los/las cuales:

0,2 ECTS (2,5 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

En estas horas el alumno recibe el apoyo necesario por parte del profesor para la consecución de todas las competencias del módulo (disciplinares, profesionales y actitudinales además de las transversales)

7,2 ECTS (180 horas) de Trabajo No Presencial (80%)

0,80 ECTS (20 horas) de Estudio personal, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

0,80 ECTS (20 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D12, D13, D23, D29, D30,
- profesionales (saber hacer): P2, P3, P4, P5, P7, P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,40 ECTS (60 horas) de preparación de trabajos, es decir, conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante, de los/las cuales:

2,40 ECTS (60 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D4, D12, D18, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D35, D37
- profesionales (saber hacer): P3, P5, P7, P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P37
- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2,00 ECTS (50 horas) de laboratorio, es decir, actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor, de los/as cuales:

2,00 ECTS (50 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D6, D9, D10, D11, D12, D13, D18, D21, D22, D23, D28, D29, D30, D32, D33, D37

- profesionales (saber hacer): P3, P7, P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

2 ECTS (50 horas) de actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta “campus virtual” con que cuenta la Universidad. El profesor se preocupa de la participación activa del alumno mediante las distintas herramientas propuestas y disponibles a través del Campus Virtual. De esta forma, el profesor supervisa, controla y evalúa constantemente los resultados de aprendizaje del alumno.

- Foro: esta herramienta está dirigida a la autoevaluación, ya que permite desarrollar un tema específico, y cuya dinámica permite a los estudiantes ir nutriendo y generando un debate con los diferentes planteamientos e intervenciones que realicen. Estas serán moderadas por el profesor y las reorientará hacia el propósito formativo.
- Chat: este espacio cabe destacar como estrategia pedagógica de evaluación formativa, al ser considerado como una herramienta interactiva sincrónica que permite establecer diálogos de discusión, reflexión para generar conocimiento y retroalimentación inmediata.
- Videoconferencia: transmisión de charlas o seminarios del profesor con la participación de los alumnos.
- Autoevaluación: desarrollo de ejercicios periódicos donde el alumno se autoevalúe sobre las competencias adquiridas.

El alumno puede acceder a materiales complementarios de las diferentes asignaturas, participar en foros, plantear dudas, etc., de los/las cuales:

2 ECTS (5 horas) pertenecen a la materia Ejecución de Proyectos Publicitarios

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias específicas:

- disciplinares (saber): D1, D2, D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40

- profesionales (saber hacer): P3, P5, P6, P7, P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P33, P34, P35, P37

- actitudinales (saber ser): A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13

Y en las que el alumno adquiere las siguientes competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

MÓDULO: PRODUCTO PUBLICITARIO. 225 horas. Las competencias fundamentales aparecen en **negrita**

PRESENCIAL: 1,8 ECTS, 45 horas.

MATERIA	ASIGNATURAS	EXPOSICIÓN TEÓRICA	CLASES PRÁCTICAS	TRABAJO EN GRUPO	EVALUACIÓN	TUTORÍA	TOTAL	
Ejecución de proyectos publicitarios	Taller de publicidad audiovisual		15		5	2,5	22,5	Horas
			0,6		0,2	0,1	0,9	ECTS
	Taller de producción publicitaria impresa		15		5	2,5	22,5	Horas
			0,6		0,2	0,1	0,9	ECTS
COMPETENCIAS	Transversales	T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19						
	Disciplinares		D6, D9, D10, D11, D12 , D13, D18, D21, D22, D23 , D28, D29, D30, D32, D33, D37		D1 , D2, D3, D21, D23 , D28, D29, D30, D37	Todas		
	Profesionales		P3, P7 , P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21 , P22, P23, P24, P25, P26, P27 , P28, P29, P30, P31 , P32, P33		P1, P2, P3, P4, P5, P7 , P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21 , P22, P23, P24, P25, P26, P27 , P28, P29, P30, P31 , P32, P33, P36	Todas		
	Actitudinales		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13		A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	Todas		

NO PRESENCIAL: 7,2 ECTS, 180 horas.

MATERIA	ASIGNATURAS	ESTUDIO PERSONAL	PREPARAC IÓN	LABORATORIO	APRENDIZAJE VIRTUAL	TOTAL		
Ejecución de proyectos publicitarios	Taller de publicidad audiovisual	10	30	25	25	90	Horas	
		0,4	1,2	1	1	3,6	ECTS	
	Taller de producción publicitaria impresa	10	30	25	25	90	Horas	
		0,4	1,2	1	1	3,6	ECTS	
COMPETENCIAS	Transversales	T1 T1, T2, T3, T4 , T5, T6, T7, T8, T9 , T10, T11, T12 , T13, T14, T15, T16, T17 , T18, T19						
	Disciplinares	D12 , D13, D23 , D29, D30,	D1 , D4, D12, D18, D21, D22, D23 , D29, D30, D32, D33, D35, D37	D6, D9, D10, D11, D12 , D13, D18, D21, D22, D23 , D28, D29, D30, D32, D33, D37	D1 , D2, D3, D5, D6, D7, D8, D9, D10 , D12 , D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23 , D24 , D25, D26, D27, D28, D29, D30, D31, D32, D33, D34, D35, D36, D37 , D38, D39, D40			
	Profesionales	P2, P3, P4, P5, P7 , P8, P9, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P36, P37	P3, P5, P7 , P8, P11, P12, P17, P18, P19, P20, P21 , P22, P23, P24, P25, P26, P27 , P28, P29, P30, P31 , P32, P33, P37	P3, P7 , P8, P11, P12, P17, P19, P20, P21 , P22, P23, P24, P25, P26, P27 , P28, P29, P30, P31 , P32, P33	P3, P5, P6, P7 , P8, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21 , P22, P23, P24, P25, P26, P27 , P28, P29, P30, P31 , P32, P33, P34, P35, P37			
	Actitudinales	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A7, A8, A9, A10, A11, A12	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13	A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13			

- T1. Capacidad de toma de decisiones
- T2. Capacidad de creatividad y resolución de problemas
- T3. Capacidad de organización y planificación
- T4. Capacidad de análisis y síntesis
- T7. Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
- T9. Capacidad para trabajar en equipo
- T12. Capacidad de razonamiento crítico
- T17. Capacidad para el aprendizaje autónomo
- D1. Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas

- D9. Conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria
- D10. Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios
- D11. Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios
- D12. Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación
- D23. Conocimiento de las aplicaciones publicitarias multimedia en soportes interactivos
- D24. Conocer la relación que existe entre publicidad, audiencia y entretenimiento audiovisual
- D37. Conocimiento teórico-práctico y aplicación de las tecnologías aplicadas a los medios de comunicación audiovisuales
- P7. Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje
- P21. Capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales publicitarias
- P27. Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia
- P31. Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena

De las *actitudinales* no destacamos ninguna ya que entendemos que al referirse al saber ser, y por tanto a la personalidad de cada individuo, todas son fundamentales.

Contenidos de módulo/materia. Observaciones

Ejecución de proyectos publicitarios

La producción gráfica en comunicación publicitaria: códigos necesarios. Géneros de la producción gráfica publicitaria. Diseño vectorial. Diseño de mapa de bits. Los modelos de color. Técnicas de preimpresión publicitaria. Finalización de trabajos para mandar a impresión. Materiales: tipos de papel. Generación de equipos de trabajo. Fundamentos y realización de la fotografía publicitaria. Productos publicitarios audiovisuales. El spot publicitario en cine y televisión. El videoclip. Fases del proceso de producción: preproducción, producción y postproducción. Guión y desglose. Dirección de fotografía. Dirección artística. Sonido. Montaje y postproducción.

Descripción de las competencias

(Descritas en el apartado de Objetivos de esta aplicación)

Competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

Competencias específicas:

- a) Disciplinarias: D1, D2, D4, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D11, D12, D13, D14, D15, D16, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D29, D30, D32, D33, D34, D35, D36, D37, D38, D39, D40
- b) Profesionales: P3, P4, P5, P6, P7, P8, P10, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P19, P20, P21, P22, P23, P24, P25, P26, P27, P28, P29, P30, P31, P32, P34, P35
- c) Actitudinales: A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11

Descripción de las materias o asignaturas

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Ejecución de proyectos publicitarios	9.0	Obligatorias

Descripción de la materia *Ejecución de proyectos publicitarios*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Taller de publicidad audiovisual	4.5	Obligatorias
Taller de producción publicitaria impresa	4.5	Obligatorias

MÓDULO 12: TRABAJO FIN DE GRADO

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal
Módulo	TRABAJO FIN DE GRADO	6.0	Trabajo fin de carrera	7º y 8º semestre

Requisitos previos

Ninguno

Sistemas de evaluación

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

- 1 Exámenes teórico-prácticos: puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - Resolución correcta del ejercicio
- 2 Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documentos
- 3 Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará.
 - Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - Calidad del producto obtenido

En el caso particular de este módulo el rango de ponderaciones es:

Desarrollo del trabajo: 50%

Exposición y defensa: 50%

El sistema de calificaciones será el que figura en el RD 1.125/2003 de 5 de septiembre:

0-4,9 Suspenso (SS)

5,0-6,9 Aprobado (AP)

7,0-8,9 Notable (NT)

9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

1. **Exámenes teórico-prácticos:** puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - a. Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - b. Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - c. Resolución correcta del ejercicio
2. **Trabajos y exposiciones:** Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - a. Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - b. Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - c. Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documento
3. **Prácticas:** Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará:
 - a. Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - b. Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - c. Calidad del producto obtenido

4. **Participación del estudiante.**

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

En el caso particular de este módulo el rango de ponderaciones es:

- Desarrollo del trabajo: 50%
- Exposición y defensa: 50%

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

El MÓDULO consta en total de 6 ECTS (150 horas) de trabajo para el alumno.

Taller de trabajo en grupos. Sesión supervisada en la que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.

Créditos: 1,46 (36 horas)

Exposición de trabajo en grupo. Exposición de ejercicios asignados a un grupo de estudiantes que necesita de trabajo cooperativo

Créditos: 0,04 (1 hora)

Tutorías: Periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios

Créditos: 1,5 (37,5 horas)

Preparación de trabajos

Créditos: 2 (50 horas)

Búsqueda de documentación

Créditos: 1 (25 horas)

Competencias adquiridas: Todas las competencias desarrolladas hasta el momento

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante en la modalidad semipresencial

MÓDULO: TFG, 150 horas

El MÓDULO consta en total de 6 ECTS (150 horas) de trabajo para el alumno.

Taller de trabajo en grupos. Sesión supervisada en la que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.

Créditos: 1,46 (36 horas)

Exposición de trabajo en grupo. Exposición de ejercicios asignados a un grupo de estudiantes que necesita de trabajo cooperativo

Créditos: 0,04 (1 hora)

Tutorías: Periodo de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar o discutir los materiales y temas presentados en las clases o seminarios.

Créditos: 1,5 (37,5 horas)

Preparación de trabajos

Créditos: 2 (50 horas)

Búsqueda de documentación

Créditos: 1 (25 horas)

Competencias adquiridas: Todas las competencias desarrolladas hasta el momento

Contenidos de módulo/materia. Observaciones

Desarrollo, exposición pública y defensa de un trabajo fin de grado relativo a los ámbitos de la intervención y/o administración y gestión y/o la investigación.

Descripción de las competencias

(Descritas en el apartado de Objetivos de esta aplicación)

Competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

Competencias específicas:

a) Disciplinarias: Todas las desarrolladas hasta el momento

b) Profesionales: Todas las descritas hasta el momento y de forma particular la P37

c) Actitudinales: A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11 y de forma particular la A12 y la A13

Descripción de las materias o asignaturas

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Trabajo fin de grado	6.0	Trabajo fin de carrera

Descripción de la materia *Ejecución de proyectos publicitarios*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Trabajo fin de grado	6.0	Trabajo fin de carrera

MÓDULO 13: OPTATIVIDAD Y LIBRE ELECCIÓN

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal
Módulo	OPTATIVIDAD Y LIBRE ELECCIÓN	12.0	Optativas	7º y 8º semestre

Requisitos previos

Ninguno

Sistemas de evaluación

En la materia de Optatividad la evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

- 1 Exámenes teórico-prácticos: puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - Resolución correcta del ejercicio
- 2 Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documentos
- 3 Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará.
 - Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
 - Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
 - Calidad del producto obtenido

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%
- 2.- Trabajos y exposiciones: 20%
- 3.- Prácticas: 40%

El sistema de calificaciones será el que figura en el RD 1.125/2003 de 5 de septiembre:

- 0-4,9 Suspenso (SS)
- 5,0-6,9 Aprobado (AP)
- 7,0-8,9 Notable (NT)
- 9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:

1. **Exámenes teórico-prácticos:** puntuarán de 0 a 10 y en ellos se valorará:
 - a. Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
 - b. Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
 - c. Resolución correcta del ejercicio
2. **Trabajos y exposiciones:** Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico. El total de los trabajos presentados por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellos se valorará:
 - a. Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
 - b. Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
 - c. Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documento
3. **Prácticas:** Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico. El total de las prácticas realizadas por el alumno se puntuará entre 0 y 10. En ellas se valorará:
 - a. Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)

- b. Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
- c. Calidad del producto obtenido

4. **Participación del estudiante**

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de autoevaluación y videoconferencias.

El rango de ponderaciones para cada uno de los puntos anteriores será el siguiente:

- 1.- Exámenes teórico-prácticos: 40%
- 2.- Trabajos y exposiciones: 10%
- 3.- Prácticas: 40%
- 4.- Participación del estudiante: 10%

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Dependiendo de la asignatura

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante en la modalidad semipresencial

Las actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante dependerán de las asignaturas o seminarios que elija el alumno.

Contenidos de módulo/materia. Observaciones

En el caso de la Libre Elección los alumnos tendrán la posibilidad de elegir entre las diferentes actividades que se promuevan desde la Universidad: seminarios, congresos, actividades deportivas, prácticas externas, etc.

Descripción de las competencias

(Descritas en el apartado de Objetivos de esta aplicación)

Descripción de las materias o asignaturas

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Optatividad	9.0	Optativas
Libre elección	3.0	Optativas

Descripción de la materia *Optatividad*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Optativa I	4.5	Optativas
Optativa II	4.5	Optativas

Descripción de la materia *Libre elección*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Libre elección	3.0	Optativas

MÓDULO 14: PRACTICUM

Módulo o materia	Denominación	Créditos ECTS	Carácter	Unidad temporal
Módulo	PRACTICUM	6.0	Obligatorias	7º y 8º semestre

Requisitos previos

Ninguno

Sistemas de evaluación

Evaluación de la actitud del alumno durante las prácticas por parte del tutor externo (50%).

Evaluación de la memoria de prácticas (50%).

El sistema de calificaciones será el que figura en el RD 1.125/2003 de 5 de septiembre:

0-4,9 Suspenso (SS)

5,0-6,9 Aprobado (AP)

7,0-8,9 Notable (NT)

9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

Sistemas de evaluación en la modalidad semipresencial

Evaluación de la actitud del alumno durante las prácticas por parte del tutor externo: 50%

Evaluación de la memoria de prácticas: 50%

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

El módulo consta en total de 6 créditos ECTS (150 horas de trabajo), la mayor parte de los cuales se lleva a cabo en contacto directo con la actividad profesional comunicativa de empresas o instituciones.

- a) Seminarios y tutorías de orientación para la selección, ejecución y evaluación de las prácticas. Para este fin, la Universidad designará un profesor-tutor para cada alumno.

Competencias adquiridas: Específicas del saber y del saber ser.

0,40 ECTS (10 horas), 6,6%

- b) Trabajos en empresas del sector

Para este fin la empresa o institución designará un profesional que tutorizará las prácticas al alumno, elaborando al final de las mismas un informe relativo a la disposición demostrada y rendimiento alcanzado.

5,20 ECTS (130 horas), 86,6%

Competencias adquiridas: Específicas del saber, saber hacer y saber ser.

- c) Estudio personal del alumno y preparación de la memoria de prácticas.

0,40 ECTS (10 horas), 6,6%

Competencias adquiridas: Todas las referidas.

Actividades formativas con su contenido en ECTS, su metodología de enseñanza y aprendizaje, y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante en la modalidad semipresencial

MÓDULO: PRACTICUM, 150 horas

El módulo consta en total de 6 créditos ECTS (150 horas de trabajo), la mayor parte de los cuales se lleva a cabo en contacto directo con la actividad profesional comunicativa de empresas o instituciones.

- a) Seminarios y tutorías de orientación para la selección, ejecución y evaluación de las prácticas. Para este fin, la Universidad designará un profesor-tutor para cada alumno.

0,40 ECTS (10 horas), 6,6%

Competencias adquiridas: Específicas del saber y del saber ser.

- b) Trabajos en empresas del sector

Para este fin la empresa o institución designará un profesional que tutorizará las prácticas al alumno, elaborando al final de las mismas un informe relativo a la disposición demostrada y rendimiento alcanzado.

5,20 ECTS (130 horas), 86,6%

Competencias adquiridas: Específicas del saber, saber hacer y saber ser.

c) Estudio personal del alumno y preparación de la memoria de prácticas.

0,40 ECTS (10 horas), 6,6%

Competencias adquiridas: Todas las referidas.

Contenidos de módulo/materia. Observaciones

Las prácticas tuteladas se realizarán en empresas del sector o en empresas e instituciones que dispongan de puestos laborales adecuados al perfil profesional del graduado. Se desarrollarán en permanente colaboración entre la Universidad y el centro, institución o empresa de acogida.

Su realización y características se establecerán mediante el oportuno convenio.

Por otra parte, se organizarán actividades formativas adecuadas para completar las actividades realizadas en el centro de prácticas. A la finalización de las prácticas, el estudiante presentará un trabajo o memoria que describirá la formación adquirida y que proporcionará la evidencia de que el estudiante ha adquirido los conocimientos, capacidades y destrezas establecidas en las directrices propias.

Descripción de las competencias

(Descritas en el apartado de Objetivos de esta aplicación)

Competencias transversales:

T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19

Competencias específicas:

- a) Disciplinarias: Todas las desarrolladas hasta el momento
- b) Profesionales: Todas las descritas hasta el momento y de forma particular la P37
- c) Actitudinales: A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11 y de forma particular la A12 y la A13

Descripción de las materias o asignaturas

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Prácticas en Empresa	6.0	Obligatorias

Descripción de la materia *Prácticas en Empresa*

Denominación	Créditos ECTS	Carácter
Prácticas en Empresa	6.0	Obligatorias

6. PERSONAL ACADÉMICO

Mecanismos de que se dispone para asegurar que la contratación del profesorado se realizará atendiendo a los criterios de igualdad entre hombres y mujeres y de no discriminación de personas con discapacidad

Tal y como queda reflejado en el R. D. 1393/2007, de 29 de octubre (art. 3.5) la Universidad Católica San Antonio, se adhiere a los principios de igualdad, respeto a los derechos fundamentales de hombres y mujeres y promoción de los Derechos Humanos y accesibilidad universal.

Los mecanismos de que dispone la Universidad para garantizar dichos principios y asegurar que la contratación del profesorado y del personal de apoyo, se realiza atendiendo a los criterios de igualdad entre hombres y mujeres y de no discriminación, pasando, en primer lugar, por el cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 3/2007, de 22 de marzo, cuyo art. 45 obliga a elaborar y aplicar un Plan de Igualdad. Además, dicho Plan se rige por las directrices fijadas por el Instituto de la Mujer del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, que se contienen en el *Programa Optima de Igualdad de Oportunidades*, cuyos objetivos se desarrollan en la herramienta patrocinada por el Instituto de la Mujer de la Región de Murcia, denominada “*Metodología para el desarrollo de Planes de Acción en las empresas en materia de Conciliación de la Vida Familiar y Laboral*”.

En segundo lugar, para garantizar el cumplimiento de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, el Servicio de Recursos Humanos de la UCAM ha creado la Unidad de Atención a la Discapacidad, encargada de impulsar medidas que favorezcan la integración de los miembros de la comunidad universitaria en la vida académica.

Finalmente, para asegurar la adecuación del personal de apoyo al plan de estudios y garantizar que su perfil y formación se ajuste a los objetivos del título, se ha realizado el llamado Análisis y Descripción de Puestos de Trabajo del Personal de Administración y Servicios (AYDPT), cuyos cambios y adecuación a los puestos se mantienen a través de los diferentes planes de formación desarrollados.

Profesorado y otros recursos humanos necesarios y disponibles para llevar a cabo el plan de estudios propuesto

Personal académico disponible

Categoría	Experiencia	Tipo de vinculación con la universidad	Adecuación a los ámbitos de conocimiento	Información adicional
Doctor Catedrático	20 años docencia, 19 investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	Decano de facultad
Doctor	10 años docencia, 8 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	Director escuela de protocolo
Doctor	6 años docencia, 4 investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	
Doctor	7 años docencia, 5 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	
Doctor	20 años docencia	asociado	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	
Doctor	30 años docencia	parcial	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	
Licenciado	10 años docencia	parcial	ha impartido docencia en Publicidad y RRPP	
Licenciado	10 años docencia	asociado	ha impartido docencia en Publicidad y RRPP	
Doctor	11 años docencia, 9 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y	

Categoría	Experiencia	Tipo de vinculación con la universidad	Adecuación a los ámbitos de conocimiento	Información adicional
			RRPP	
Licenciado	5 años docencia, 5 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	
Licenciado	10 años docencia	asociado	ha impartido docencia en Publicidad y RRPP	
Doctor	10 años docencia, 8 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	Vicedecana
Licenciado	5 años docencia, 5 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Publicidad y RRPP	
Doctor	15 años docencia, 12 investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	Vicedecana
Licenciado	8 años docencia, 6 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	
Doctor	19 años docencia, 15 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	
Doctor	5 años docencia, 5 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	Subdirectora de titulación
Doctor	7 años docencia, 7 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	Secretaria de departamento
Licenciado	8 años docencia, 6 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y	

Categoría	Experiencia	Tipo de vinculación con la universidad	Adecuación a los ámbitos de conocimiento	Información adicional
			RRPP	
Licenciado	20 años docencia	asociado	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	
Doctor	12 años, 10 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	Director de departamento
Doctor	3 años docencia, 3 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	
Licenciado	8 años docencia, 6 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	
Doctor	5 años docencia, 5 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	
Licenciado	11 años docencia, 9 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	
Licenciado	20 años docencia	parcial	ha impartido docencia en Publicidad y RRPP	
Doctor Catedrático	35 años, 30 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	Rector
Licenciado	10 años docencia, 8 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	Subdirector de titulación

Categoría	Experiencia	Tipo de vinculación con la universidad	Adecuación a los ámbitos de conocimiento	Información adicional
Doctor	5 años docencia, 5 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	
Colaborador Licenciado	3 años docencia, 3 investigación	exclusiva	Teología, Ética y Humanidades	
Colaborador Licenciado	3 años docencia, 3 años investigación	semiplena	Teología, Ética y Humanidades	
Doctor	10 años docencia, 8 años investigación	exclusiva	ha impartido docencia en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP	Vicerrector

La columna “Tipo de vinculación con la universidad” hace referencia a la dedicación horaria que cada docente y personal de administración de servicios desarrolla en su puesto. Por ejemplo, un docente contratado con dedicación exclusiva tiene la siguiente vinculación con la universidad: 28 créditos de dedicación docente y un horario de permanencia de 37,5 horas semanales.

Concretamos a continuación la experiencia docente y profesional del profesorado en materias o campos propios del título en los que se contempla que impartan enseñanzas:

Categoría	Experiencia	Tipo de vinculación con la universidad	Adecuación a los ámbitos de conocimiento: Módulos
Doctor Catedrático	20 años docencia, 19 investigación	Exclusiva	Creatividad e innovación en comunicación Lenguaje y Expresividad
Doctor	10 años docencia, 8 años investigación	Exclusiva	Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas Legislación y Empresa Publicitaria Lenguaje y Expresividad Teoría y Técnica de la comunicación persuasiva
Doctor	6 años docencia, 4 investigación	Exclusiva	Medios publicitarios Creatividad e innovación en comunicación
Doctor	7 años docencia, 5 años investigación	Exclusiva	Lenguaje y expresividad Creatividad e innovación en comunicación

Categoría	Experiencia	Tipo de vinculación con la universidad	Adecuación a los ámbitos de conocimiento: Módulos
Doctor	20 años docencia	Asociado	Lenguaje y expresividad Interacción del entorno sociocultural
Doctor	30 años docencia	Parcial	Teoría y técnica de la comunicación persuasiva Audiovisual aplicado a la publicidad
Licenciado	10 años docencia	parcial	Producto publicitario Creatividad e innovación en comunicación Teoría y técnica de la comunicación persuasiva
Licenciado	10 años docencia	Asociado	Interacción del entorno sociocultural
Doctor	11 años docencia, 9 años investigación	Exclusiva	Medios publicitarios Teoría y técnica de la comunicación persuasiva
Licenciado	5 años docencia, 5 años investigación	Exclusiva	Tecnología de la comunicación Optatividad y Libre elección
Licenciado	10 años docencia	Asociado	Audiovisual aplicado a la publicidad Optatividad y Libre elección
Doctor	10 años docencia, 8 años investigación	Exclusiva	Interacción del entorno sociocultural
Licenciado	5 años docencia, 5 años investigación	Exclusiva	Producto publicitario
Doctor	15 años docencia, 12 investigación	Exclusiva	Legislación y empresa publicitaria Audiovisual aplicado a la publicidad
Licenciado	8 años docencia, 6 años investigación	Exclusiva	Producto publicitario Tecnología de la comunicación
Doctor	19 años docencia, 15 años investigación	Exclusiva	Lenguaje y expresividad Practicum
Doctor	5 años docencia, 5 años investigación	Exclusiva	Audiovisual aplicado a la publicidad Tecnología de la comunicación
Doctor	7 años docencia, 7 años investigación	Exclusiva	Lenguaje y expresividad
Licenciado	8 años docencia, 6 años investigación	Exclusiva	Tecnología de la comunicación
Licenciado	20 años docencia	Asociado	Medios publicitarios
Doctor	12 años, 10 años investigación	Exclusiva	Teoría y técnica de la comunicación persuasiva Teoría y técnica de las Relaciones Públicas Trabajo fin de Grado
Doctor	3 años docencia, 3 años investigación	Exclusiva	Legislación y empresa publicitaria
Licenciado	8 años docencia, 6 años investigación	Exclusiva	Creatividad e innovación en comunicación
Doctor	5 años docencia, 5	Exclusiva	Medios publicitarios

Categoría	Experiencia	Tipo de vinculación con la universidad	Adecuación a los ámbitos de conocimiento: Módulos
	años investigación		
Licenciado	11 años docencia, 9 años investigación	Exclusiva	Teoría y técnica de las relaciones públicas
Licenciado	20 años docencia	Parcial	Lenguaje y expresividad Creatividad e innovación en comunicación
Doctor Catedrático	35 años, 30 años investigación	Exclusiva	Legislación y empresa publicitaria
Licenciado	10 años docencia, 8 años investigación	Exclusiva	Tecnología de la comunicación Teoría y técnica de la comunicación persuasiva Producto publicitario
Doctor	5 años docencia, 5 años investigación	Exclusiva	Creatividad e innovación en comunicación Teoría y técnica de las relaciones públicas
Colaborador Licenciado	3 años docencia, 3 investigación	Exclusiva	Educación Integral
Colaborador Licenciado	3 años docencia, 3 años investigación	Semiplena	Educación Integral
Doctor	10 años docencia, 8 años investigación	Exclusiva	Interacción del entorno sociocultural

De tal forma que los diferentes módulos que configuran el título de grado en Publicidad y Relaciones Públicas tienen asociados a los siguientes docentes:

Denominación del MÓDULO	Créditos ECTS	Número de docentes asociados
EDUCACIÓN INTEGRAL	18,0	2
MEDIOS PUBLICITARIOS	18,0	4
TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	18,0	5
LEGISLACIÓN Y EMPRESA PUBLICITARIA	16,5	4
LENGUAJE Y EXPRESIVIDAD	30,0	7
AUDIOVISUAL APLICADO A LA PUBLICIDAD	24,0	4
TEORÍA Y TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA	24,0	6
TEORÍA Y TÉCNICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	12,0	4
CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	22,5	7
INTERACCIÓN DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL	24,0	4
PRODUCTO PUBLICITARIO	9,0	4
TRABAJO FIN DE GRADO	6,0	1

Denominación del MÓDULO	Créditos ECTS	Número de docentes asociados
OPTATIVIDAD Y LIBRE ELECCIÓN	12.0	2
PRACTICUM	6.0	1

En relación a los planes de formación y actualización didáctica del profesorado, la Universidad cuenta con un Plan de Formación del Profesorado, compuesto por acciones de carácter bimensual, que pretenden mejorar la planificación y el desarrollo docente del profesorado. Es una formación generalista y tiene un carácter voluntario. En concreto en el segundo semestre del curso académico 2007-2008 se han programado las siguientes actividades:

1. Módulo sobre Planificación docente:

- a. Seminario sobre el Espacio Europeo de Educación Superior
- b. Seminario sobre elaboración de las guías docentes.

2. Módulo sobre Desarrollo docente:

- a. Seminario sobre metodologías actuales de enseñanza en el EEES
- b. Seminario sobre las TIC en las nuevas metodologías activas.

3. Módulo de Evaluación de los resultados de aprendizaje

- a. Seminario sobre el Portafolio del profesor.
- b. Seminario sobre el Portafolio del alumno.
- c. Seminario sobre Técnicas de Evaluación

En definitiva, estas actividades están de acuerdo con el Modelo de Evaluación que esta Universidad ha elaborado de conformidad con Programa Docencia de la ANECA.

Para la modalidad semipresencial el número de docentes asociados a los módulos queda como sigue:

Denominación del MÓDULO	Créditos ECTS	Número de docentes asociados
EDUCACIÓN INTEGRAL	18,0	2
MEDIOS PUBLICITARIOS	18,0	4
TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	18,0	6
LEGISLACIÓN Y EMPRESA PUBLICITARIA	16,5	4
LENGUAJE Y EXPRESIVIDAD	30,0	7
AUDIOVISUAL APLICADO A LA PUBLICIDAD	24,0	6
TEORÍA Y TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA	24,0	6
TEORÍA Y TÉCNICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	12,0	4
CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	22,5	7
INTERACCIÓN DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL	24,0	5
PRODUCTO PUBLICITARIO	9,0	4
TRABAJO FIN DE GRADO	6,0	2
OPTATIVIDAD Y LIBRE ELECCIÓN	12,0	2
PRACTICUM	6,0	1

Para la modalidad semipresencial el personal académico necesario quedaría incrementado en 5 personas, y su adecuación a los diferentes ámbitos de conocimiento (MÓDULOS) quedaría como sigue:

Categoría	Experiencia	Tipo de vinculación con la universidad	Adecuación a los ámbitos de conocimiento: MÓDULOS
Doctor	3 años	Semi-plena	TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
Doctor	3 años	Semi-plena	AUDIOVISUAL APLICADO A LA PUBLICIDAD
Doctor	3 años	Semi-plena	AUDIOVISUAL APLICADO A LA PUBLICIDAD
Doctor	3 años	Semi-plena	INTERACCIÓN DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL

Categoría	Experiencia	Tipo de vinculación con la universidad	Adecuación a los ámbitos de conocimiento: MÓDULOS
Doctor	3 años	Semi-plena	TRABAJO FIN DE GRADO

Como puede observarse, la Universidad prevé la posibilidad de más contratación de profesorado en función del aumento del número de estudiantes matriculados sobre las previsiones realizadas que, como se indica en el punto 1 de la Memoria, sumarían un total de 180 para los cursos de primero, segundo y tercero (60 alumnos por curso).

Otros recursos humanos disponibles

Tipo de vinculación con la universidad	Formación y experiencia profesional	Adecuación a los ámbitos de conocimiento
contratado	administrativo 5 años	sí
contratado	Ingeniero en Telecomunicaciones 7 años	sí
contratado	administrativo 10 años	sí
contratado	administrativo 8 años	sí
contratado	Licenciada Comunicación Audiovisual 3 años	sí

Otros recursos humanos necesarios

Tipo de vinculación con la universidad	Formación y experiencia profesional	Adecuación a los ámbitos de conocimiento
contratado	administrativo 2 años	acorde a la gestión administrativa

Formación del profesorado en metodologías de enseñanza-aprendizaje semipresencial

Se ha establecido, como criterio de selección del personal docente a la modalidad de enseñanza semipresencial, el que aporten conocimientos y/o experiencia profesional en este tipo de metodología de enseñanza.

La Univesidad Católica San Antonio cuenta en la actualidad con un Programa de Formación del Profesorado que incluye sesiones y talleres formativos relacionados con las metodologías de enseñanza y el EEES, los sistemas de evaluación y las tutorías en el sistema universitario (<http://www.ucam.edu/servicios/ordenacion-academica/programa-bianual-de-formacion-continua-del-profesorado-universitario>).

Todos los profesores destinados a la enseñanza semipresencial recibirán durante los meses de junio, julio y septiembre, a través de las acciones previstas en el Programa Bianual de Formación Continua del Profesorado a cargo del Vicerrectorado de Ordenación Académica, la formación necesaria en metodología de enseñanza-aprendizaje semipresencial.

Estos talleres formativos incluirán los siguientes contenidos: elaboración de contenidos virtuales, herramientas virtuales de apoyo a la enseñanza y al aprendizaje, sistemas de evaluación y seguimiento del proceso de aprendizaje del estudiante en línea y estrategias de y herramientas de comunicación en línea.

En la actualidad todos los profesores de la Universidad poseen formación en el Campus Virtual, ya que es empleado como sistema de apoyo a la enseñanza presencial, semipresencial y a distancia. Existe además un procedimiento de orientación y tutorización personaliza del profesor a través de la Dirección del Campus Virtual. El profesor puede dirigirse a través del correo electrónico y bien telefónicamente para plantear las cuestiones relacionadas con la funcionalidad del Campus Virtual y sus herramientas. Al inicio de cada curso académico los equipos directivos de los títulos organizan conjuntamente con la Dirección del Campus Virtual, sesiones formativas dirigidas al claustro de profesores y de modo especial a aquellos docentes de nueva incorporación al título.

La Dirección del Campus Virtual para atender a las necesidades formativas de los profesores elabora sesiones tutoriales que se encuentran a disposición del profesorado en la plataforma del campus virtual. En estos tutoriales se explican las herramientas de comunicación básicas de la plataforma, así como los procedimientos para introducir contenidos, trabajos, pruebas de autoevaluación, actividades prácticas, etc.

Desde la Dirección de Campus Virtual todos los años se realizan cursos de formación para el profesorado de nueva incorporación durante los meses de junio, julio, septiembre y febrero. El objetivo de los mismos es aportar al docente una visión global de las

herramientas que conforman el mismo. En esa misma línea, en una segunda fase del curso, profundizamos en las herramientas específicas que va a utilizar cada titulación. Así por ejemplo, para las titulaciones semipresenciales y online, nos centramos sobre todo en la creación de materiales para formación online, seguimiento del alumno, tutorización y evaluación. Igualmente también se forma al profesorado en el manejo de la sala de videoconferencia, streaming y se profundiza en el uso didáctico de la misma.

Podemos afirmar que todo el profesorado de la universidad conoce a fondo el manejo y que esta familiarizado con las herramientas del campus virtual. De igual modo, todo el profesorado que ha impartido, hasta la fecha o que el próximo curso va a impartir docencia semipresencial u online, ha realizado un curso de formación sobre la creación de materiales (MELETE herramienta para creación de cursos SCORM) para este tipo de enseñanza, de cómo evaluar y tutorizar a su alumnado. Tan solo quedará pendiente realizar esta formación a las nuevas incorporaciones para el curso que comenzará el próximo septiembre.

En relación con la forma de computar la dedicación del profesorado en esta modalidad, la Universidad ha establecido unas directrices generales en las cuales, cuando la presencialidad de una asignatura esté en torno al 20%, cada crédito ECTS se computará como la mitad de horas de docencia presencial que en las titulaciones con un 100% de presencialidad.

Con este planteamiento, los profesores que tengan su carga docente en la modalidad semipresencial, podrán asumir el doble de créditos que aquellos que la tengan en la modalidad presencial. Así mismo, el mismo profesor podrá hacerse cargo de varias asignaturas en las dos modalidades de la titulación

Con el fin de establecer una correcta adecuación con el conocimiento disciplinar que aquí se trata, en este caso Publicidad y Relaciones Públicas, y la metodología de enseñanza semipresencial, se tendrá en cuenta, además, que en cuanto a los criterios de selección de profesorado una de las prioridades será el área de conocimiento particular donde debe enseñar, como no puede ser de otra manera.

Por tanto, insistimos en la importancia de indicar que en la formación del profesorado se deben tener en cuenta no sólo las habilidades en el manejo de herramientas y tecnologías aplicadas a la modalidad semipresencial, sino también el área de conocimiento donde deben impartir su docencia.

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Disponibilidad y adecuación de recursos materiales y servicios

Justificación de que los medios materiales y servicios clave disponibles (espacios, instalaciones, laboratorios, equipamiento científico, técnico o artístico, biblioteca y salas de lectura, nuevas tecnologías, etc.) son adecuados para garantizar el desarrollo de las actividades formativas planificadas, observando los criterios de accesibilidad universal y diseño para todos

Aulas destinadas al proceso formativo y el equipamiento de éstas:

El Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas cuenta con 4 aulas ubicadas en el Aulario 1 con una capacidad media de 70 puestos. Las aulas disponen de iluminación adecuada, aire acondicionado y calefacción individual y buenas condiciones acústicas para el desarrollo de la labor formativa. Además cuentan de una pizarra, un retroproyector, una pantalla de proyección y equipamiento audiovisual (televisión, vídeo y DVD). Las aulas también disponen de un ordenador y un cañón, y todo el material de apoyo a la presentación de las clases necesario, además de conexión a Internet.

Para la docencia práctica de las asignaturas que así lo requieran, se dispone de 5 Aulas de Práctica Informática (APIs). Además del software característico del Office, los equipos disponen de los programas informáticos comúnmente más usados por los estudiantes de la Facultad: QuarkXPress, Freehand, Photoshop entre otros.

Se dispone de un aula para tutorías personalizadas.

No existen barreras arquitectónicas que impidan el acceso a ningún lugar de las instalaciones de la universidad. Las rampas y ascensores existentes facilitan el acceso a todos los aularios e instalaciones y dependencias de la Universidad. (cafeterías, biblioteca, mediateca, hemeroteca, servicios de administración, departamentos, etc.)

Espacios de trabajo:

Así pues –como se observa en lo expuesto en el punto anterior– no hay problemas de espacio para el desarrollo de las clases teóricas. Se pueden incluir (además de los espacios reservados para las aulas) los espacios de otras instalaciones destinados al desarrollo del programa formativo de Periodismo, que se distribuyen de la siguiente forma: Laboratorio de fotografía; Estudio de radio y de televisión; Laboratorio Audiovisual; Cinco salas de informática.

La Biblioteca dispone de 3 puntos de consulta de catálogo así como puntos de consulta de bases de información. También deben incluirse en este apartado los espacios y equipamientos de la Mediateca y Hemeroteca.

También se cuenta con el espacio destinado al despacho del Decano; el desarrollo y coordinación de las funciones del personal académico se realizan en los espacios propios del área de Publicidad con 10 puestos fijos para los profesores en plantilla (reservando un puesto para los profesores asociados); El equipamiento de cada puesto en el despacho común del área de Publicidad es el adecuado ya que cada profesor cuenta con el mobiliario necesario para el desarrollo de sus labores docentes (mesa, asiento adecuado, armario, flexos, bandejas, etc...) así como una unidad de PC con el software adecuado y actualizado, acceso a Internet, Intranet y Campus Virtual de la Universidad. También se cuenta para tareas de investigación, con el uso parcial de dos salas de estudio para profesores a tiempo completo o con proyectos de investigación, con 22 puestos de trabajo cada.

Salas de Usos Múltiples donde se ubican ordenadores e impresoras (1 por sala); en la sala más amplia se ha instalado la tecnología adecuada para que cada profesor o estudiante pueda realizar tareas sencillas de grabación, edición y montaje digital: (pantallas de televisión, grabadores y lectores de cd y dvd, impresoras, escaner, cámara fotográfica, cámara de vídeo, así como las correspondientes conexiones a Internet).

Despacho del personal de Administración y Servicios de la Facultad .

Las infraestructuras destinadas a las prácticas se corresponden con las infraestructuras propias de la Universidad (Estudio de Radio y Televisión, Laboratorio Audiovisual, Laboratorio de Fotografía y cinco salas de Informática), que los estudiantes utilizan en el desarrollo de las prácticas de cada asignatura y resultan adecuadas para el desarrollo del programa formativo.

En cuanto a las prácticas externas, cuya gestión se encuentra centralizada en el SOIL (Servicio de Orientación e Información Laboral), son de carácter voluntario para los estudiantes. Las infraestructuras en las que se llevan a cabo dichas prácticas corresponden a las de las empresas e instituciones con las que se ha firmado convenios de colaboración (radios, emisoras de televisión, productoras, estudios de publicidad, agencias de relaciones públicas, etc.).

Despacho del Departamento de Comunicación. Dotado con 5 puestos informáticos con su correspondiente conexión a Internet.

Laboratorios, talleres y espacios experimentales:

Las instalaciones de las que se dispone son las siguientes:

- Estudio de Televisión
- Estudio de Radio
- Laboratorio Audiovisual

- Laboratorio de Fotografía

Los estudios de Radio y de Televisión están ubicados en la planta superior de un edificio anexo al Monasterio. Este espacio, de antigua construcción pero rehabilitado, alberga todas las dependencias necesarias para el desarrollo completo de las prácticas de nuestros alumnos. La configuración de estas instalaciones no sólo responde a las necesarias a un centro de formación sino también a la de un centro de producción audiovisual profesional.

a) Estudio de Televisión

a.1.- Plató

El plató de televisión tiene una dimensión aproximada de 150 m² distribuidos entre un set principal y una grada con aforo para 90 personas.

Está dotado con 4 cámaras digitales de estudio modelo SONY DVCAM DXC-D30, equipadas con un visor de estudio y un trípode sobre dolly. Todas ellas cuentan con un sistema de intercomunicación. Una de esas cámaras, además, tiene incorporado un teleprompter.

En el plató se ha instalado también un monitor de 28" para uso del presentador y del regidor. A una altura aproximada de 4 metros, se sitúa sobre el set, una parrilla de iluminación, integrada por 30 proyectores de luz que pueden ser modulados con el uso de filtros y cuya orientación puede variarse con la ayuda de una pértiga. Hemos dotado a la parrilla de dos DIMERS de 12 canales cada uno, además de una mesa de iluminación móvil de 48 canales y 1000 memorias marca WORK Stage 4824DMX, con la que se puede almacenar, regular en intensidad y programar todos y cada uno de los focos fresnell y fluorlight.

a.2.- Control de realización

El control de realización está situado en la parte superior del plató. Está separado del plató por medio de un visor de doble cristal antirreflectante.

Este centro neurálgico del Estudio de televisión está dotado de 14 monitores, un sistema completo de control remoto de cámaras (CCU), un mezclador de vídeo digital de 24 Thomson Kayak, otro de audio digital (Mezclador analógico-digital 24 canales de Audio), dos magnetoscopios Grabadores-Reproductores SONY DVCAM DSR45P, y una unidad central de intercomunicación que conecta el control, no sólo con el plató, sino también con el resto de dependencias del estudio.

a.3.- Dos cabinas: una de edición al corte y otra de continuidad.

Cada cabina de edición al corte y de continuidad dispone de dos monitores de 14", dos magnetoscopios lector y reproductor, DSR 60 y 85 de SONY, y una consola de edición

PVE-500. Además, cuentan con un mezclador de sonido, dos reproductores de C.D y uno de minidisc.

a.4.- Cabina de edición: A/B Roll.

La configuración de la cabina de A/B Roll es más compleja. Incluye, además de los equipos que hemos mencionado en el apartado anterior, un magnetoscopio más, otro reproductor de CD, una mesa digital generadora de efectos SONY DSF700 y un generador de caracteres.

a.5.Estación de edición no lineal: ES-7

Para completar las modalidades de edición existentes con el fin de que nuestros alumnos tengan una preparación acorde a las diferentes tecnologías con las que se van a encontrar en el mercado de trabajo, se ha optado también por la edición no lineal.

A comienzos del curso 2004-2005 se amplió la dotación del estudio con la puesta en marcha de una nueva sala de edición no lineal de 6 puestos. El equipamiento de cada puesto es el siguiente:

- Hardware: 1 PC Dell- Doble Núcleo de 400GB Disco duro
- Software: Avid. Xpress Pro, Adobe Photoshop CS3, Adobe after effect CS3, Adobe Audition, Adobe Premier CS3
- 1 VTR: SONY DVCAM DSR 11
- 1 monitor 14"
- 1 tarjeta de video externa AVID MOJO
- 2 altavoces.

En este espacio el profesor dispone también de un cañón de vídeo con dos altavoces. El estudio cuenta, además, con otro puesto de edición no lineal pero de otro sistema alternativo ES-7, equipado con un disco de vídeo de 36 Gb y monitor de 21".

a.6. Puesto de cambio de formato

El formato de trabajo de todos los equipos de televisión de la UCAM es el digital DVCam de SONY. Este formato destaca por su calidad y su imagen de marca, estandarizada en todo el mundo. Para hacer compatible este formato con el de otros materiales audiovisuales externos y para que podamos adaptar nuestras producciones a otros formatos, se ha instalado una columna de conversión de formatos en la que se incluyen los siguientes magnetoscopios: BETACAM, DVC PRO, S-VHS, VHS, DVD +R/-R/RW, HD.

a.7. Equipos portátiles ENG

Para las grabaciones en exteriores se cuenta con cuatro equipos completos, integrados: por tres camascopios DSR-130PK DVCAM de SONY, tres camascopios MiniDVCAM SONY PD170P, un camascopio de Alta Definición SONY HVR-Z1, dotados de trípode e iluminación autónoma. Uno de las camascopios DSR-130 PK puede convertirse a configuración de estudio mediante un adaptador con el que también contamos.

a.8. Infografía/ Edición no lineal II

Sala compuesta por dos puestos de edición no lineal con equipos y software, similares a los de la sala de edición no lineal I.

a.9. Sala de maquillaje y peluquería

Esta sala se encuentra ubicada en el mismo edificio del plató de televisión y cuenta con un espejo de 2x1 m con iluminación incorporada, con un sillón de maquillaje y peluquería, materiales de maquillaje profesionales tales como pinceles varios, secador y juego de cepillos.

b) Estudio de Radio

Las instalaciones de la radio están distribuidas en tres espacios: el Control de radio, el locutorio y una cabina-locutorio. Todos ellos están insonorizados y se han sometido a un riguroso acondicionamiento acústico.

b.1. Control de radio

Está equipado con una mesa de mezclas de 16 entradas (modelo AEQ BC-500). A este controlador están conectados los siguientes equipos: PC (editor de sonido), sintonizador, compresor, amplificador, distribuidor de audio e híbrido telefónico. Además, en la mesa de mezclas, confluyen las señales de todos los equipos reproductores en sus diferentes formatos.

Se cuenta con tres reproductores de CD, un giradiscos y un reproductor/grabador de minidisc, otro de DAT y dos de doble pletina de cassette, y uno de MP3. El control dispone también de una estación de trabajo VIVA. Se trata de un puesto de gestión de emisión dotado con un software específico, que posibilita diferentes operaciones; edición, gestión y emisión automatizada.

En este espacio, se ha instalado también un ordenador para el uso del productor de radio.

b.2. Locutorio

El locutorio está ubicado en el espacio contiguo al control. Se comunica con éste visualmente a través de un visor de doble cristal de un metro y medio de ancho y casi un metro de alto. Tiene capacidad para seis personas. Está dotado con seis micrófonos y sus correspondientes pies de mesa y seis auriculares regulables en volumen por el propio invitado o locutor.

b.3. Cabina/locutorio

Es una dependencia de reducidas dimensiones pero dotada con los equipos propios de una emisora de radio para autocontrol; mesa de mezclas AQ BC 306, de seis entradas, un híbrido telefónico, dos reproductores de CD, un lector/grabador de minidisc, otro de DAT y dos de doble pletina de cassette y uno de MP3.

Se usa no sólo para las grabaciones de radio sino también para los registros de los offs para su inserción en las producciones de vídeo.

b.4. Equipos portátiles en radio

El estudio dispone, asimismo, para el uso en exteriores de 5 grabadores portátiles (MiniDisc), con híbrido telefónico incorporado, 5 micrófonos para equipos móviles, 5 grabadoras de mano, así como alimentadores y bolsas para estos equipos.

c) Sala de Redacción.

En el mismo edificio del estudio de RTV, junto a la sala de maquillaje se encuentra la sala de redacción. Cuenta con 6 puestos informáticos (PC Pentium IV) para alumnos y 1 para el profesor, más 2 impresoras láser. Todos los equipos están conectados a la red de la UCAM.

d) Laboratorio de Fotografía

El laboratorio de Fotografía en B/N se encuentra en la planta baja del edificio anexo al Monasterio, donde también está ubicado el estudio de RTV. Este espacio está equipado con 15 cámaras reflex Zenit, 6 cámaras digitales Canon EOS 400, 15 ampliadoras en blanco y negro y todos los instrumentos necesarios para el desarrollo del proceso completo de revelado y positivado de las fotografías (tanques de revelado, temporizador, marginador, cubetas, armarios de secado de negativos, prensas de contacto, etc.).

e) Laboratorio Audiovisual

El laboratorio audiovisual está dividido en dos espacios: el laboratorio de vídeo y el de radio.

e.1. Laboratorio de Vídeo

El laboratorio de vídeo cuenta con 8 puestos con Ordenadores Pentium IV, individuales/equipo, dotados de cámaras Mini DV para captura y volcado con un magnetoscopio grabador SVHS Hi-fi, un monitor de 14'', 2 altavoces estéreo, un PC dotado del Software Adobe Premiere Pro 1.5 y Adobe Photoshop 7, 1 tarjeta capturadora analógica. Para posibilitar el trabajo en equipo de los alumnos, se ha dotado a cada mesa de un distribuidor de señal de audio al que se pueden conectar hasta 5 auriculares.

Respecto a la segunda configuración la distribución del equipamiento es la siguiente: los 14 puestos de visionado iniciales se convierten en 6 de edición al corte y un control de realización. Éste último puesto está equipado con 1 mesa de mezclas de vídeo digital, que da entrada a las señales de 2 magnetoscopios, de 1 ordenador (con tituladora Estudio 2000), y con una mesa de mezclas de audio de 5 canales, 2 reproductores de CD, 2 grabadores-reproductores de cassette y 2 altavoces.

El laboratorio también cuenta con equipos de grabación. Dispone de 4 cámaras de formato semiprofesional, SVHS, 4 trípodes, 2 maletas de iluminación (una con 3 focos de 1000 watos y otra con 2 focos de 2000 watos), 8 baterías, 3 antorchas autónomas de 100 watos.

e.2.- Laboratorio de Radio

Este laboratorio disfruta de un espacio propio, distribuido a su vez en un locutorio y en un control de realización. El primero de ellos está acondicionado acústicamente y cuenta con 6 micrófonos sujetos a soportes de mesa, una caja distribuidora de señal de audio para conectar hasta 5 auriculares. El control de realización está dotado de un mezclador de audio de 16 entradas, 2 lectores de CD, 2 reproductores-grabadores de casete, 2 auriculares, 1 ordenador multimedia con programa de edición de audio Sound Blaster, un grabador de MiniDisc, 1 híbrido telefónico y 2 monitores de audio.

f) Aulas de Práctica Informática (APIs)

La videoteca del área cuenta con más de 300 títulos a disposición de sus profesores y alumnos. De ellos más de 200 son originales y resto han sido grabadas de televisión o copiadas de originales. También dispone de más de 60 horas grabadas de spots publicitarios incluyendo los premiados en los últimos festivales internacionales.

Procedimientos de utilización de espacios:

- Uso de las instalaciones: Las instalaciones y equipamiento del Grado de Publicidad para el desarrollo de sus materias prácticas es adecuado a las necesidades del programa formativo. Como se ha apuntado en un apartado anterior, el diseño de las instalaciones se ha realizado atendiendo a su uso docente. Las prácticas, coordinadas bajo la metodología de rol-play, se desarrollan en grupos reducidos. El número de miembros de los equipos se ajusta en cada caso al tipo de ejercicio a realizar. El objetivo es que todos los alumnos integrantes estén ocupados en el desarrollo de la tarea que le ha correspondido.

- Sistema de reservas de instalaciones y equipos:

Para organizar el uso de las instalaciones de los estudios de radio y televisión (desarrollo de prácticas presenciales) se ha habilitado un sistema informatizado que permite a los profesores reservar las salas y equipamiento necesario para el desarrollo de las prácticas de sus asignaturas.

El profesor se limita a reservar en los horarios previamente asignados por la Dirección del Grado y la Coordinación de los Estudios para dichas prácticas. Para el desarrollo de las prácticas en las API también se requiere de la reserva de las salas. Las solicitudes de los profesores, en este caso, son canalizadas a través de la Secretaría de la Facultad y formuladas ante el Servicio de Informática.

Uso libre de las instalaciones: Las instalaciones que quedan libres en determinados momentos, se ponen a disposición de los alumnos para completar o ampliar sus prácticas, siempre que el profesor así lo autorice. En el caso de los estudios de Radio y Televisión, para hacer uso de las salas y equipos, el estudiante sólo tiene que solicitar la reserva a la Coordinación del Estudio de RTV mediante un formulario. Los administrativos del estudio son los encargados de trasladar la reserva al sistema informático. En cuanto a las demás instalaciones, si se trata de los Laboratorios de fotografía y de vídeo y radio, el alumno gestiona su solicitud directamente con los profesores responsables.

- Préstamo de equipamiento al alumno: con el fin de que los alumnos puedan realizar prácticas en escenarios reales, la UCAM presta a sus estudiantes unos equipos ENG adquiridos ex profeso para este uso. Asimismo, se pone también a disposición de los alumnos las cámaras digitales de fotografía. Previa autorización del profesor del que depende la práctica, el alumno solicita el préstamo a la coordinación del estudio de RTV. El alumno se responsabiliza del equipamiento cedido ante la Institución.

La revisión y el mantenimiento de los materiales corre a cargo de empresas homologadas o por la propia Unidad Técnica de la Universidad.

La UCAM dispone del personal cualificado, con vinculación exclusiva, de administración y servicios necesario para garantizar la calidad de la docencia, de la investigación y de la formación del estudiante, a través de los distintos servicios que se encuentran centralizados y que prestan su apoyo a toda la Comunidad Universitaria; entre ellos se encuentran: Secretaría Central, Servicio de Informática, Administración, Recursos Humanos, Servicio de Reprografía, Servicios Generales (Conserjerías, Personal de Control y Seguridad, Personal Auxiliar de Laboratorios y Prácticas, Servicio de Cafetería y Eventos, Limpieza), Biblioteca, Servicio de Información al Estudiante, Unidad Técnica de Calidad, Jefatura de Estudios, Campus Virtual, Extensión Universitaria, Servicio de Orientación Laboral, Servicio de Evaluación y Asesoramiento Psicológico, Vicerrectorado de Alumnado, Oficina de Relaciones Internacionales, Servicio de Publicaciones, Servicio de Actividades Deportivas, etc.; también cada titulación cuenta con personal propio de administración y servicios, ubicado en los distintos departamentos docentes e instalaciones propias de la titulación.

Además, la Universidad cuenta con dos Servicios, compuestos por titulados universitarios con vinculación estable y dedicación exclusiva (principalmente pedagogos y psicólogos) que integran el Servicio de Evaluación y Seguimiento Psicológico y el Cuerpo Especial de Tutores, este último, encargado del seguimiento personal y académico de los estudiantes, a través de tutorías personalizadas.

Finalmente, la Capellanía de la Universidad, integrada por un importante número de sacerdotes encargados de la formación humana y cristiana, conforma los recursos con los que la UCAM cuenta para la consecución de uno de sus objetivos primordiales: el desarrollo en la formación integral del estudiante.

Previsión

Los recursos materiales y servicios existentes son suficientes para garantizar la calidad que exige el grado.

Disponibilidad y Justificación de los medios para la enseñanza semipresencial.

La Universidad Católica San Antonio de Murcia estableció tres objetivos estratégicos fundamentales para la educación semipresencial:

- Fomentar un aprendizaje autónomo, apoyado en la experiencia del alumno.

- Fomentar la educación permanente, durante y después del periodo académico.
- Enseñanza innovadora y de calidad, haciendo uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Los dos primeros objetivos concuerdan con la filosofía del EEES, donde el alumno es el centro del proceso educativo. Sin lugar a dudas, la educación semipresencial fomenta el aprendizaje autónomo y despierta en el futuro egresado la inquietud por la formación continua.

Ambos objetivos requieren de una base tecnológica importante que mejore la calidad de la docencia mediante el uso de las nuevas tecnologías eliminando la barrera de semipresencial. En este sentido, la Universidad Católica San Antonio de Murcia, en concreto el grupo de investigación “Redes de Información Corporativas”, cuenta con una amplia experiencia en el desarrollo e implantación de nuevas tecnologías aplicadas a la educación y, en particular, a la educación semipresencial.

Una de las líneas de trabajo de dicho grupo, constituido por 10 miembros, está orientada al campo de la enseñanza semipresencial, y en el presente año ha participado en los congresos y conferencias más representativos en este área, tanto a nivel nacional como internacional. Entre ellos, la Conferencia Web Internacional e-Learning 2010 organizada por ITMadrid (<http://www.itmadrid.com//pags/itmadrid-conferencia-elearning-2010.htm>), el Congreso de Sakai España (<http://confluence.sakaiproject.org/pages/viewpage.action?pageId=67111992>), y Congreso de Sakai Europa (<http://sakaiproject.org/sakai-european-regional-conference-2010>) Al mismo tiempo, se está elaborando una tesis doctoral que tiene como uno de sus objetivos principales desarrollar un sistema de generación de exámenes mediante técnicas de lógica difusa, como herramienta de apoyo a la labor docente.

Los primeros datos obtenidos por el grupo reflejan que el número de alumnos que superan las asignaturas, y adquieren las competencias establecidas, está dentro de la media, y que incluso se mejoran los resultados de la modalidad presencial en algunos aspectos.

Para la modalidad semipresencial

La Universidad Católica San Antonio cuenta con un Campus Virtual en cuya gestión y dinamización nos avalan ya 10 años de experiencia, por medio del llamado Sistema E-learning, un entorno global de aprendizaje que intenta flexibilizar la metodología universitaria únicamente presencial apoyándose en la utilización nuevas tecnologías. Este sistema contiene ideas claves desde la perspectiva de una educación abierta,

flexible y cercana, basada en la potenciación de sistemas de autoaprendizaje y autorregulación del propio aprendizaje.

La titulación propuesta se impartirá en la modalidad de enseñanza-aprendizaje **semipresencial**, por lo que se necesitan medios materiales tradicionales y otros que detallamos a continuación.

El sistema de enseñanza a distancia del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se basará en el entorno de enseñanza virtual de que dispone la Universidad Católica San Antonio de Murcia, y que se viene utilizando desde hace más de diez años para la impartición de titulaciones en modalidad *blended learning*. Este curso académico hemos implementado un nuevo campus virtual basado en la plataforma *Sakai* (<http://sakaiproject.org/>). Esta plataforma es un proyecto de código abierto para la gestión de cursos y el aprendizaje colaborativo, creada para dar soporte al mundo universitario y con amplio abanico de funciones, documentación y prestaciones para el mismo.

Respecto a la disponibilidad de centros asociados para cumplir los objetivos de la modalidad semipresencial se debe concretar que las prácticas curriculares se realizarán en entidades, organismos, etc. de la Región de Murcia con los que la Universidad firmaría convenios de colaboración, sin perjuicio de que la UCAM pueda establecer convenios con otras comunidades autónomas para facilitar la prácticas curriculares de estudiantes matriculados, procedentes de otras localizaciones geográficas. En este caso los estudiantes serán informados en el proceso de matriculación.

Por medio del sistema Sakai, cada titulación tiene su espacio virtual destacando dos apartados principalmente:

1. **Gestión docente**, en el que cada uno de los módulos de la programación tiene un apartado independiente con su programa, apuntes, trabajos, ficha del profesorado, bibliografía y herramientas de apoyo (mecanismos de tutorización) a la docencia como chats, foros o tutorías virtuales.

En este espacio cabe destacar el chat como estrategia pedagógica de evaluación formativa, al ser considerado como una herramienta interactiva sincrónica que permite establecer diálogos de discusión, reflexión para generar conocimientos y retroalimentación inmediata.

Otra herramienta a destacar es el foro, dirigido a la autoevaluación, ya que permite desarrollar un tema específico, y cuya dinámica permite a los estudiantes ir nutriendo y generando un debate con los diferentes planteamientos e intervenciones que realicen. Estas serán moderadas por el profesor y las reorientará hacia el propósito formativo.

Con la herramienta de calendario conseguimos marcarles a los alumnos una planificación de las distintas materias estableciendo la duración de cada Unidad Didáctica y destacando diferentes actividades como exámenes, conferencias, debates, fecha de entregas de prácticas, y en general, cualquier evento relacionado con la materia. Esta herramienta de calendario se complementa con la herramienta de anuncios, la cual permite comunicar de forma eficaz cualquier información de interés para los alumnos.

Cualquier nuevo anuncio, material, actividad, tarea, etc., cuenta con un sistema automático de notificación a los alumnos consistente en el envío de un correo electrónico.

La herramienta exámenes incluida en Sakai permite gestionar todo lo relativo a exámenes, desde la creación de un examen hasta la corrección automática de éste, pudiendo insertar comentarios explicativos para cada respuesta. Los exámenes, tanto de evaluación como de autoevaluación, se pueden desarrollar de diferentes tipos de preguntas, tales como tipo test, encuesta, respuesta corta, rellenar espacios, respuesta numérica, relacionar, verdadero/falso, grabación de audio, etc. Pueden ser programados en el tiempo y asignarles una duración determinada.

La herramienta tareas nos permite publicar las prácticas de la asignatura, pudiendo escribir las especificaciones de dicha práctica y adjuntando un archivo con estas. Se puede marcar para que la tarea forme parte de la nota final del curso, o publicarlas como simples tareas que no tendrán repercusión en la nota final.

Este apartado se completa con un eficaz régimen de tutorías (Webcams, email, teléfono) mediante el cual el alumno podrá solventar cualquier duda en su proceso de aprendizaje.

2. **Gestión administrativa**, por medio del cual cada alumno puede consultar su expediente, recibir avisos y realizar solicitudes, etc. Engloba los mismos servicios que proporciona la Secretaría Central de la universidad en modo a distancia. En él se puede descargar documentación realizar solicitudes on-line (admisión, confirmación de plaza, prematricula, certificados, beca, convalidaciones, título, etc.), acceder al expediente personal, impresos, guías de información, consultar el tablón de anuncios, entre otros.

El control de identidad se realiza mediante nombre de usuario y contraseña que se proporciona al alumno al formalizar la matrícula. El nombre de usuario esta activo durante toda su estancia en la universidad y la contraseña se modifica cada curso académico de forma obligatoria, no obstante el alumno puede modificar su contraseña en cualquier momento.

Todos los servicios que se proporcionan en la universidad hacen uso de ese nombre de usuario y contraseña. Nuestro objetivo para el próximo curso 2010/11 es poner en marcha el uso de certificado digital para llevar a cabo la validación de usuarios

La docencia no presencial con trabajo autónomo del estudiante se complementará con sesiones semipresenciales, mediante la impartición de seminarios tanto presenciales como por videoconferencia o retransmisión. Estas sesiones serán grabadas y editadas para facilitar que el alumno pueda a posteriori visionarlas como recurso en el campus virtual. En la actualidad y si la formación de grado lo requiere, permite conectar (a través de RSDI e IP) a distintas sedes de alumnos previamente dispuestas, posibilitando así una comunicación multidireccional.

Para lograr con éxito las actividades formativas, la UCAM dispone de toda una infraestructura de hardware, software y de comunicaciones necesaria, entre la que podemos destacar:

- Una sala de videoconferencia y docencia on-line gestionada por el Departamento de Campus Virtual. Esta sala tiene equipo Polycom VSX 7000 para videoconferencia con matriz de conmutación (Extron MKP 3000) que permite la conmutación a PC, y a todo tipo de dispositivos audiovisuales. El equipo para videoconferencia cuenta con dos cámaras (que cubren distintos puntos: profesor, pizarra, pantalla de proyección, alumnos) y con diferentes medios de apoyo (conexión con ordenador –lo que despliega todas las posibilidades internas-, dvd, equipo de sonido, proyector). Sus posibilidades técnicas aplicadas a la docencia pueden resumirse en:
 - Participación e intervención simultánea de los alumnos desde cualquier sede en tiempo real.
 - Interconexión real de los equipos informáticos del profesor y de los alumnos en las sedes, a través de Internet.
 - Control visual de todos los grupos conectados.
 - Control, por parte del profesor, de la imagen que se envía a los alumnos
- Un segundo equipo de videoconferencia móvil (Polycom Viewstation MP), también gestionado por el Departamento de Campus Virtual, que permite realizar cualquier sesión formativa desde cualquier aula de la universidad con los mismos servicios que el anterior. Ambos equipos tienen un servicio de mantenimiento integral que cubre cualquier reparación en un plazo no superior a 72 horas y que garantiza a su vez la sustitución en caso de no ser posible la reparación
- Videostreaming que es la retransmisión de archivos multimedia a través de Internet. Esta retransmisión puede ser en directo o diferido y se complementa con

la herramienta de chat y foro. La UCAM ofrece la posibilidad de retransmitir en directo a través del Servicio de Videostreaming desde cualquier punto del campus. Complementariamente, para los sitios de la Universidad donde no haya instalado un equipo fijo de emisión, se cuenta 4 equipos móviles.

- Equipamiento multimedia y software necesario para generar material docente de alta calidad.
- Conexión a internet y a redes de Ciencia, Tecnología e Investigación a través de un enlace FAST Ethernet (de 100 megabit/s) y redes de comunicación de área local con conexiones a GigabitEthernet (1000gb/s) que garantizan un ancho de banda y de comunicación capaces de dar soporte con solvencia a las necesidades del título.
- Sistema de alimentación continuo garantizado a través de SAI de 100 Kva. alimentado por dos líneas independientes y un grupo de alimentación independiente de proveedor, a nivel de centro para garantizar un servicio continuo a todos los usuarios.

La universidad cuenta con los recursos materiales y servicios para el desarrollo del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas pero es preciso realizar un proceso de modernización y ampliación constante. Para ello, el centro cuenta con un Plan Anual de Previsión de Infraestructuras para la renovación y actualización de los equipos informáticos y software en las aulas y laboratorios, que se continuará desarrollando y ampliando para lograr una total cobertura de las necesidades futuras.

Cláusula de sustitución de materiales: para evitar posibles problemas derivados del suministro eléctrico, el Servicio de Informática cuenta con distintos niveles de protección tanto en la sala de máquinas como en el Área de Sistemas, que es la unidad administrativa que gestiona la misma. El funcionamiento a nivel eléctrico se compone de un Sistema de Alimentación Ininterrumpida (S.A.I.) de 100 KVA que alimenta el Servicio de Informática, a su vez, a este S.A.I. está alimentado por una línea eléctrica que proviene de un centro de transformación eléctrica de la universidad que, en caso de caída, conmuta de forma automática a otra línea eléctrica que a su vez proviene de un segundo centro de transformación eléctrica de la universidad. En caso de caída, puede conmutar a otra línea eléctrica (si está alimentada) que proviene de un centro de transformación eléctrica de nuestro proveedor de suministro eléctrico, en caso de no estar alimentada dicha línea, salta a un grupo electrógeno.

Ya en el Servicio de Informática los bastidores donde se alojan los servidores también están alimentados por S.A.I.'s de 2.2 KVA que protegen a los servidores en caso de una caída del S.A.I. principal. Así mismo, también se protege el sistema de fluctuaciones en

la corriente eléctrica y se garantiza una calidad en el suministro de la misma con estabilizadores de corriente y supresores de armónicos.

En cuanto a los servidores utilizados para la actividad docente, existen 8 servidores que funcionan en una configuración de alta disponibilidad y tolerancia a fallos, de forma que se protegen las aplicaciones de cualquier fallo que pueda producirse a nivel de hardware y en la mayoría de fallos a nivel de software. Si aún así se produjese algún fallo que interrumpiera la actividad docente, hay procedimientos automatizados de recuperación que garantizan la disponibilidad de los servicios en un periodo no superior a los 10 minutos.

8. RESULTADOS PREVISTOS

Valores cuantitativos estimados para los siguientes indicadores y su justificación

Justificación de los indicadores

A. PARA LA MODALIDAD PRESENCIAL

Estos datos proceden del estudio histórico elaborado por la Jefatura de Estudios de la universidad desde el año 2003. Fruto del análisis de estas estadísticas se obtienen unos resultados que en nuestras previsiones de cara a los próximos años se mejoran sensiblemente, ya que consideramos que la mejora en la calidad de la enseñanza repercutirá en mejores tasas.

Tasa de graduación	75
Tasa de abandono	15
Tasa de eficiencia	85

Introducción de nuevos indicadores

Denominación	Definición	Valor
Tasa de rendimiento	Relación por cociente entre los créditos superados por los alumnos en los créditos matriculados, multiplicados por el 100%	80.0
Tasa de éxito	Relación por cociente entre los créditos superados y los créditos presentados a examen, multiplicados por el 100%	85.0
Índice de no presentados (INP)	Relación por cociente entre los créditos presentados a examen y los créditos matriculados, multiplicado por el 100% y restando al 100%	10.0

B. PARA LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

Los datos referidos a estos indicadores presentados en la memoria del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en su modalidad presencial proceden del estudio histórico elaborado por la Jefatura de Estudios de la Universidad desde el año 2003. Fruto del análisis de estas estadísticas se obtienen unos resultados que en nuestras previsiones de cara a los próximos años se mejoran sensiblemente, ya que consideramos que la mejora en la calidad de enseñanza repercutirá en mejores tasas.

Dichos indicadores son los siguientes:

Tasa de graduación	80
Tasa de abandono	15
Tasa de eficiencia	85

La tasa de graduación es considerablemente superior a la de la enseñanza presencial (75), ya que prevemos que las metodologías semipresenciales favorecerán la integración positiva de los estudiantes en los sistemas educativos basados en una mayor flexibilidad tanto espacial como temporal. Además hemos tomado como referencia datos procedentes de la enseñanza a distancia pura de la memoria de la Universitat Oberta de Catalunya (http://www.uoc.edu/portal/castellano/difusio_i_publicacions/memories/list.html) en el que queda patente la progresión al alza del número de graduados que ha elegido este tipo de formación on line para cursar sus estudios universitarios y que han finalizado con éxito los mismos.

El título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en la modalidad semipresencial cuenta con una presencialidad muy reducida y aunque entendemos que estos índices probablemente se puedan mejorar al tratarse de una modalidad semipresencial, en cambio los hemos establecido como pronóstico pudiendo evidentemente sufrir modificaciones en el futuro.

Progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes

La Dirección de Estudios de la UCAM es el departamento que gestiona la organización de la actividad académica a través de diferentes unidades de recogida de información, planificación y control. Entre sus competencias y atribuciones está la de gestionar el desarrollo de la actividad docente, la evaluación del progreso y los resultados del aprendizaje y, también, el control de los espacios y de los horarios.

Uno de los servicios con que cuenta la Dirección de Estudios, integrado dentro de la propia estructura del departamento, es la Unidad de Análisis e Informes Académicos (UAeI); dicha unidad es la encargada de realizar el análisis de los datos que generan distintos servicios universitarios, cruzando las variables necesarias para obtener valores e indicadores que posibiliten, en un momento posterior, analizar los resultados obtenidos mediante estudios comparativos o análisis de datos con la finalidad de elaborar informes que permitan a los responsables académicos conocer los valores que

se relacionan con el progreso y los resultados del aprendizaje. Así, entre los servicios que proporcionan datos a la UAeI, cabe destacar Secretaría Central, Sección de Planificación y Desarrollo Docente y Sección de Actas, además de los que directamente emanan de las propias direcciones de las titulaciones, a través de la Propuesta Docente que anualmente se elabora para ejecutar su plan de estudios.

Los informes que se generan en la UAeI tienen como finalidad facilitar al responsable académico de cada titulación el conocimiento de la situación en la que se halla su carrera, así como una expresión gráfica de la evolución histórica que ha ido generando en determinado período de tiempo, de modo que pueda servirle de referencia en la toma de decisiones estratégicas en aras a elevar los parámetros de calidad y proyectar el curso académico siguiente implementando acciones de mejora en los valores que se requieran.

Los datos que se gestionan en la UAeI se manejan a través de aplicaciones informáticas propias que extraen, desde las bases de datos en donde se hallan los datos primarios, la información que sea precisa para realizar cada uno de los informes que se puedan solicitar, cruzándolos y tratándolos mediante las fórmulas que en su momento se requieran, en virtud de cada análisis.

Los procesos se inician una vez cerradas las actas de cada convocatoria. Los valores obtenidos en las actas, junto con otros datos (asistencia de alumnos a clase, asistencias de profesores, docencia impartida, créditos matriculados, créditos de plan de estudios, asignación docente por profesor, etc.), servirán para calcular los índices o tasas como las que a continuación se citan:

Rendimiento	Eficiencia
Éxito	Abandono
Graduación	Asistencia del profesor
No-presentados	Asistencia a clase del alumno
Período medio que tarda un alumno en superar el plan de estudios	

Cada una de las tasas anteriores puede agruparse en distintas categorías; así, la aplicación permite obtener tasas o índices por:

- Período (Curso académico, semestre o un período determinado cualquiera).
- Curso o ciclo (contemplando parámetros de asignaturas de un curso determinado o de un ciclo completo).
- Asignatura (pudiendo agrupar la misma asignatura perteneciente a planes de estudios distintos).

- Tipología de la asignatura (permitiendo agrupar asignaturas por troncales, obligatorias, etc.).
- Profesor (contemplando agrupaciones por categoría académica y/o dedicación).

Como queda indicado anteriormente, además del valor numérico expresado en los informes, para una mejor comprensión se confeccionan los gráficos correspondientes cuya utilidad es muy elevada, en especial para visualizar las tendencias expresadas en los valores históricos o en los datos comparados.

Las tasas e índices antes mencionados, pueden ser elaboradas también para describir el rendimiento o evaluación académica del PDI, agrupando, en este caso, toda la docencia impartida por un profesor, de igual modo que se realiza con las titulaciones.

Estas tasas son las que se remiten al Director de Estudios quien, en reuniones con cada responsable de titulación, lleva a cabo la toma de decisiones al objeto de aplicar las acciones de mejora correspondientes y/o necesarias. Está previsto implicar, de manera paralela, al Responsable de Calidad de cada titulación para que éste pueda también aportar sus iniciativas de mejora.

Las decisiones adoptadas por el responsable de la titulación, con los factores correctores que haya determinado, se plasman en la Propuesta Docente que éste deberá elaborar para implantar en el curso académico siguiente. Dicha Propuesta es planificada en un momento posterior, previo al inicio de las clases, de modo que todo el claustro docente de la titulación sepa con exactitud cuál será el desarrollo académico de cada una de las asignaturas en las que participa como profesor, así como las líneas de evaluación académica que se seguirán y los requisitos formativos que se exigirá a los alumnos para la superación de la materia impartida, cuyos datos se reflejan en las correspondientes Guías Académicas, de las cuales dispondrá el alumno con anterioridad al inicio del curso.

En cada titulación, además, se valorará el progreso y resultados de aprendizaje a través de la Evaluación Continua, el Trabajo Fin de Carrera y otras pruebas de evaluación pertinentes para tal fin. Además, a través del Servicio de Orientación e Información Laboral de la Universidad (SOIL) –dependiente de Vicerrectorado de Alumnado– se elabora anualmente encuestas sobre el grado de aceptación y progreso del trabajo realizado por los alumnos entre los empleadores de los convenios de prácticas de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas. A partir de las cuales podemos extraer más datos e información sobre el progreso y resultados de aprendizaje de nuestros egresados.

9. GARANTÍA DE CALIDAD

La universidad a través del programa AUDIT de ANECA obtuvo la evaluación positiva del diseño del Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) en julio del 2010 para todas las Titulaciones Oficiales que se imparten, tanto de Grado, Master y Doctorado. Dicho sistema se encuentra en la dirección: <http://intranet.ucam.edu/servicios/direccion-de-calidad/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-de-la-dirca>

A continuación adjuntamos el certificado obtenido:



10.CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

Cronograma de implantación de la titulación

Justificación

El Plan de Estudios del nuevo título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas comenzaría a implantarse en el caso de ser aprobado, en el Curso 2008/09 y únicamente para los alumnos matriculados en 1º.

La implantación progresiva supondrá la coexistencia de dos planes de estudios simultáneamente hasta el curso 2011/12 en el que todos los estudiantes de 1º a 4º se registrarán por el nuevo Grado. No obstante, y para los alumnos con asignaturas pendientes que no hayan concluido la Licenciatura tendrán un margen de dos años más para concluir sus estudios con los planes antiguos.

Primer Curso: Septiembre 2008

Segundo Curso: Septiembre 2009

Tercer Curso: Septiembre 2010

Cuarto Curso: Septiembre 2011

El Plan de Estudios del título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en su modalidad semipresencial comenzaría a implantarse en el caso de ser aprobado, en el Curso 2010/11 y para los alumnos matriculados en 1º, 2º y 3º.

La implantación progresiva (en dos años) supondrá la coexistencia de dos modalidades diferentes (presencial y semipresencial) para los estudiantes de 1º a 3º hasta el curso 2011/12 en el que todos los estudiantes de 1º a 4º podrán optar por el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas tanto en su modalidad presencial como semipresencial de forma completa.

Primer Curso: Septiembre 2010

Segundo Curso: Septiembre 2010

Tercer Curso: Septiembre 2010

Cuarto Curso: Septiembre 2011

Curso de implantación

Modalidad presencial: 2008/2009

Modalidad semipresencial: 2010/2011

Procedimiento de adaptación en su caso de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios

En relación con el módulo de Educación Integral, el reconocimiento de créditos se hará de la siguiente manera:

Los alumnos que hubiesen cursado la asignatura de “Teología y Doctrina Social de la Iglesia” en el plan de estudio anterior, les serán reconocidos los créditos por la materia de “Teología” del nuevo plan de estudios de Grado.

Los alumnos que hubiesen cursado en el plan de estudio anterior algunas de las siguientes asignaturas: “Ética”, “Ética y Legislación”, “Ética y Deontología profesional”, “Ética, Legislación y Deontología” o “Ética empresarial”, les serán reconocidos los créditos por la materia de “Ética” del nuevo plan de estudios de Grado.

Los alumnos que hubiesen cursado la asignatura de “Humanidades” en el plan de estudio anterior, les serán reconocidos los créditos por la materia de “Humanidades” del nuevo plan de estudios de Grado.

SISTEMA DE RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS A EXTINGUIR

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURAS	ECTS	ASIGNATURA PLAN 2000 modificado 2003	Créditos
EDUCACIÓN INTEGRAL	Teología	Teología I	3	Teología y Doctrina social de la Iglesia	9 (Obl)
		Teología II	3		
		Doctrina Social de la Iglesia	3		
	Ética	Ética fundamental	3	Ética y deontología	9 (Obl)
		Ética aplicada y bioética	3		
	Humanidades	Humanidades	3	Humanidades	4,5 (Obl)
MEDIOS PUBLICITARIOS	Planificación de medios publicitarios	Planificación e investigación de medios publicitarios	6	Planificación de medios publicitarios	12,5 (T)
		Planificación publicitaria en medios no convencionales	6		
	Nuevos soportes para la publicidad	Publicidad y entretenimiento audiovisual	6		

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURAS	ECTS	ASIGNATURA	
				PLAN 2000 modificado 2003	Créditos
TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	Tecnología de los medios impresos	Tecnología I: medios impresos	6	Introducción al diseño periodístico	6 (Obl)
				Edición diseño infográfico	6 (Obl)
	Tecnología de los medios audiovisuales	Tecnología II: medios audiovisuales	6	Introducción a la tecnología audiovisual	9 (Opt)
	Tecnología multimedia	Tecnología III: multimedia interactiva	6	Producción y diseño multimedia	9 (Opt)
LEGISLACIÓN Y EMPRESA PUBLICITARIA	Deontología y autorregulación profesional	Deontología y legislación de la comunicación	6	Derecho de la publicidad	4,5 (Obl)
	Aspectos empresariales de la comunicación	Estructura de las industrias comunicativas	6		
		Organización empresarial de la publicidad y las relaciones públicas	6	Empresa y gestión de la producción publicitaria	9 (Opt)
LENGUAJE Y EXPRESIVIDAD	Lenguaje y expresividad escrita	Lengua	6	Lengua	9(T)
		Redacción periodística	6	Comunicación e información escrita	12 (T)
		Reportajes y entrevistas	6	Reportero	6 (Obl)
		Gestión de trabajos académicos	3	TFC	10 (Obl)
	Lenguaje y expresividad oral	Comunicación oral	6	Expresión oral y Kinésica	9 (Opt)
AUDIOVISUAL APLICADO A LA PUBLICIDAD	Técnicas de creación audiovisual	Fundamentos de la comunicación audiovisual	6	Comunicación e información audiovisual	12 (T)
		Narrativa audiovisual	6	Técnicas de la narrativa audiovisual aplicadas a la publicidad	6 (Opt)
		Redacción audiovisual	6	Guión audiovisual	9 (Opt)
	Organización de la producción	Producción audiovisual	6	Producción publicitaria audiovisual	6 (Opt)
TEORÍA Y TÉCNICA DE LA	Fundamentos de la	Publicidad y Relaciones Públicas	6	Publicidad y relaciones públicas	12 (T)

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURAS	ECTS	ASIGNATURA	
				PLAN 2000 modificado 2003	Créditos
COMUNICACIÓN PERSUASIVA	comunicación persuasiva	Estrategias de la comunicación publicitaria	6	Sistemas y Procesos de la publicidad y las relaciones públicas	12,5 (T)
	Comunicación estratégica	Gestión de la comunicación y de la imagen	6	Imagen corporativa	6 (Opt)
				Comunicación institucional y de empresa	9 (Opt)
		Marketing aplicado a la comunicación	6	Canales de comercialización y redes de venta.	8 (Obl)
TEORÍA Y TÉCNICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	Fundamentos y técnicas de las relaciones públicas	Producción y organización de eventos	6	Protocolo y relaciones institucionales	6 (Obl)
		Relaciones públicas estratégicas	6	Teoría y técnicas de las relaciones públicas	12,5 (T)
CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	Procesos creativos	Creatividad en comunicación	6	Creatividad publicitaria	12,5 (T)
		Inteligencia emocional y psicología de la comunicación	6		
	Elaboración del mensaje	Lenguaje publicitario	6	Creatividad publicitaria	12,5 (T)
		Dirección de arte y redacción publicitaria	6		
INTERACCIÓN DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL	Interacción sociopolítica	Sociología de la comunicación	6	Teoría de la comunicación y teoría de la información	12 (T)
		Estructura de las instituciones políticas	6	Estructuras políticas	6 (Obl)
	Interacción artística	Comunicación y arte gráfico	6		
		Estética y ficción en comunicación	6		
PRODUCTO PUBLICITARIO	Ejecución de proyectos publicitarios	Taller de publicidad audiovisual	6	Producción publicitaria audiovisual	6 (Opt)
		Taller de producción publicitaria impresa	4,5		
TFG	TFG	TFG	6		
OPTATIVIDAD Y LIBRE ELECCIÓN	Optatividad	Optativa 1	4,5		
		Optativa 2	4,5		
	Libre elección	Libre elección	3		
PRACTICUM	Prácticas Externas	Prácticas Externas	6		

Enseñanzas que se extinguen por la implantación del siguiente título propuesto

Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas.

11.RECUSACIONES

Recusaciones

Nombre y apellidos de la/s persona/s recusada/s Motivo de la recusación

12. ANEXOS

NORMAS DE PERMANENCIA EN EL CENTRO

Matriculación

Para los alumnos que inician sus estudios de Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, es de obligado cumplimiento realizar una matrícula completa de primer curso (60 ECTS)

Para el resto de cursos académicos no se establece un número mínimo de créditos en la matrícula de los estudiantes. Sin embargo, se recomiendan planificaciones curriculares de 60 ECTS, ya que en ellas se estima la carga de trabajo que un estudiante puede desarrollar en un curso académico (RD. 1393/2007).

Normas de primera matrícula

Todos los alumnos deberán cursar la primera matrícula de todas las asignaturas en evaluación continua, es decir, asistiendo a clase, realizando trabajos, prácticas y exámenes parciales. En evaluación continua el alumno dispondrá de dos convocatorias. La convocatoria ordinaria de Junio y la convocatoria extraordinaria de Septiembre. En la convocatoria de Junio se le computará convocatoria aunque el alumno no se presente al examen final, sin embargo, en la convocatoria de Septiembre si el alumno no se presenta no se le computará convocatoria. Para la convocatoria de Junio, los exámenes finales de las asignaturas de primer cuatrimestre se realizarán en el mes de febrero, las de segundo cuatrimestre y anuales en el mes de junio.

Convocatorias oficiales

El número total de convocatorias de la misma asignatura será de seis. Cuatro ordinarias, más otras dos extraordinarias; estas dos últimas requerirán la solicitud razonada por escrito dirigido al Rector Magnífico, que el alumno deberá presentar en Secretaría Central. Si un alumno obtiene el traslado de expediente a esta Universidad, se le computarán las convocatorias que hubiese agotado en la Universidad de procedencia, salvo solicitud expresa por parte del alumno y resolución favorable del Consejo de Gobierno. Una vez agotadas las seis convocatorias correspondientes a una asignatura, para continuar los estudios en esta titulación, deberá solicitar la “Convocatoria de Gracia” al Consejo de Gobierno, mediante solicitud formulada en Secretaría Central.

Convocatorias adicionales de gracia

El alumno perderá su condición de alumno, extinguiendo su permanencia en la universidad, al finalizar un curso académico, en el que tenga una asignatura no

superada, con las cuatro convocatorias ordinarias y las dos extraordinarias agotadas. Para recobrar la condición de alumno y su permanencia, si va a continuar cursando la misma carrera, deberá solicitar la Convocatoria Adicional de Gracia, mediante instancia entregada en Secretaría Central, dirigida al Jefe de Estudios, quien a su vez la presentará, para su evaluación y dictamen ante el Consejo de Gobierno. Una vez consumidas en una asignatura las seis convocatorias de que dispone, según establece el Reglamento de Régimen Interno, se le bloqueará tal asignatura, desaparecerá de las actas de calificación de alumnos en evaluación continua o recuperación, y no será incluido en las listas de clase, de la asignatura en cuestión. El alumno conservará el derecho a cursar y presentarse a examen del resto de asignaturas, en las que estuviera matriculado, del mismo curso académico, en el que concurre este hecho. Es decisión del consejo de Gobierno la concesión de la Convocatoria Adicional de Gracia, así como de la pérdida del Régimen de Permanencia. Con resolución favorable del Consejo de Gobierno, para inicio de un nuevo curso académico, el alumno solamente se podrá matricular de la/s asignaturas/s en la/s que tenga consumidas las seis convocatorias.

La Convocatoria Adicional de Gracia se computará aunque el alumno no se presente a examen. La Convocatoria Adicional de Gracia será evaluada por un Tribunal, compuesto por el Vicedecano de la Titulación, el profesor responsable de la materia y un profesor afín a la materia. La Convocatoria Adicional de Gracia tendrá como única convocatoria Diciembre. La Convocatoria Adicional de Gracia tendrá actas de calificación propias y únicas. El encabezado de dichas “actas”, para comprensión de las mismas, contendrá rótulo explícito de “Convocatoria Adicional de Gracia”, como parte de su contenido. La nomenclatura que tendrá que aparecer en las certificaciones académicas, será para estos alumnos, la de “Gracia”, de forma específica y con el número de convocatorias consumidas. Si el alumno supera la convocatoria, tiene la posibilidad de matricularse del resto de asignaturas durante el período de Ampliación de Matrícula.

Condiciones del alumno

Todo alumno de la Universidad Católica San Antonio de Murcia perderá tal condición, así como los derechos de admisión, en el mismo momento de producirse, o como consecuencia de lo siguiente:

- El alumno finaliza los estudios y lleva a cabo la solicitud del correspondiente título.
- El alumno, a petición expresa, realiza el traslado de expediente académico a otro Centro.

- El alumno agota el número máximo de convocatorias en alguna asignatura, 4 ordinarias y 2 extraordinarias, sin posibilidad de presentarse a convocatoria posterior, la “Convocatoria adicional de Gracia”. (Mantendrá su condición y derechos en el resto de asignaturas en las que estuviera matriculado y para el curso académico vigente).
- El alumno incumple manifiestamente las obligaciones económicas contraídas con la UCAM.
- El alumno, por solicitud expresa en Secretaría Central, indica su baja voluntaria, definitiva.
- A consecuencia de la aplicación de una sanción resultante de expediente disciplinario.

Todo alumno de la Universidad Católica San Antonio de Murcia perderá tal condición, manteniendo los derechos de admisión, en el mismo momento de producirse, o como consecuencia de lo siguiente:

- El alumno agota el número máximo de convocatorias en alguna asignatura, 4 ordinarias y 2 extraordinarias, habiéndosele concedido presentarse a la “Convocatoria adicional de Gracia”. (Mantendrá su condición y derechos en el resto de asignaturas en las que estuviera matriculado y para el curso académico vigente).
- El alumno, por solicitud expresa en Secretaría General, indica su baja voluntaria, transitoria con período de incorporación posterior.
- Su reincorporación como alumno estará condicionada a la disponibilidad de plazas por parte de la Universidad. Baja transitoria no comunicada por el alumno, será considerada baja definitiva, a partir de los 2 años posteriores a la fecha del último pago de matrícula).
- A consecuencia de la aplicación de una sanción resultante de expediente disciplinario.

GUÍA CAMPUS



UNIVERSIDAD CATÓLICA
SAN ANTONIO
UCAM

GUÍA DEL ALUMNO
CAMPUS VIRTUAL

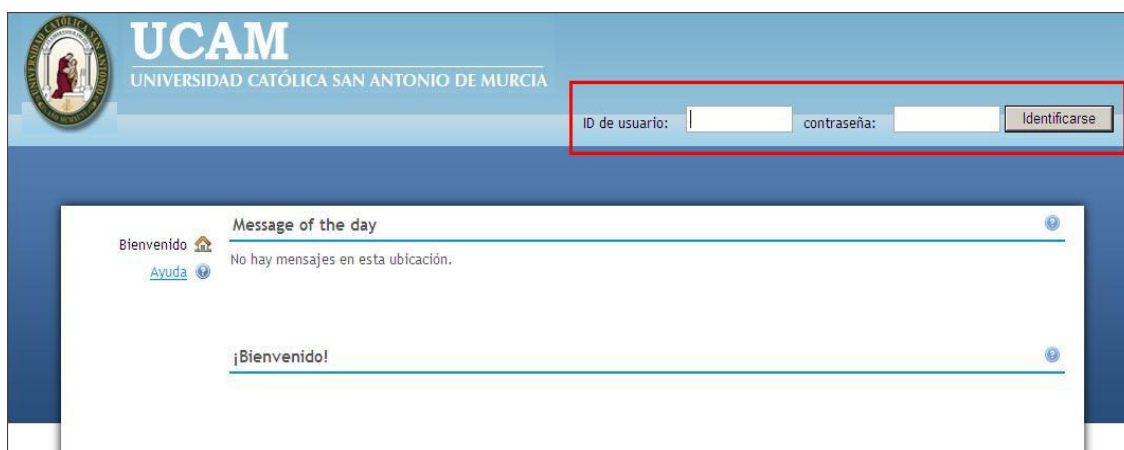
Índice de la Guía

	Páginas
1. Acceso al Campus Virtual	3
2. Mi sitio	4-6
3. Servicios UCAM.....	7-12
4. Asignaturas	13-19

1. Acceso al Campus Virtual

Necesitamos un ordenador con conexión a Internet para poder acceder a la siguiente dirección: <https://elearning.ucam.edu>

Como se muestra en la imagen de abajo, para acceder necesitamos introducir nuestro usuario y contraseña en los campos correspondientes y pinchar en el botón “Identificarse”. El usuario es el DNI sin la letra. La contraseña es facilitada por Secretaría Central al formalizar la matrícula.



Una vez autenticados accederemos a la página principal del Campus Virtual.

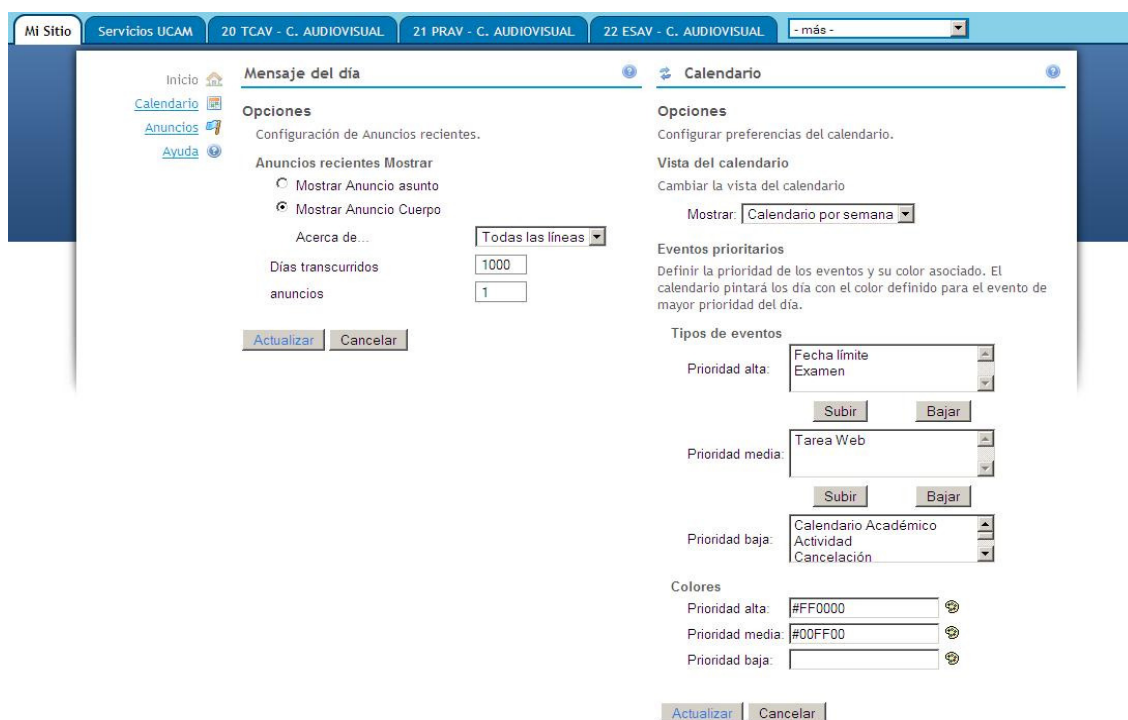


Podemos observar que la estructura del campus virtual está dividida en pestañas. De izquierda a derecha nos aparecerán las pestañas “Mi sitio”, “Servicios UCAM” y una pestaña por cada asignatura.

A continuación se explicarán detalladamente los servicios que nos ofrece cada una de las mismas.

2. Mi sitio

Dentro de la pestaña “Mi sitio” podemos visualizar los mensajes que hayamos recibido, consultar el calendario y ver los anuncios publicados. Al pinchar en la pestaña nos mostrará los mensajes del día y una vista previa del calendario



Pulsando sobre el botón de opciones accederemos a la configuración de los anuncios o del calendario.

En las opciones de los anuncios podemos configurar la manera en la que queremos que se nos muestren, teniendo las siguientes opciones de configuración:

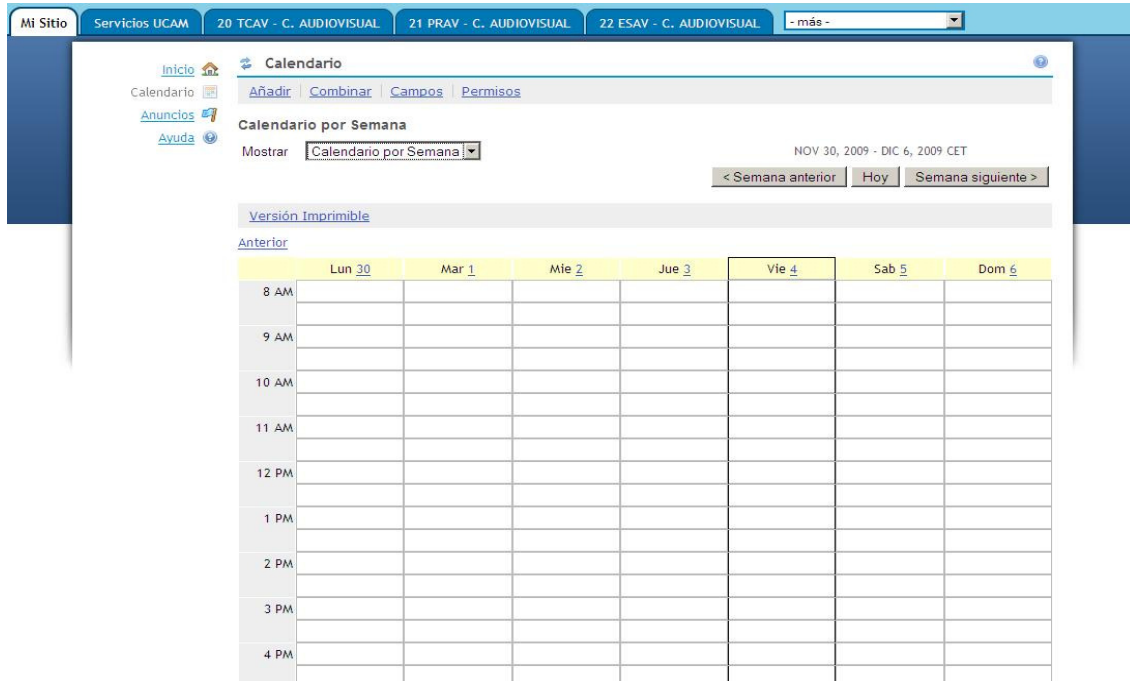
- Mostrar asunto o cuerpo del anuncio pudiendo ajustar incluso el número de líneas que mostrará en el título.
- Indicarle los días transcurridos para que nos muestre sólo los anuncios recibidos dentro de ese intervalo de días transcurridos hasta la fecha actual.
- Indicar el número de anuncios que queremos que nos muestre a la vez.

En las preferencias del calendario podemos configurar lo siguiente:

- Cambiar la vista para visualizar semana, mes o año.

- Elegir la prioridad de los anuncios y el color que queremos que nos muestre en el calendario para cada tipo de prioridad

Para acceder al calendario completo pinchamos en “calendario”.



En el calendario veremos los eventos que tenemos programados los cuales estarán detallados por iconos diferentes. Debajo nos aparecerá la leyenda de cada uno de los iconos para poder distinguirlos.

Leyenda		
Calendario Académico	Actividad	Cancelación
Sesión de clase - Debate	Sesión de clase - Laboratorio	Sesión de clase - Clase magistral
Sesión de clase - Grupo pequeño	Sesión de clase	Sesión de ordenador
Fecha límite	Examen	Reunión
Conferencia Multidisciplinaria	Concurso	Evento especial
Tarea Web		

Mediante los botones situados encima del calendario, el usuario también podrá añadir eventos, combinarlos, crear campos y dar permisos. También podrá configurar la vista del calendario entre semana, mes y año. Además podrá imprimir fácilmente el calendario pulsando por el botón “versión imprimible”.

Para visualizar todos los anuncios pinchamos en “anuncios”.



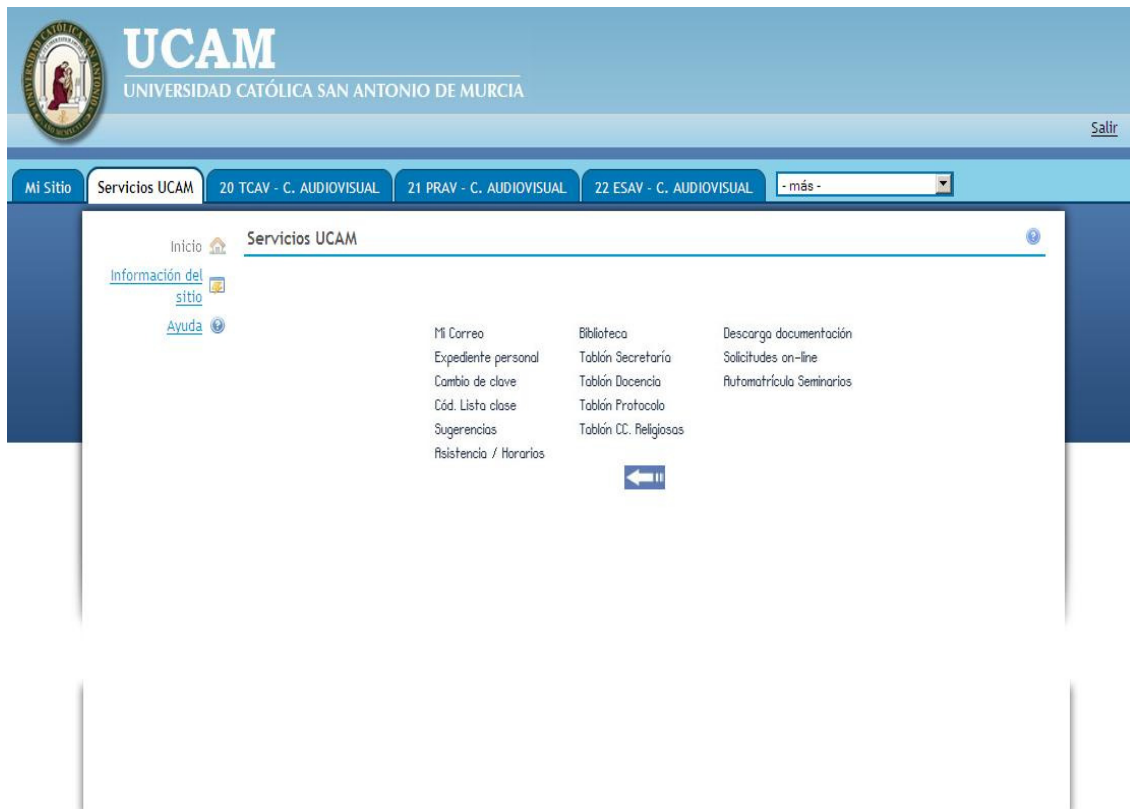
También podemos acceder a los temas de ayuda pulsando en “ayuda”.

3. “Servicios UCAM”

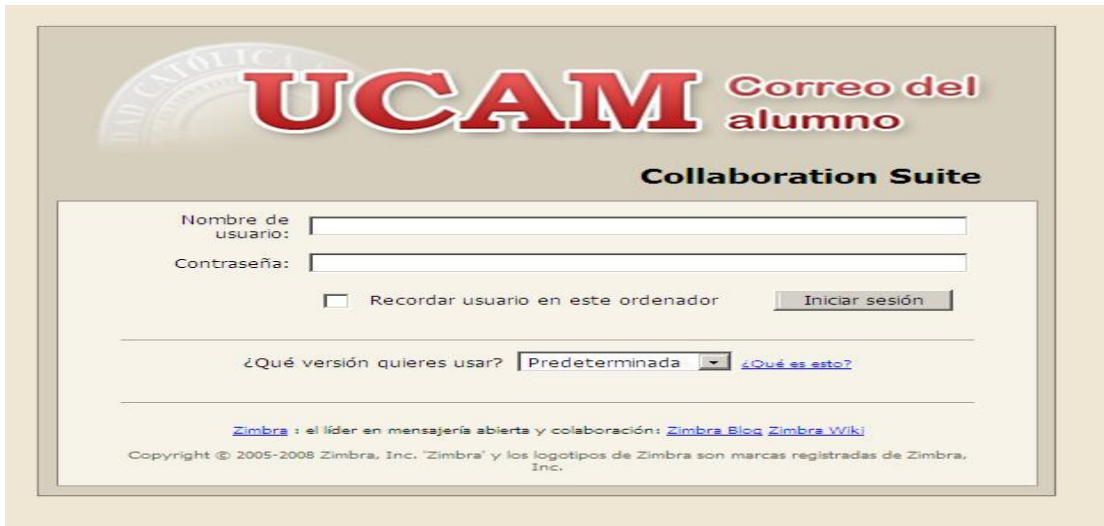
Este apartado de Servicios pone a disposición de los alumnos de la UCAM una serie de servicios que engloban información, documentación, trámites, herramientas, etc., para facilitarle el trabajo diario.

3.1 Inicio:

En esta sección el alumno tiene a su disposición diferentes servicios, los cuales vamos a detallar a continuación.



- **Mi correo:** Acceso a la cuenta personal de correo de la Universidad.



The image shows the login page for UCAM's Collaboration Suite. At the top left is the UCAM logo, which includes the text 'UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MADRID' and 'UCAM'. To the right of the logo, it says 'Correo del alumno' and 'Collaboration Suite'. Below this, there is a login form with two input fields: 'Nombre de usuario:' and 'Contraseña:'. There is a checkbox labeled 'Recordar usuario en este ordenador' and a button labeled 'Iniciar sesión'. Below the form, there is a dropdown menu for '¿Qué versión quieres usar?' with 'Predeterminada' selected and a link '¿Qué es esto?'. At the bottom, there is a copyright notice: 'Copyright © 2005-2008 Zimbra, Inc. "Zimbra" y los logotipos de Zimbra son marcas registradas de Zimbra, Inc.'

- **Expediente personal:** Este enlace proporciona al usuario la opción de consultar sus notas o consultar su expediente, donde podrá visualizar un resumen con la información de su expediente, los créditos aprobados y los créditos pendientes para finalizar el curso.



The image is a screenshot of a web interface titled 'Sistema e-learning'. The header features a blue wave graphic with the text 'Sistema e-learning' and a background image of two people working at a computer. Below the header, there is a section titled '..... Servicios On-Line'. A central box contains two menu items: '• Consulta de Notas' and '• Consulta de Expediente.'. At the bottom left, there is a breadcrumb trail: 'Secretaría > Servicios On-Line'. At the bottom right, there is a navigation bar with a back arrow, a home icon, and the text 'Inicio'.

Cambio de clave: Posibilidad de cambiar la clave de acceso.

----- Cambio de Contraseña -----

Introduzca los siguientes campos...

Nueva contraseña (letras y/o números; longitud >= 8):

Nueva contraseña (confirmación):

*El cambio de contraseña quedará reflejado tanto para el acceso al propio campus, como para los servicios universitarios (red de alumnos, red Wi-Fi de la universidad, etc ...).

Secretaría > Cambio de Contraseña Inicio

- **Código lista de clase:** Aquí el alumno tiene la posibilidad de consultar diversos datos personales: DNI, nombre y apellidos, titulación y número de lista de clase.

----- Código de Clase -----

DNI :	70000007
Nombre :	Nombre y Apellidos
Titulación :	Titulación en que el alumno esta matriculado
Numero Lista de Clase :	7007

Docencia > Código de Clase Inicio

- **Sugerencias:** Desde aquí se puede notificar de algún problema con el servicio o realizar alguna sugerencia relleno el formulario.

----- Sugerencias -----

Díganos lo que piensa de nuestro sitio Web, para intentar entre todos que funcione mucho mejor. Gracias.

¿Qué clase de comentario quiere enviar?

Problema Sugerencia

Escriba sus comentarios en el espacio siguiente:(*)

Díganos cómo ponernos en contacto con usted:

Nombre(*)

Correo electrónico(*)

Teléfono

Fax

Por favor, pónganse en contacto conmigo tan pronto como sea posible.

- **Asistencia / Horarios:** El alumno puede visualizar la asistencia personal a las sesiones y los horarios personalizados de sus asignaturas.

----- Consulta de Asistencias -----

DNI:	00000007
Nombre:	Nombre y Apellidos
Titulación:	Nombre de la Titulación

Elige una Asignatura :

Asignatura : ASIGNATURA 2

GRUPO A : Porcentaje de Asistencia 100%

Clase	Fecha	Hora de Inicio	Duración (horas)	Aula	Grupo	Asistió
Teórico	27/1/2005	12:30	1.00	PABELLÓN - 1 - AULA 1	A	<input checked="" type="checkbox"/>
Teórico	24/1/2005	12:30	1.00	PABELLÓN - 1 - AULA 1	A	<input checked="" type="checkbox"/>
Teórico	24/1/2005	11:30	1.00	PABELLÓN - 1 - AULA 1	A	<input checked="" type="checkbox"/>
Teórico	20/1/2005	12:30	1.00	PABELLÓN - 1 - AULA 1	A	<input checked="" type="checkbox"/>
Teórico	17/1/2005	12:30	1.00	PABELLÓN - 1 - AULA 1	A	<input checked="" type="checkbox"/>
Teórico	17/1/2005	11:30	1.00	PABELLÓN - 1 - AULA 1	A	<input checked="" type="checkbox"/>
Teórico	13/1/2005	12:30	1.00	PABELLÓN - 1 - AULA 1	A	<input checked="" type="checkbox"/>
Teórico	10/1/2005	12:30	1.00	PABELLÓN - 1 - AULA 1	A	<input checked="" type="checkbox"/>
Teórico	10/1/2005	11:30	1.00	PABELLÓN - 1 - AULA 1	A	<input checked="" type="checkbox"/>
Teórico	16/12/2004	12:30	1.00	PABELLÓN - 1 - AULA 1	A	<input checked="" type="checkbox"/>

Docencia > Consulta de Asistencias Inicio

- **Biblioteca:** Enlace directo a la página web de servicios de la Biblioteca virtual de la UCAM, donde el alumno podrá solicitar prestamos online

----- Biblioteca Virtual E-Learning -----

Sistema
e-learning

Introducción

Biblioteca

Catálogo

Préstamo e-learning

INTRODUCCIÓN

La Biblioteca Virtual e-learning de la Universidad Católica San Antonio, ofrece a sus alumnos, no sólo la posibilidad de consultar los documentos de la Biblioteca de la UCAM y visitarla a través de su página web, sino poder acceder a sus fondos mediante el préstamo e-learning.

Docencia > Biblioteca ← Inicio

- **Tablones:** Hay disponibles cuatro tablones de anuncios diferentes, para Secretaría, Docencia, Protocolo y Ciencias Religiosas. Desde estos tablones se va mantendrá informado al alumnado sobre las actualizaciones, modificaciones o cualquier otra información que desde el respectivo servicio se considere oportuno.



Sistema e-learning

----- Tablón de Docencia -----

- ✎ **AVISO IMPORTANTE. CAMBIO HORARIO Y LUGAR DEL EXAMEN PARCIAL DE INFANTIL.**
Publicado: 02/DIC/2008 12:25h, hasta: 02/ENE/2009 12:25h.
- ✎ **notas examen materno infantil I.**
Publicado: 28/NOV/2008 18:05h, hasta: 05/DIC/2008 18:05h.
- ✎ **LISTADOS PRÁCTICAS 3º ENFERMERÍA. ROTATORIO ENERO.**
Publicado: 19/NOV/2008 10:22h, hasta: 19/ENE/2009 10:22h.
- ✎ **LISTADOS PRÁCTICAS 2º ENFERMERÍA. ROTATORIO ENERO..**
Publicado: 19/NOV/2008 10:19h, hasta: 19/ENE/2009 10:19h.
- ✎ **LISTADOS PRÁCTICAS 3º ENFERMERÍA. ROTATORIO NAVIDAD..**
Publicado: 19/NOV/2008 10:16h, hasta: 19/ENE/2009 10:16h.
- ✎ **LISTADOS PRÁCTICAS 2º ENFERMERÍA. ROTATORIO DE NAVIDAD..**
Publicado: 19/NOV/2008 10:16h, hasta: 19/ENE/2009 10:16h.
- ✎ **EXAMENES PARCIALES ENFERMERIA.**
Publicado: 14/NOV/2008 13:39h, hasta: 14/ENE/2009 13:39h.
- ✎ **CONVOCATORIA EXAMEN PARCIAL ENFERMERIA MATERNO INFANTIL I GRUPOS B Y C.**
Publicado: 12/NOV/2008 17:02h, hasta: 03/DIC/2008 17:02h.

- **Descarga Documentación:** Acceso al apartado de descargas de documentación de la página Web de Secretaría desde la que podremos realizar trámites online y descargar una serie de impresos y guías.

UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN ANTONIO DE MURCIA
"In libertatem vocati"




UCAM

Inicio > Secretaría Central

Descargas

- ▶ Inicio
- ▶ ¿Qué es y que servicios presta?
- ▶ Descarga (impresos, guías)
- ▶ Solicitudes online
 - ▶ Certificados
 - ▶ 5ª y 6ª convocatoria
 - ▶ Modelo de solicitud de alumnos
 - ▶ Finalización de Estudios
- ▶ Información
 - ▶ Admisión
 - ▶ Matriculación nuevo ingreso
 - ▶ Matriculación de 2º en adelante
 - ▶ Convalidaciones
 - ▶ Certificaciones
 - ▶ Carnet/Tarjeta Inteligente
 - ▶ Solicitud de Título Oficial
- ▶ Campus Virtual
- ▶ Contacte con nosotros

IMPRESOS



Confirmación de plaza
Disponible a partir de día 2 de junio de 2008



Impreso prematriculación, planes de estudios y horarios

GUÍAS



Guía de información Secretaría curso 2008-2009



Guía de automatriculación curso 2008-2009

* Para poder abrir los documentos es necesario tener instalada la versión 5 de Acrobat Reader o superior.

- **Solicitudes on-line:** Servicio mediante el cual el alumno puede realizar trámites online (certificados, solicitudes de diversa índole).

The screenshot shows the 'Sistema e-learning' interface. At the top, there is a banner with the text 'Sistema e-learning' and '----- Servicios On-Line -----'. Below this is a table listing various services:

Certificados	• Solicitud de Certificados
Solicitudes diversas	• Modelo de solicitud de alumnos
	• Concesión de 5-6 convocatoria
	• Al Mediador Universitario
	• Solicitud Carnet/Tarjeta
	• Beca de colaboración de la UCAM
Prácticas en Empresas	• Normativa
	• Currículo Vitae
	• Impreso
Finalización de Estudios	• Solicitudes de título y certificados
Impreso de Matrícula	• Descarga
	• Confirmación de Plaza para alumnos de 2º Curso en adelante

At the bottom of the interface, there is a navigation bar with 'Secretaría > Servicios On-Line' and an 'Inicio' button.

3.2 Información del sitio:

Aquí se muestra el año académico actual, la dirección de correo de incidencias y una breve descripción del sitio.

The screenshot shows the UCAM website header with the logo and 'UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN ANTONIO DE MURCIA'. Below the header is a navigation bar with 'Mi Sitio', 'Servicios UCAM', and several course-related buttons. A dropdown menu is open, showing 'Información del sitio'. The content of the dropdown is as follows:

Información del sitio

Servicios UCAM

Año Académico: CURSO 2009-2010

Correo electrónico de Contacto del Sitio: Campus Virtual, incidencias@pdi.ucam.edu

Descripción del Sitio:
Este apartado de Servicios pone a disposición de alumnos y profesores de la UCAM, una serie de información, documentación, trámites, herramientas, etc.. para facilitar el trabajo diario.

4. Asignaturas

Las asignaturas están organizadas en pestañas. Al clicar con el ratón en cualquiera de ellas veremos los detalles de dicha misma. En el desplegable de la derecha podemos visualizar y elegir la asignatura que queremos consultar.



Una vez elegida la asignatura accedemos a los diferentes servicios disponibles: Ficha de asignatura, Calendario, Anuncios, Guía Asignatura, Materiales, Carpeta personal, Foros, Chat, Noticias y ayuda.



4.1 Ficha asignatura: Aquí veremos los datos de la asignatura y del profesor que la imparte (foto, nombre, teléfono, e-mail...). También nos mostrará los anuncios publicados en dicha asignatura y los mensajes recibidos a través del chat.



4.2 Calendario: Desde este enlace se accede al calendario.

Ficha Asignatura **Calendario**

Calendario **Calendario por Mes**

Mostrar DIC 2009

[Versión Imprimible](#)

Lun	Mar	Mie	Jue	Vie	Sab	Dom
30	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3

4.3 Anuncios: El alumno podrá visualizar la información o avisos que el profesor de la asignatura considere oportuno.

Ficha Asignatura **Anuncios**

[Calendario](#) **Anuncios**

Anuncios **Mostrar**

[Guía Asignatura](#) **Actualmente, no hay anuncios en esta ubicación.**

[Materiales](#)

[Carpeta personal](#)

[Foros](#)

[Chat](#)

[Noticias](#)

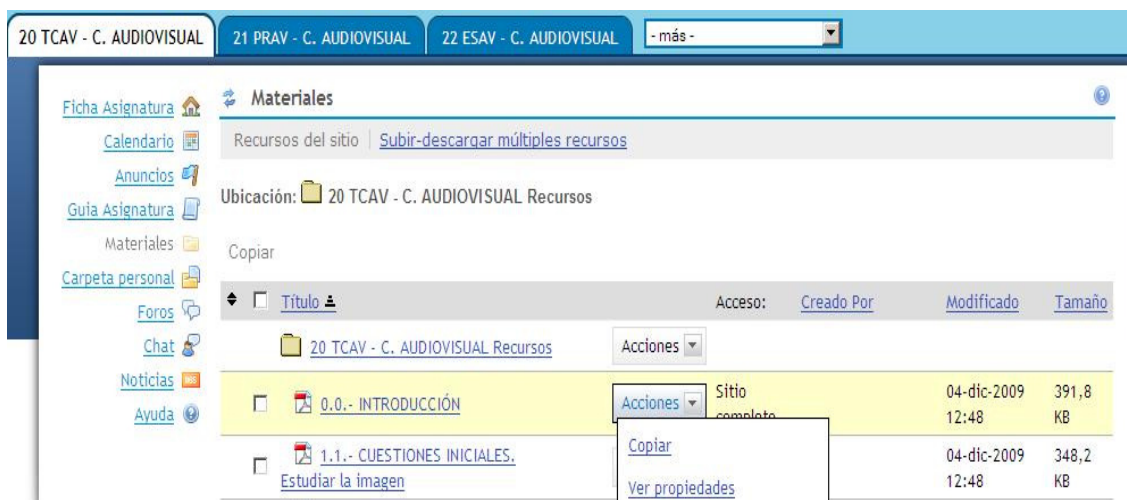
[Ayuda](#)

4.4 Guía asignatura: El alumno podrá visualizar la guía de la asignatura.

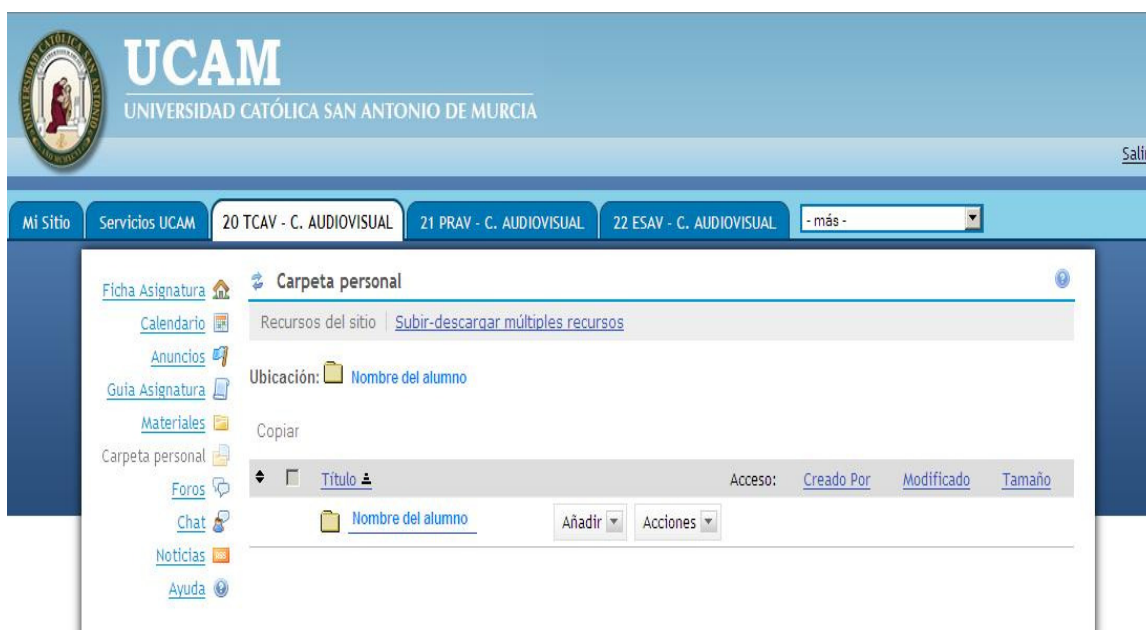
4.5 Materiales: En esta sección el alumno tendrá a su disposición todo el material didáctico que el profesor estime oportuno. Para visualizar el material debemos pinchar sobre el nombre del documento que queremos abrir.

Titulo	Acceso:	Creado Por	Modificado	Tamaño
20 TCAV - C. AUDIOVISUAL Recursos				
0.0.- INTRODUCCIÓN	Sitio completo		04-dic-2009 12:48	391,8 KB
1.1.- CUESTIONES INICIALES. Estudiar la imagen	Sitio completo		04-dic-2009 12:48	348,2 KB
1.2.- CUESTIONES INICIALES.- Imagen y Realidad	Sitio completo		04-dic-2009 12:48	0,8 MB
1.3.- CUESTIONES INICIALES. Definir la Imagen	Sitio completo		04-dic-2009 12:48	2,4 MB
1.4.- CUESTIONES INICIALES. La mirada y la visión. Luz y color	Sitio completo		04-dic-2009 12:48	1 MB
3.1.- LA PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN Y DEL SONIDO. Primera parte	Sitio completo		04-dic-2009 12:48	1,4 MB

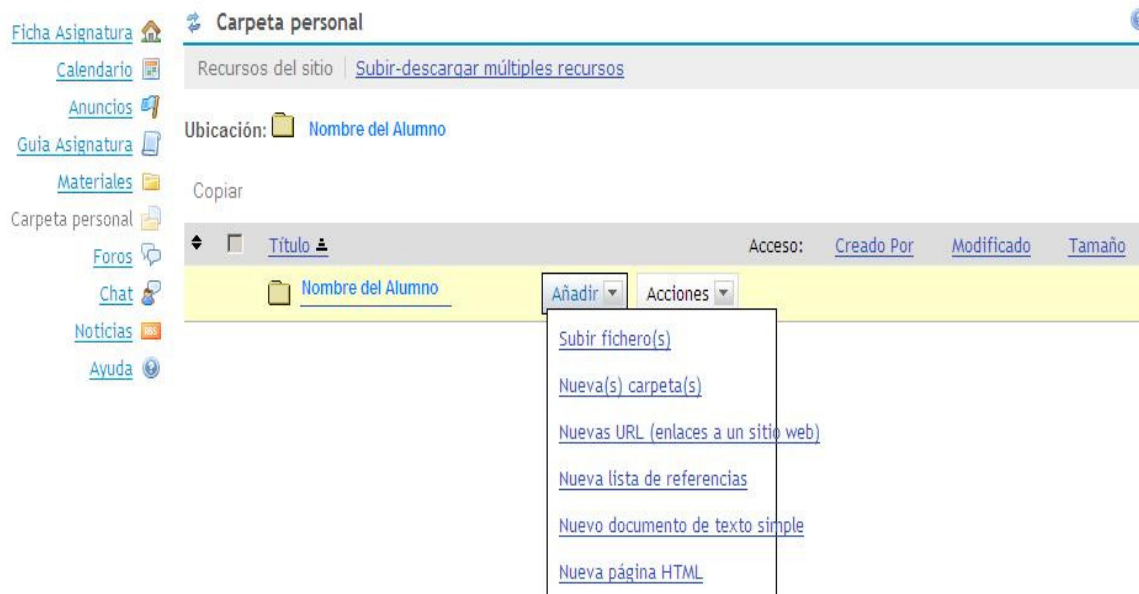
Al lado de cada documento tenemos un menú desplegable llamado “ Acciones” en el que se dan las opciones de copiar el fichero y mostrar las propiedades del fichero.



4.6 Carpeta personal: Cada alumno tendrá su propia carpeta personal en la que tanto el alumno como el profesor podrán insertar documentos y materiales que solamente serán visibles por el propio alumno y el profesor correspondiente de la asignatura. Dicha herramienta facilita el feedback con el profesor



Al lado de la carpeta personal tenemos dos menús desplegables. En el primero podemos encontrar las siguientes opciones: Subir ficheros, crear nueva carpeta, nuevo enlace web, nueva lista de referencia, nuevo documento de texto y nueva página HTML.



En el segundo menú podemos elegir entre copiar el documento o revisar las propiedades del documento.

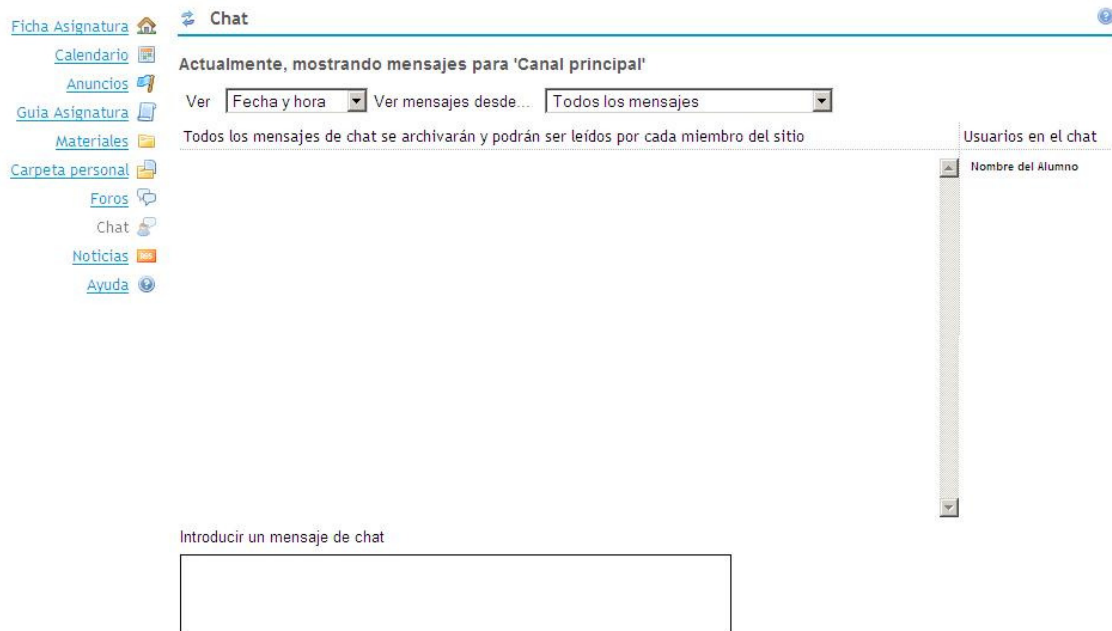
The screenshot shows the UCAM e-learning interface. At the top, there is a navigation bar with the UCAM logo and the text 'UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN ANTONIO DE MURCIA'. Below this, there are tabs for 'Mi Sitio', 'Servicios UCAM', and three course-specific tabs: '20 TCAV - C. AUDIOVISUAL', '21 PRAV - C. AUDIOVISUAL', and '22 ESAV - C. AUDIOVISUAL'. A dropdown menu shows '- más -'. The main content area is titled 'Carpeta personal' and contains a list of files. One file, 'Nombre del alumno', is highlighted in yellow. A context menu is open over this file, showing two options: 'Copiar' and 'Revisar propiedades'. On the left side, there is a sidebar with various navigation links like 'Ficha Asignatura', 'Calendario', 'Anuncios', 'Guía Asignatura', 'Materiales', 'Carpeta personal', 'Foros', 'Chat', 'Noticias', and 'Ayuda'.

The screenshot shows the 'Revisar propiedades' (Review Properties) dialog box for the file 'Nombre del alumno'. The dialog has a title bar 'Revisar propiedades' and a subtitle 'Modifique las propiedades del elemento y escoja "Actualizar" al final de la página. Los elementos obligatorios están marcados con *'. It contains several fields: 'Nombre' (Name), 'Descripción' (Description) with a text area containing the text 'Use esta carpeta para almacenar ficheros privados que desea compartir sólo con organizadores de este sitio web.', 'Subido originalmente por' (Originally uploaded by) with the value 'UCAM Servicio de Informática', 'Subido' (Uploaded) with the value '01-dic-2009 7:51', 'último cambio por' (Last modified by) with the value 'UCAM Servicio de Informática', 'último cambio' (Last modified) with the value '01-dic-2009 7:51', and 'Dirección web (URL)' (Web address (URL)) with the value 'http://elearning.ucam.edu/'. Below these fields is a section for 'Propiedades opcionales' (Optional properties) with a checkbox 'Enviar una notificación por correo electrónico al alumno' (Send an email notification to the student). At the bottom, there are two buttons: 'Actualizar' (Update) and 'Cancelar' (Cancel).

4.7 Foros: Foros de debate y discusión que se irán proponiendo durante el transcurso del curso. Dichos foros estarán vinculados a las asignaturas y responderán a temáticas y contenidos relacionados con la misma.



4.8 Chat: Cada asignatura dispone de su chat específico donde los alumnos y profesorado podrán intervenir sobre temas relacionados con la misma.



4.9 Noticias: Sección para estar informado sobre todos los acontecimientos (congresos, cursos, conferencias, jornadas, etc..) que se organizan en la UCAM a lo largo del curso académico.

20 TCAV - C. AUDIOVISUAL 21 PRAV - C. AUDIOVISUAL 22 ESAV - C. AUDIOVISUAL - más -

Noticias

Eventos institucionales

(Graphic Version) - -

[Curso: 'La interacción en la clase magistral: el rol del profesor en aumentar la participación del alumno'](#)
A cargo de Teresa Morell Moll
(Full Story) (03-dic-2009)

[Conferencia 'El debate jurídico en tiempo de crisis'](#)
(Full Story) (04-dic-2009)

['La negociación política con los terroristas'](#)
Edurne Uriarte
(Full Story) (04-dic-2009)

[Concierto de Navidad UCAM 2009](#)
Soeur Marie Keyrouz y el Conjunto de la Paz (Ensemble de la Paix)
(Full Story) (02-dic-2009)

[XI Concurso de Villancicos UCAM Navidad 2009](#)
19:00h. / Monasterio de Los Jerónimos
(Full Story) (01-dic-2009)

[Premios IV Olimpiadas de Teleco](#)
11:00h.
(Full Story) (01-dic-2009)

['Causas de la crisis Mundial desde una perspectiva ética'](#)
A cargo de Jaime Requeijo
(Full Story) (01-dic-2009)

[II Jornadas de Bioética](#)
(Full Story) (09-oct-2009)