

IMPRESO SOLICITUD PARA MODIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

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

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad Católica San Antonio		Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	30013360
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Grado		Publicidad y Relaciones Públicas	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Católica San Antonio			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas		No	
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN	
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Pablo Salvador Blesa Aledo		Decano de la Facultad de Comunicación	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		52808342C	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
JOSE LUIS MENDOZA PÉREZ		Presidente	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		22894000F	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Pablo Salvador Blesa Aledo		Decano de la Facultad de Comunicación	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		52808342C	
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO		CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO
Campus de los Jerónimos, s/n, Guadalupe		30107	Murcia
E-MAIL		PROVINCIA	TELÉFONO
mruiz@ucam.edu		Murcia	618958544
			FAX
			968278715



3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

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

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

	En: Murcia, AM 30 de marzo de 2020
	Firma: Representante legal de la Universidad



1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

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

LISTADO DE MENCIONES

No existen datos

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

NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

AGENCIA EVALUADORA

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación

UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad Católica San Antonio

LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
066	Universidad Católica San Antonio

LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	60	6
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
12	156	6

LISTADO DE MENCIONES

MENCIÓN	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

1.3. Universidad Católica San Antonio

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
30013360	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

1.3.2. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	A DISTANCIA
Sí	Sí	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	TERCER AÑO IMPLANTACIÓN
120	120	120
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	TIEMPO COMPLETO	
120	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA



PRIMER AÑO	30.0	60.0
RESTO DE AÑOS	3.0	78.0
TIEMPO PARCIAL		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	30.0	60.0
RESTO DE AÑOS	3.0	78.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://ucam.edu/sites/default/files/Abr_13/normativa_permanencia.pdf		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
GENERALES
CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.
CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).
CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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
CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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
CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua
CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.
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
CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.
CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar
CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.
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
3.2 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
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
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 publirrelacionista
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
P33 - Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea
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
P22 - Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos
P32 - Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena
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
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

P31 - Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

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 de selectividad** 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.

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.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

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.

Por otro lado, 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 ¿Educar 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 ¿Educar 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 presentan 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.

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 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.

A continuación se detallan los sistemas de apoyo a los estudiantes en la **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, tableros de anuncios de la titulación, guía docente de la titulación digitalizada, guía académica/información de la Universidad digitalizada, etc.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS	
Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	57
Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios	
MÍNIMO	MÁXIMO



0	36
Adjuntar Título Propio	
Ver Apartado 4: Anexo 2.	
Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	36

Disponible en: http://www.ucam.edu/sites/default/files/servicios/direccion-ordenacion/normativareconoccreditos_02.pdf

La UCAM ha creado la Comisión de Transferencia y Reconocimiento de Créditos, integrada por responsables de la Jefatura de Estudios, Vicerrectorado de Alumnado, Vicerrectorado de Ordenación Académica, Vicerrectorado de Relaciones Internacionales, Secretaría General y Dirección del Título, y 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 página web de la UCAM (http://www.ucam.edu/sites/default/files/servicios/direccion-ordenacion/normativareconoccreditos_02.pdf), según se establece en el Art. 6 del R. D. 1393/2007, de 29 de octubre y su modificación según el Real Decreto 861/2010 de 2 julio.

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 (por venir de otra universidad, por ser Diplomados y quieran acceder al curso de complementos, etc.), 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 a tal caso y expuesta anteriormente.

El alumno que accedan al título oficial de Graduado/a en Comunicación, en el momento de la preinscripción, solicitará 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 a tal caso expuesta anteriormente.

La Comisión de Reconocimiento y Transferencia del Título (CRT) será la encargada, a la vista de la documentación aportada por el estudiante, de elevar la propuesta de resolución de Reconocimiento y Transferencia del Título a la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos (CRC) de la UCAM.

La CRT del Grado Publicidad y Relaciones Públicas está compuesta por:

- a) Director del título.
- b) Tutor de movilidad.
- c) Profesor coordinador responsable de materias.
- d) Profesor coordinador de curso académico.

La CRC de la UCAM está formada por:

- a) Vicerrector de Ordenación Académica, que la presidirá.
- b) Jefe de Estudios.



- c) Jefe de Secretaría Central, que actuará como Secretario de la Comisión.
- d) Director de Calidad.
- e) Miembros de la Comisión de Planificación y Acreditación (CPA) designados por el Consejo de Gobierno de la UCAM, siempre que la situación lo requiera.

Reconocimiento de créditos por Títulos propios: 36 ECTS, tal y como indica el RD 1393/2007 en su artículo 6.

Tablas de Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales No Universitarias.

Por motivos de espacio en la herramienta, se adjunta como anexo al apartado 7 de Justificación, el convenio firmado y aprobado de colaboración con la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Modulo profesional del título de Técnico Superior en Gestión Comercial y Marketing (LOGSE)	HORAS	Asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	ECTS
Políticas de Marketing	70	Marketing Aplicado a la Comunicación	6
Formación en centros de trabajo	240	Prácticas en Empresa	6
Investigación comercial	50	Investigación de targets	6
TOTAL DE CRÉDITOS			18

Módulo profesional del título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad (LOE)	ECTS	signatura del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	ECTS
1009. Relaciones públicas y organización de eventos de marketing	6	Producción y organización de eventos	6



0930. Políticas de marketing	12	Marketing Aplicado a la Comunicación	6
1008. Medios y soportes de comunicación	6	Planificación e investigación de medios publicitarios	6
1010. Investigación comercial	8	Investigación de targets	6
1013. Formación en centros de trabajo	22	Prácticas en Empresa	6
1007. Diseño y elaboración de materiales de Comunicación	9	Tecnología 1 : Medios Impresos	6
		Taller de producción publicitaria impresa	4,5
0931. Marketing digital	11	Publicidad interactiva	6
		Planificación publicitaria en medios no convencionales	6
0623. Gestión económica y financiera de la empresa	12	Organización empresarial de la publicidad y las relaciones públicas	4,5
TOTAL DE CRÉDITOS			57

RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS A EXTINGUIR

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURAS	ECTS	ASIGNATURA	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		
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 COMUNICACIÓN PERSUASIVA	Fundamentos de la comunicación persuasiva	Publicidad y Relaciones Públicas	6	Publicidad y relaciones públicas	12 (T)	
		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			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	Optatividad	Optativa 1	6			
		Optativa 2	6			



PRACTICUM	Prácticas Externas	Prácticas Externas	6		
-----------	--------------------	--------------------	---	--	--

Normativa sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos en las enseñanzas de Grado y Máster

Curso 2019/20



1.PRESENTACIÓN

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales y el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, que modifica al anterior; recoge en su artículo 6, que para hacer efectiva la movilidad de estudiantes, tanto dentro como fuera del territorio nacional, las universidades elaborarán y harán pública su normativa sobre el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos. El citado artículo establece unas definiciones para el reconocimiento y para la transferencia que modifican sustancialmente los conceptos de convalidación, adaptación, etc. que hasta ahora se venían empleando. A su vez, la permanencia y progresiva extinción de los planes de estudios anteriores a la entrada en vigor del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, crea situaciones que son necesarias regular y por ello resulta imprescindible establecer un sistema de reconocimiento y transferencia de créditos, en el que los créditos cursados por un estudiante en una universidad puedan ser reconocidos e incorporados a su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título, regulado en el R.D. 1044/2003, de 1 de agosto. y el RD 1002/2010, de 5 de agosto.

Uno de los objetivos de la Universidad Católica San Antonio es fomentar la movilidad de sus estudiantes para potenciar su desarrollo académico y personal, por ello, además de lo señalado en los artículos 6 y 13 del R.D. 1393/2007, así como en virtud de la regulación establecida por el RD 1618/2011, de 14 de noviembre, sobre reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior, la UCAM ha desarrollado la siguiente normativa sobre reconocimiento y transferencia de créditos de aplicación a sus estudiantes.



1.ÁMBITO DE APLICACIÓN

El ámbito de aplicación de la presente normativa son las enseñanzas universitarias oficiales de Grado y Master, según señalan las disposiciones establecidas en los artículos 6 y 13 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, y su modificación en el R.D. 861/2010, de 2 de julio, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.



2.COMISIÓN DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS DEL TÍTULO (CRT)

Composición de la Comisión y Reconocimiento y Transferencia de Créditos del Título (CRT) y sus competencias

GRADO

La Comisión de reconocimiento y Transferencia de Créditos de Grado estará compuesta por:

- a) **Presidente**, que vendrá representado por el Decano, Vicedecano o Director del título.
- b) **Secretario**, que vendrá representado por el Subdirector, Secretario Académico del título o vocal en quien delegue el Presidente de la Comisión.
- c) **Dos vocales permanentes**, pudiendo ampliarse en un vocal extra o en más a solicitud de la Dirección del título, previa autorización del Vicerrectorado de Calidad y Ordenación Académica y en función del volumen de reconocimientos que habitualmente resuelva.
- d) **Vocal Transversal**: Para la resolución de los reconocimientos de créditos que afecten a materias de los planes de estudios UCAM vinculadas al Módulo de Educación Integral/ DECA, así como el de aquellas asignaturas que incorporen competencias lingüísticas en lengua extranjera, se integrará en la CRT del Grado o Máster cuyo plan de estudios incluya dichas materias/asignaturas, un vocal transversal dependiente de la Unidad Central de Ciencias Religiosas o del Departamento de Idiomas, respectivamente.

MASTER

La Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de Master estará compuesta por:

1. **Presidente**, que vendrá representado por el Decano, Vicedecano o Director del título.

La Comisión podrá ampliarse en un vocal extra o en más a solicitud de la Dirección del título, previa autorización del Vicerrectorado de Calidad y Ordenación Académica y en función del volumen de reconocimientos que habitualmente resuelva.

- b) **Vocal Transversal**: Para la resolución de los reconocimientos de créditos que afecten a materias de los planes de estudios UCAM vinculadas al Módulo de Educación Integral/ DECA, así como el de aquellas asignaturas que incorporen competencias lingüísticas en lengua extranjera, se integrará en la CRT del Grado o Máster cuyo plan de estudios incluya dichas materias/asignaturas, un vocal transversal dependiente de la Unidad Central de Ciencias Religiosas o del Departamento de Idiomas, respectivamente.

Competencias de la CRT:

- Comprobar que documentación aportada junto con la solicitud de reconocimiento/transferencia de créditos es correcta y susceptible de utilizarse en el tipo de reconocimiento de créditos solicitado por el estudiante.
- Constatar que la información y datos registrados en la solicitud de reconocimiento/transferencia está justificada, es veraz y se apoya en la documentación aportada por el alumno.
- Valorar la adecuación de los reconocimientos solicitados, teniendo en cuenta la legislación vigente en la materia y la presente Normativa, la documentación aportada por el estudiante, así como la adecuación entre el contenido y competencias de los elementos de origen y destino del reconocimiento.
- Resolver las solicitudes de reconocimiento/transferencia de créditos conforme a los términos expuestos en los puntos anteriores.
- Elaborar y mantener actualizadas las tablas de reconocimiento automáticas. Dichas tablas deberán ser publicadas.

1. DEFINICIONES

- a) **Reconocimiento de créditos**



El reconocimiento de créditos ECTS implica la aceptación por la Universidad Católica San Antonio de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas superiores oficiales o no oficiales (títulos propios universitarios), así como por la experiencia laboral o profesional relacionada con el título al que se accede, son computados a efectos de la obtención de un título oficial.

b) Transferencia de créditos

La transferencia de créditos implica que, en los documentos o certificados académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, la UCAM incluirá la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

c) Suplemento Europeo al Título

Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursados en cualquier universidad, los transferidos, los reconocidos, los superados y otros créditos que el alumno haya superado para la obtención del correspondiente título de Grado, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título.

d) Resolución de Reconocimiento y Transferencia

Se denomina así al documento por el cual la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos acuerda el reconocimiento de los créditos objeto de solicitud.

4. NORMAS SOBRE RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

4.1. Criterios Generales

4.1.1. Formación Básica

a) A partir del curso 2017/18, y en aplicación del *Real Decreto 195/2016, de 13 de mayo, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales*, siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento un número de créditos que sea al menos el 15 por ciento del total de los créditos del título, correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.

b) En el caso de titulaciones adscritas a diferente rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas materias de formación básica que pertenezcan a la rama de conocimiento de la titulación de destino.

En ambos casos, la Comisión de Reconocimiento y Transferencia del Título (CRT) resolverá, a solicitud del estudiante, a qué materias de éstas se imputan los créditos de formación básica de la rama de conocimiento superados en la titulación de origen. En el supuesto contemplado en apartado b), los reconocimientos se efectuarán teniendo en cuenta la adecuación entre competencias y los conocimientos asociados a dichas materias.

Sólo en el caso de que se haya obtenido un número de créditos menor asociado a una materia de formación básica de origen, la Comisión de Reconocimiento del Título establecerá, la necesidad o no de completar la materia de destino por aquellos complementos formativos que se diseñen para adquirir las correspondientes competencias.

4.1.2. Enseñanzas de Grado. Resto de créditos (materias de otras ramas de conocimiento, obligatorias, optativas, prácticas externas y Trabajo Fin de Grado).

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 o bien asociados a una previa experiencia profesional y laboral y los previstos en el plan de estudios o bien que tengan carácter transversal.

No podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los Trabajo Fin de Grado (TFG), según se establece en el artículo 6 del R.D. 861/2010, de 2 de julio.

4.1.3. Cursos de adaptación.

Los reconocimientos efectuados en sede de un curso de adaptación se sujetarán a lo recogido en la correspondiente Memoria de verificación y la legislación vigente en la materia.



4.1.4 Reconocimiento de créditos en las enseñanzas de Máster.

Podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a asignaturas superadas en enseñanzas oficiales de Máster, en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las asignaturas de origen y las previstas en el plan de estudios del Máster.

Podrán reconocerse créditos obtenidos en enseñanzas oficiales de Licenciatura, Ingeniería Superior o Arquitectura, siempre y cuando procedan de asignaturas vinculadas al segundo ciclo de las mismas y atendiendo a la adecuación de competencias entre las materias de origen y las de destino del reconocimiento.

Se podrán reconocer créditos cursados en enseñanzas oficiales de Doctorado reguladas tanto por el R.D. 1393/2007 y R.D. 99/2011, como por los anteriores R.D. 185/1985, R. D. 778/1998 y R.D. 56/2005, teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las asignaturas cursadas por el estudiante y los previstos en el Máster.

No podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a Trabajo Fin de Master (TFM), según se establece en el artículo 6 del R.D. 861/2010, de 2 de julio.

En el caso de Másteres interuniversitarios, serán de aplicación las normas de reconocimiento de créditos de la universidad coordinadora.

4.1.5. Criterios adicionales

a) Serán objeto de reconocimiento los créditos los módulos o materias definidos por el Gobierno en las normativas correspondientes a los estudios oficiales que habiliten para el ejercicio de profesiones reguladas.

b) Tal y como recoge el R.D. 861/2010, de 2 de Julio, en su punto 5 apartado 8, en el caso de los estudios de Grado, la Universidad reconocerá, dependiendo de su plan de estudios, al menos 6 créditos, por participación en actividades universitarias de tipo cultural, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, de acuerdo con la normativa que sobre actividades de tipo extracurricular desarrolle la Universidad Católica. Este tipo de créditos se imputarán con carácter general a los créditos de asignaturas optativas. Los estudiantes que hayan cursado enseñanzas oficiales previas al R.D. 1393/2007 solicitarán el reconocimiento por las actividades anteriormente citadas, que deberán acreditar y que podrán ser reconocidas por la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos, a propuesta de la CRT. Estas actividades aparecerán como reconocidas APTAS. (Ver Anexo I).

c) Podrán ser reconocidos créditos académicos por la actividad profesional y laboral desarrollada por el estudiante. La CRT elaborará las directrices básicas y las correspondientes tablas de reconocimiento por experiencia profesional, relacionadas con la/s materias objeto de reconocimiento.

d) Igualmente, podrán ser reconocidos créditos de formación de enseñanzas universitarias no oficiales donde hayan sido adquiridas las competencias objeto de reconocimiento, previa acreditación del programa de estudios cursados.

No obstante lo anterior, atendiendo a uno de los principios inspiradores de la formación en la UCAM como es la Educación en Valores, a luz del Humanismo Cristiano, nuestra Universidad incorpora en todos sus estudios de Grado asignaturas agrupadas en los Módulos de Educación Integral y *Teología Católica y su Pedagogía* (DECA). Dado el carácter fundamental que tienen estas materias para la formación integral de nuestros estudiantes, no podrán ser objeto de reconocimiento por títulos propios universitarios salvo aquellos impartidos y certificados por la UCAM, de forma que se garantice plenamente la adquisición de las correspondientes competencias por alumno.

e) En el caso de los apartados c) y d), el número de créditos reconocidos no superará, en su conjunto el 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios. El reconocimiento de estos créditos no incorporará calificación de los mismos por lo que no computarán a efectos de baremación del expediente, *de acuerdo al artículo 6 del R.D. 1393/2007, en versión dada por el R.D. 861/2010.*

f) Los créditos procedentes de títulos propios podrán, excepcionalmente reconocerse en un porcentaje superior al señalado en el apartado e) o en su caso ser reconocidos en su totalidad siempre que el correspondiente título propio UCAM haya sido extinguido y sustituido por un título oficial, de conformidad *artículo 6 del R.D. 1393/2007, en versión dada por el R.D. 861/2010.*

g) Así mismo, y según recoge el citado R. D. 861/2010, de 2 de julio, podrán ser objeto de reconocimiento, los créditos cursados en otras enseñanzas oficiales superiores. En este sentido, el RD 1618/2011, de e 14 de noviembre, sobre reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior, regula en detalle los reconocimientos de créditos entre las enseñanzas de educación superior, recogiendo en sus artículos 4 y 5 los criterios mínimos a aplicar a estos reconocimientos:



g.1) El reconocimiento de estudios se realizará teniendo en cuenta la adecuación de las competencias, conocimientos y resultados de aprendizaje entre las materias conducentes a la obtención de títulos de grado y los módulos o materias del correspondiente título de Técnico Superior.

g.2) Cuando entre los títulos alegados y aquellos a los que conducen las enseñanzas que se pretenden cursar exista una relación directa, las autoridades competentes garantizarán el reconocimiento de un número mínimo de créditos ECTS variable en función de la duración de los currículos o planes de estudio, de conformidad con lo siguiente:

		Estudios que se pretenden cursar (número mínimo de créditos a reconocer)				
		Grado universitario	Grado artísticas	TS Formación Profesional	TS artes plásticas y diseño	Técnico Deportivo Superior
Estudios cursados	Grado universitario		36	24	24	16
	Grado artísticas	36		24	24	16
	TS Formación profesional	30	30			
	TS artes plásticas y diseño	30	30			
	Técnico Deportivo Superior	27	27			

Asimi

Así mismo, en estos casos, deberá ser objeto de reconocimiento, total o parcial, la formación práctica superada de similar naturaleza y, concretamente:

- Las prácticas externas curriculares en enseñanzas universitarias y artísticas superiores de grado.
- El módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo de las enseñanzas de formación profesional de grado superior.
- Los créditos asignados a la fase de formación práctica en empresas, estudios y talleres de las enseñanzas profesionales de grado superior de artes plásticas y diseño.
- Los créditos asignados a la fase o módulo de Formación Práctica de las enseñanzas deportivas de grado superior.

En aplicación de dichos criterios, la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de cada título elaborará las correspondientes tablas de equivalencia para reconocimiento de créditos de los estudiantes que accedan a la universidad desde las enseñanzas oficiales superiores no universitarias.

h) Solo se podrá reconocer, en cualquier caso, la totalidad de la unidad certificable solicitada por el estudiante; no pudiéndose reconocer parcialmente una asignatura.

i) No podrá utilizarse para el reconocimiento de créditos una asignatura superada por evaluación compensada.

4.2 Reconocimiento de créditos desde una titulación actual (LRU) a un Grado.



4.2.1. Reconocimiento de los estudios de un titulado (LRU) cuya titulación de origen pertenezca a la misma rama de conocimiento.

A partir del curso 2017/18, y en aplicación del *Real Decreto 195/2016, de 13 de mayo, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales*, siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento un número de créditos que sea al menos el 15 por ciento del total de los créditos del título, correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.

En este caso, la Resolución de Reconocimiento y Transferencia de Créditos hará constar que los créditos de formación básica son reconocidos por aportar un título oficial previo.

En el caso del resto de créditos serán reconocidos por asignatura/s.

4.3 Homologación y convalidación de títulos y estudios extranjeros de educación superior.

a) Serán reconocibles parcial o totalmente aquellos títulos extranjeros de educación superior que establezca el Ministerio de Educación Español, o cualquier otra administración pública competente, de acuerdo a lo establecido en la legislación vigente.

b) Los alumnos que deseen solicitar el reconocimiento de materias cursadas en estudios superiores oficiales extranjeros deberán ajustarse a los requisitos establecidos en el Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre, por el que se establecen los requisitos y el procedimiento para la homologación y declaración de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial y para la convalidación de estudios extranjeros de educación superior, y el procedimiento para determinar la correspondencia a los niveles del marco español de cualificaciones para la educación superior de los títulos oficiales de Arquitecto, Ingeniero, Licenciado, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico y Diplomado.

c) En lo que respecta a las profesiones relacionadas con las Ciencias de la Salud, los poseedores de un título universitario extranjero que desee ejercer profesionalmente en España, además de homologar su título, habrán de cumplir con lo establecido en los Reales Decretos 183/2009, de 8 de febrero, y 459/2010, de 16 de abril.

d) Los criterios aplicables al reconocimiento de materias provenientes de títulos extranjeros, serán los mismos que para el reconocimiento de créditos en los estudios oficiales de Grado y Máster. De modo que cuando el alumno acceda a una titulación universitaria oficial por cursar o haber cursado estudios oficiales extranjeros, totales o parciales, serán susceptibles de reconocimiento las materias cursadas en las titulaciones extranjeras cuando las competencias adquiridas por el alumno en los estudios de origen sean similares a las que se obtendrían en los estudios para los que se solicita reconocimiento de créditos.

e) La conversión de las calificaciones obtenidas en un título extranjero de educación superior se hará conforme a lo establecido en la tabla de conversión incorporada como ANEXO a la presente normativa.

Esta tabla de equivalencias se ha elaborado por países, no obstante la autonomía de la que disponen las Instituciones de Enseñanza Superior de algunos de ellos en cuanto a la asignación de calificaciones, pudiendo variar de una institución a otra. Se ha intentado recoger tal variedad de situaciones, a pesar de la amplia casuística, pudiendo existir supuestos que hayan quedado fuera de ella. Dicha casuística deberá ser tenida en cuenta, en su caso.

5. NORMAS SOBRE TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

1. En el expediente académico se establecerá una separación tipográfica clara entre los créditos que conducen a la obtención del título de Grado o de Máster y aquellos otros créditos transferidos, que no tienen repercusión en la obtención del mismo.

2. Se consignará en el expediente con el literal, nº ECTS y calificación original de la asignatura aportada por el alumno, en titulaciones no finalizadas.

3. Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursados en cualquier universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente título, serán incluidos en su expediente académico y reflejado en el Suplemento Europeo al Título, tal y como establece el artículo 6 del R.D. 1393/2007, en versión dada por el R.D. 861/2010.

6. CALIFICACIONES

1. La calificación en las asignaturas por las que se solicita el reconocimiento y transferencia de créditos ECTS será la misma que la obtenida en las asignaturas de origen. En caso de que coexistan varias materias de origen y una sola de destino, se realizará media aritmética ponderada.



No obstante lo anterior, en los reconocimientos efectuados en aplicación del punto 4.1.1 de la presente norma (Formación Básica), para el de que la asignatura de origen del reconocimiento no pudiera identificarse, la calificación aplicable a la asignatura de destino será la nota media del expediente de académico.

Respecto a las menciones de Matrícula de Honor vinculadas a la asignatura de origen del reconocimiento, se trasladarán a la asignatura de destino reconocida siempre que la calificación numérica resultado del reconocimiento sea igual o superior a 9. Las menciones de Matrícula de Honor incorporadas por esta vía al expediente académico del alumno, no estarán sujetas a los límites establecidos en el art. 5.6 del RD 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

2. En los reconocimientos provenientes de titulaciones universitarias extranjeras de carácter oficial, la conversión de calificaciones se efectuará conforme a la tabla de equivalencias recogida en el Anexo II de la presente Normativa, salvo que el estudiante aporte una certificación de conversión de calificaciones validada por el Ministerio de Educación o sus organismos oficiales, en cuyo caso prevalecerá esta última.

3. En el caso de los reconocimientos y transferencia de créditos obtenidos a través de las enseñanzas oficiales superiores no universitarias, la calificación que se aplicará a las asignaturas objeto de reconocimiento seguirá las siguientes reglas:

- *Enseñanzas artísticas superiores.* La calificación a aplicar a las asignaturas objeto de reconocimiento seguirá la norma establecida en el punto 1 anterior.
- *Formación profesional de Grado Superior (CFGS).* La calificación aplicable a las asignaturas a reconocer será la nota media del expediente del alumno, referida al ciclo formativo completo, computando a efectos de baremación del expediente a partir del curso 2012/13.
- *Enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño de grado superior.* La calificación a aplicar a las asignaturas objeto de reconocimiento seguirá la norma establecida para los CFGS.
- *Enseñanzas deportivas de grado superior.* La calificación a aplicar a las asignaturas a reconocer seguirá la norma establecida para los CFGS.

4. En el supuesto de no existir calificación en las asignaturas o materias objeto de reconocimiento, se hará constar APTO y no computará a efectos de media de su expediente. Esta regla resultará aplicable al reconocimiento de materias procedentes de los estudios que conforman la Educación Superior.

5. En el supuesto del reconocimiento de asignaturas por experiencia laboral o profesional o por formación proveniente de enseñanzas universitarias no oficiales, se hará constar como APTO y no computará a efectos de media en su expediente.

6. En el caso de los Cursos de Adaptación al Grado para Diplomados, Arquitectos Técnicos e Ingenieros Técnicos, la calificación que se anotará en el expediente del estudiante para las asignaturas reconocidas en bloque será la calificación media del expediente de la titulación de procedencia. No obstante, para el caso de que las calificaciones del expediente de procedencia sean cualitativas, se tendrá en cuenta la siguiente tabla de equivalencias:

Ba-
ñe
#0
ca-
ción
cua-
li-
ta-
ti-
va
pro-
ba-
do
blo-
ta-
ble
s.c.
bre-
sa-
lien-
te
Ma-
trí-



cu-
la

7. En el caso de no figurar nota media del expediente en la certificación académica aportada por el alumno, las materias reconocidas lo serán con la calificación de 5.

7. CONSIDERACIONES GENERALES

1. Los créditos reconocidos se consignarán en el nuevo expediente de la titulación de destino con el **literal, tipología, créditos y calificación** obtenida en la titulación de origen, haciendo referencia a la universidad en la que fue cursada.

2. En general, la unidad evaluable y certificable será la asignatura.

3. El reconocimiento de créditos se efectuará atendiendo a las materias del plan de estudios vigente en el momento de efectuar la solicitud de reconocimiento. No obstante, se podrá solicitar el reconocimiento de materias pertenecientes a cursos de un plan de estudios aprobado oficialmente, pero aún no implantado en su totalidad, siempre que el alumno así lo solicite expresamente.

4. La resolución de reconocimiento de créditos será el resultado del estudio pormenorizado de la documentación presentada en tiempo y forma, de acuerdo a las indicaciones contenidas en esta normativa.

5. Una vez resuelto un reconocimiento e incorporado al expediente del alumno, no podrá retrotraerse salvo que haya mediado:

- Error material en la concesión del mismo.
- Se detecte falsedad o error documental en la documentación aportada por el solicitante.

8. PROCEDIMIENTO

1. Todo reconocimiento de créditos requerirá solicitud expresa del interesado y será el resultado del estudio pormenorizado de dicha solicitud y de la documentación que la acompañe.

2. El Consejo de Gobierno de la Universidad establecerá los periodos de presentación de solicitudes para el reconocimiento y transferencia de créditos, así como el calendario para la resolución de los mismos. No obstante, fuera de los plazos anteriormente señalados, únicamente podrán admitirse a trámite las solicitudes de reconocimientos que cumplan alguno de los siguientes supuestos:

- Alumnos en disposición de finalizar estudios
- Alumnos de nuevo ingreso en el segundo cuatrimestre
- Alumnos que necesitan completar créditos para poder acceder a prácticas curriculares
- Alumnos que necesitan completar créditos para poder acceder a la defensa de TFG

Las solicitudes deberán resolverse en un plazo máximo 40 días naturales desde su presentación.

3. **Documentos de obligada aportación.** Para que la solicitud de reconocimiento de créditos pueda ser admitida a trámite, deberá aportarse junto a la misma y de manera indispensable la siguiente documentación:

1. Reconocimientos por Enseñanzas Universitarias Oficiales

- Certificación académica que acredite:
 - Haber superado las materias de origen aportadas para el reconocimiento solicitado.
 - La rama a la que está adscrito el título aportado.
 - En las profesiones reguladas, referencia al acuerdo y orden en la que se establece el plan de estudios y requisitos de verificación.
- El programa o la guía docente de la/s materia/s en las que basa su solicitud de reconocimiento

1. Reconocimientos por Enseñanzas Superiores No Universitarias

- Certificación académica que acredite:
- Módulos o materias superadas



- Nota media del expediente académico
 - El programa o la guía docente de la/s materia/s en las que basa su solicitud de reconocimiento o la publicación del currículo de la enseñanza en boletín oficial, en su caso.
1. Reconocimientos por titulación universitaria no oficial (títulos propios universitarios)
- Certificación académica que acredite:
 - Módulos o materias superadas
 - Nota media del expediente académico
 - El carácter no oficial de la enseñanza
 - El programa o la guía docente de la/s materia/s en las que basa su solicitud de reconocimiento
1. Reconocimientos por experiencia profesional o laboral
- Experiencia profesional o laboral por cuenta ajena:
 - Certificado de vida laboral
 - Certificación descriptiva de las funciones desarrolladas, firmado y sellado por la empresa en la que se adquirió la experiencia alegada.
 - Experiencia profesional o laboral por cuenta propia:
 - Alta en vigor en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA)
 - Declaración jurada de las funciones desarrolladas, firmada por el solicitante de los reconocimientos.
4. En el caso de que las materias de origen del reconocimiento, hayan sido superadas en titulaciones impartidas por la Universidad Católica San Antonio, únicamente será necesario aportar resumen académico del expediente del alumno.
5. Para reconocimiento materias provenientes de una titulación extranjera, el solicitante deberá aportar junto a la misma y de manera indispensable la siguiente documentación, que deberá ir debidamente traducida al castellano, mediante traductor jurado, y legalizada:
- Certificación académica que acredite haber superado las materias de origen aportadas para el reconocimiento solicitado.
 - El programa o la guía docente de la/s materia/s en las que basa su solicitud de reconocimiento
6. No obstante los puntos anteriores, la Comisión de Reconocimientos de Título podrá requerir del solicitante que aporte cuanta documentación estime conveniente para la resolución del reconocimiento solicitado (manuales o materiales utilizados para la superación de la materia aportada, proyectos técnicos realizados, material producido en el ejercicio profesional, ect.)
8. Contra los acuerdos que se adopten, podrá interponerse reclamación ante la Secretaría Central de la Universidad y en el plazo de 15 días a contar desde la notificación de los reconocimientos concedidos o denegados al solicitante. La reclamación irá dirigida a la titulación, que la trasladará a la Comisión de Reconocimiento de Créditos y se resolverá en un plazo no superior a 30 días naturales.
8. El derecho a interponer reclamación sobre los reconocimientos concedidos o denegados, se extinguirá en todo caso con el curso académico en el que fueron solicitados.

DISPOSICIÓN ADICIONAL 1. Movilidad.

Además de lo establecido en esta normativa, los estudiantes inscritos en programa de movilidad y que estén bajo el ámbito de convenios nacionales o internacionales, se regirán por lo regulado en su propia normativa y con arreglo a los acuerdos de estudios suscritos previamente por los estudiantes y las universidades de origen y destino de los mismos.

DISPOSICIÓN ADICIONAL 2. Reconocimiento del nivel B1, B2, C1 y C2 de lengua extranjera.



En el caso de que sea necesario acreditar un determinado nivel de idioma conforme al MCERL, como requisito para la obtención del correspondiente título de Grado o Máster, el estudiante no podrá hacer uso del documento acreditativo de este requisito de egresión para reconocer créditos por otras actividades de tipo cultural, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y cooperación.

DISPOSICIÓN ADICIONAL 3. Actividades de tipo cultural, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y cooperación

El anexo I recoge la normativa específica de reconocimiento para este tipo de actividades, en el caso de las titulaciones de Grado.

ANEXO I

NORMATIVA SOBRE EL RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS POR LA REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES UNIVERSITARIAS CULTURALES, DEPORTIVAS, DE REPRESENTACIÓN ESTUDIANTIL, SOLIDARIAS Y DE COOPERACIÓN EN LOS ESTUDIOS DE GRADO

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, y el R.D. 861/2010, de 3 de julio, que modifica al anterior, en su capítulo III, artículo 12.8), de acuerdo con lo regulado por la Ley 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades (BOE 24/12/2001), modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril (BOE 13/04/2007), establece que: De acuerdo con el artículo 46.2. i) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de universidades, los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico de créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.

Todas las actividades objeto de reconocimiento, deberán previamente haber sido autorizadas por el Consejo de Gobierno de la Universidad.

La presente normativa regula el reconocimiento de los créditos obtenidos por la realización de este tipo de actividades, por créditos de asignaturas optativas en los estudios de Grado, en las diferentes titulaciones de la Universidad Católica San Antonio, realizadas a partir del curso 2011/2012.

El reconocimiento de créditos queda sometido a las siguientes condiciones:

1-. Los estudiantes matriculados en la UCAM podrán solicitar reconocimiento académico de créditos por la realización de actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, que hayan realizado a lo largo de su permanencia en la universidad. Por ello se contemplará la posibilidad de reconocimiento de al menos 6 créditos del total del plan de estudios cursado.

Para presentar la solicitud de reconocimiento será requisito indispensable que el estudiante se encuentre alguna de las siguientes situaciones:

- Estudiantes que soliciten traslado de expediente a otra universidad.

El estudiante presentará la solicitud de reconocimiento por actividades socioculturales simultáneamente con la de traslado de expediente. La resolución del reconocimiento, y la consiguiente imputación a créditos optativos de su plan de estudios, estará supeditada a la finalización del proceso de traslado de expediente.

- Estudiantes en disposición de finalizar estudios.

El estudiante presentará la solicitud de reconocimiento por actividades socioculturales en el último curso de los estudios de Grado, siempre que se encuentre en disposición de finalizar estudios.

El anexo I recoge la tabla de actividades y el número máximo de créditos a obtener por actividad y año.

2. Con carácter general, el reconocimiento del número de créditos se concederá en la proporción de 1 crédito por cada 25 horas, excepto que se explicita el número de créditos ofertados en una actividad determinada.

3. La imputación a optatividad efectuada en el expediente del alumno, a consecuencia del reconocimiento por actividades socio-culturales, no podrá retrocederse en ningún caso.

TIPO DE ACTIVIDADES

Actividades Culturales

En este apartado se reconocerán créditos por la participación en determinadas actividades, jornadas, seminarios, congresos, conferencias, y otras actividades que organice la UCAM. Para el reconocimiento de dichos créditos, el estudiante aportará el correspondiente certificado acreditativo de superar dichas actividades.



Actividades Deportivas

Para el reconocimiento de créditos por actividades deportivas, se considerará la participación, de manera individual o en equipo, en campeonatos y competiciones universitarias, autonómicas, nacionales o internacionales. El interesado deberá presentar una memoria justificativa de la actividad desarrollada y tener justificada una asistencia a dichas actividades de, al menos, el 80%.

Representación Estudiantil

La Universidad reconocerá créditos por representación estudiantil, a los estudiantes que hayan sido elegidos como Delegados de Centro o Facultad y hayan asistido, al menos, al 80 % de las sesiones del órgano colegiado de que se trate. La Dirección de Calidad y Ordenación Académica, a través de la Sección correspondiente, emitirá una certificación que acredite su nombramiento y participación en las sesiones convocadas oportunamente.

Actividades Solidarias

Para el reconocimiento de créditos por actividades solidarias, el estudiante deberá superar dichas actividades, organizadas por el Instituto Internacional de Caridad y Voluntariado ¿Juan Pablo II¿ (IICV), que acreditará la participación en las mismas y que quedarán reflejadas en su correspondiente certificado académico.

Para el reconocimiento de créditos por actividades Solidarias, el IICV, será quien determine los criterios para la obtención de los créditos en este apartado.

Actividades de Cooperación

Serán reconocidos créditos en este apartado por actividades realizadas a través de:

- Prácticas en el Gabinete de Protocolo
- Convenios de Cooperación Educativa
- Actividades organizadas para la orientación al empleo

Los créditos reconocidos serán incorporados al expediente del estudiante como reconocimiento de actividades Universitarias por participación en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias o de cooperación¿, con la calificación de apto y no se tendrá en cuenta en la ponderación del expediente.

CATÁLOGO DE ACTIVIDADES DE TIPO CULTURAL, DEPORTIVAS, SOLIDARIAS, DE REPRESENTACIÓN ESTUDIANTIL Y DE COOPERACIÓN SUSCEPTIBLES DE RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS ECTS EN LAS TITULACIONES DE GRADO.

Actividades de tipo cultural: (Previamente autorizadas)

- Cursos de verano organizados por la UCAM.
- Acreditación de haber conseguido el nivel B1 o superior (B2, C1 y C2) de dominio de lengua extranjera. 1 crédito/por nivel. (Incompatible con requisitos de egresión y obtención de título oficial).
- Participación como alumno interno, en convocatoria oficial (0.5 créditos cada año).
- Participación en Congresos institucionales.
- Participación en actividades organizadas por la UCAM.

Actividades deportivas:

- Practica de actividades deportivas durante el curso académico en cualquier disciplina deportiva formando parte de equipos que representen a la Universidad (Hasta un crédito por un año).

Actividades solidarias y de cooperación:

- Participación en actividades de voluntariado gestionadas y avaladas por la UCAM.
- Participación en actividades de cooperación avaladas por el Servicio de Relaciones Internacionales de la UCAM.
- Colaboración con el Gabinete de Protocolo
- Participación en actividades organizadas para la orientación al empleo avaladas por el SOIL.
- Prácticas extracurriculares realizadas por alumnos en programas de movilidad estudiantil.

Actividades universitarias de representación estudiantil:

- Por ser representante de la Universidad (1,5 crédito/ curso)
- Por ser delegado de centro/facultad. (1 crédito/curso).
- Por ser delegado de clase (0.5 crédito/curso).



Titulación	Créditos de Libre elección del plan de estudios	Créditos optativos susceptibles de reconocimiento por otras actividades socioculturales. Como mínimo en bloques de (ECTS):
Grado en Enfermería (Plan 2008 ¿ en extinción)	1,5	4,5
Grado en Enfermería (Plan 2014)	NO	6
Grado en Fisioterapia (Plan 2008- en extinción)	6	4,5
Grado en Fisioterapia (Plan 2014)	NO	6
Grado en Nutrición (Plan 2008 ¿ en extinción)	3	4,5
Grado en Nutrición (Plan 2014)	NO	4,5
Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos	3	4,5
Grado en Terapia Ocupacional	NO	6
Grado en Psicología	NO	6
Grado en CAFD	NO	4,5
Grado en Derecho	NO	6
Grado en Turismo	NO	6
Grado en Publicidad y RRPP (Plan 2014)	NO	6
Grado en Comunicación Audiovisual (Plan 2014)	NO	6
Grado en Periodismo (Plan 2014)	NO	6
Grado en Podología	NO	6
Grado en ADE (Plan 2014)	NO	6
Grado en Educación Infantil	NO	6
Grado en Educación primaria	NO	6
Grado en Arquitectura	NO	4,5
Grado en Ingeniería de la Edificación	NO	4,5

Titulación	Créditos de Libre elección del plan de estudios	Créditos optativos susceptibles de reconocimiento por otras actividades socioculturales. Como mínimo en bloques de (ECTS):
Grado en Sistemas de Telecomunicación (Plan 2008 ¿ en extinción)	NO	4,5/ 6



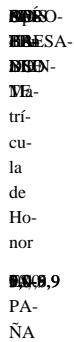
Grado en Sistemas de Telecomunicación (Plan 2011)	NO	4,5
Grado en Ingeniería Informática (Plan 2008 ¿ en extinción)	NO	4,5
Grado en Ingeniería Informática (Plan 2011)	NO	3
Grado en Ingeniería Civil	NO	6
Medicina	NO	3
Criminología	NO	6
Relaciones Laborales y Recursos Humanos	NO	6
Farmacia	NO	6
Comunicación	NO	6
Gastronomía (240 ECTS)	NO	6
Gastronomía (180 ECTS)	NO	3
Odontología	NO	6
Marketing y Comunicación	NO	6
Danza	No	4
Lenguas Modernas	NO	6
Traducción e Interpretación	NO	6

Los alumnos podrán solicitar el reconocimiento de estos créditos en bloques del mínimo de créditos marcados en la cuarta columna. Así, los alumnos hasta que no dispongan de este mínimo número de créditos a reconocer, no podrán realizar solicitud de reconocimiento de créditos en Secretaría Central.

Con carácter general no se cobrarán tasas de reconocimiento, si con antelación el alumno ya ha pagado por dichos créditos, pero, si el alumno no ha pagado tasas de reconocimiento previas por las actividades relacionadas en el anexo, pagará por el reconocimiento la tasa de reconocimiento establecida en dicho curso académico como tal para los reconocimientos.

ANEXO II:

TABLA DE CONVERSIÓN DE CALIFICACIONES PARA EL RECONOCIMIENTO


 ANEXO-
 RESA-
 MEN-
 Ma-
 trí-
 cu-
 la
 de
 Ho-
 nor
 0,9
 PA-
 ÑA



~~EROD~~
~~EROD~~
~~ERENT-~~
in-ts-
plshy
fimg.d
jark
fjrh
inans
dank
inrh
nyrh
quán
nuz
efors
Ebis
(E)
Sa-
fils-
inAC-
TORY-
fark
bet
quih
sigl
hé-
fo-
cant
short-
cre-
diings
(D)
be
awar-
ded
(FX)
ARE-
YBIO
NIA
BUS-
TIDA
DEL-
E19
CIA
Ebis(2)
Ebis(3)
Ebis
bur(5)
ENI-
Ebis
NA-
MAR-
CA
Ebis
Ebis
Ebis(2)
(Ebis)
Ebis
llent)
Ebis
Ebis/Za-
(Ebis)Ne-
Ebis(9)
Ebis
Ebis
(Ebis-8,9)



va
(0-4,9)

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~

~~1000~~



SU-
 SUECIA-
 SUIZA
 TURQUIA-
 NOKSAN-
 PEK
 GO
 CANADA-
 CANADA 1
 CANADA 2
 -
 E
 EEUU-
 EEUU 1
 EEUU 2
 GO
 PUERTO RICO
 J
 A
 CHE-
 CA
 AUSTRALIA-
 A
 A
 ARGENTINA-
 A
 NIA

PAÍS	SUSPENSO	APROBADO	NOTABLE	SOBRESALIENTE	Opción a Matrícula de Honor
SUECIA	F/U	G	G+	VG ¿ VG+	VG++
SUIZA	0-4 / 0 ¿ 3,9	5 / 4 ¿ 4,4	6 / 4,5 ¿ 5,4	7-9 / 5,5 ¿ 5,9	10 / 6
TURQUIA	<i>Noksan/Pek Noksan(1-4)</i>	<i>Orta(5-6)</i>	<i>Iyi (7-8)</i>	<i>Pek iyi(9-10)</i>	
CANADA 1	F-E	D-C+	B-B+	A - A	A+
CANADA 2	F	E-C	C+ - B+	A - A	A+
EEUU 1	F	D- - C-	C - B	B+ - A-	A
EEUU 2	F	C- - C+	B- - B+	A - A	A+
PUERTO RICO	0 ¿ 46 (F)	47 ¿ 59 (D)/ 60 ¿ 74 (C)	75 ¿ 87 (B)	88 ¿ 100 (A)	
AUSTRALIA	<i>Failure(0-49)</i>	<i>Conceded, Conditional or Compensatory Pass ¿ Pass (50-64)</i>	<i>Credit (65-74)</i>	<i>Distinction (75 ¿ 84)</i>	<i>High Distinction (85-100)</i>
NUEVA ZELANDA	D y E	C	B	A	A
ARGENTINA	Insuficiente/Reprobado (0 ¿ 3,9) (0 ¿ 3) (0 ¿ 5)	Aprobado (4 ¿ 5,9) Bueno (6 ¿ 6,9) (4 ¿ 5) (6)	Bueno(6 ¿ 7) (7)(7 ¿ 8) Distinguido (7 ¿ 8,9)	Distinguido (9 ¿ 9,9) (8 ¿ 9) (9)	Excelente (10)



BB
R00L

En aquellos casos en los que la calificación se sitúe dentro de una horquilla amplia, deberá realizarse el reconocimiento atendiendo a la media numérica resultante de dicha horquilla. Ejemplo: Si el estudiante obtiene una $\zeta C \zeta$ en Nueva Zelanda, correspondiente a la calificación de ζ aprobado ζ , la calificación numérica que se reconocerá e incluirá en su expediente académico será la de $\zeta 6 \zeta$, entendiéndose dicha calificación como la media de la horquilla (5-6,9).

La obtención de esta calificación significa que el estudiante podrá optar a M.H. en la UCAM.

La obtención de esta calificación significa que el estudiante podrá optar a M.H. en la UCAM.

En algunas universidades el aprobado se sitúa en 7/70.

Zachet/ #####: reconocido sin calificación / apto (no prevé calificación, es un sistema de apto/no apto).

Aparte de esta escala, existen una serie de asignaturas o seminarios que se solventan con una pequeña prueba. El resultado se expresa en esos casos como *#####(zarajovano)*, *#####(nezarajovano)*: reconocido sin calificación / apto (no prevé calificación, es un sistema de apto/no apto).

4.5 CURSO DE ADAPTACIÓN PARA TITULADOS



5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS
Ver Apartado 5: Anexo 1.
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS
Exposición teórica
Trabajos en empresas (Específicas para el Módulo Practicum)
Estudio personal
Preparación de trabajos
Laboratorio
Aprendizaje virtual
Preparación de trabajos (Específicas para el Módulo de Trabajo Fin de Grado)
Búsqueda de documentación (Específicas para el Módulo de Trabajo Fin de Grado)
Estudio personal del alumno y preparación de la memoria de prácticas (Específicas para el Módulo Practicum)
Clases prácticas
Trabajo en grupo
Evaluación
Tutorías
Seminarios (Específica para el Módulo de Trabajo Fin de Grado)
Tutorías (Específica para el Módulo de Trabajo Fin de Grado)
Seminarios y tutorías (Específicas para el Módulo Practicum)
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.
Trabajos en empresas (Específicas para el Módulo Practicum): 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.
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.
Laboratorio: Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.
Aprendizaje virtual: 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.
Preparación de trabajos (Específicas para el Módulo de Trabajo Fin de Grado). Planificación, desarrollo y elaboración del mismo adecuándose al cronograma de actividades propuesto por el Grado.
Búsqueda de documentación (Específicas para el Módulo de Trabajo Fin de Grado)
Estudio personal y preparación de la memoria de prácticas (Específicas para el Módulo Practicum)
Clases prácticas: 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.
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.
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.



Seminarios (Específicas para el Módulo de Trabajo Fin de Grado): conjunto de actividades docentes y/o seminarios metodológicos relacionados con la elaboración del trabajo.		
Tutorías (Específicas para el Módulo de Trabajo Fin de Grado): 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		
Seminarios y tutorías (Específicas para el Módulo Practicum): Orientación para la selección, ejecución y evaluación de las prácticas. Para este fin, la Universidad designará un profesor-tutor para cada alumno.		
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Exámenes teórico-prácticos		
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.		
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico		
Desarrollo del trabajo tutelado [Específica para el Módulo Practicum (Prácticas en Empresa)]		
Exposición y defensa de la memoria [Específicas para el Módulo Practicum (Prácticas en Empresa)]		
Evaluación del trabajo tutelado [Específica para el Módulo de Trabajo Fin de Grado (TFG)]		
Seminarios. Específico para el Módulo de Trabajo Fin de Grado (TFG)		
5.5 NIVEL 1: MÓDULO 1: EDUCACIÓN INTEGRAL.		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: MATERIA 1 TEOLOGÍA		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	9	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
3		3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	3	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Teología		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
3		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9



ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Teología II		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Doctrina social y de la Iglesia		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	3	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Contenidos.

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 y 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.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

La modalidad semipresencial de este Modulo 1. Educación Integral. Materia 1. Teología, presenta las siguientes particularidades en cuanto a los apartados Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de Evaluación:

Actividades Formativas (modalidad semipresencial):

CTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	33,3	15	6,7	Estudio personal	50	90	40
Evaluación	26,7	12	5,3	Preparación de trabajos	3,3	6	2,7
Tutorías	40	18	8	Laboratorio	21,7	39	17,3
TOTAL	100%	45	20%	Aprendizaje virtual	25	45	20
				TOTAL	100%	180	80%

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas
- Evaluación teórico-práctica
- Tutorías

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)



- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

Sistema de evaluación modalidad semipresencial

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

1 Exámenes teórico-prácticos. Puntuán 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.

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 %.
- 4.- Participación del estudiante: 10 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES



CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.
CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).
CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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
CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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
CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua
CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.
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
CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.
CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar
CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.
FE24 - Claridad y rigor en la evaluación crítica de los argumentos presentados en un texto
HE2 - Conocimiento de las grandes corrientes del pensamiento
HE10 - Conocimiento del comportamiento humano y social
HE16 - Conocimiento básico de la realidad sociopolítica contemporánea
HE43 - Conocer, comprender e interpretar la situación cultural y social actual
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
T1 - Capacidad de toma de decisiones
T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas
T8 - Compromiso ético



T12 - Capacidad de razonamiento crítico		
T13 - Reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad		
T16 - Capacidad de desarrollo del criterio informativo		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
P11 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas		
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		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	60	26.6
Estudio personal	77.5	0
Preparación de trabajos	40	0
Clases prácticas	15	6.6
Trabajo en grupo	15	6.6
Evaluación	9	4
Tutorías	8	3.7
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Clases prácticas: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	70.0	70.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	30.0	30.0
NIVEL 2: MATERIA 2 ÉTICA		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	3	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
3		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9



ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: ÉTICA FUNDAMENTAL		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	3	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: ÉTICA APLICADA Y BIOÉTICA		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
3		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Contenidos.

Ética fundamental

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

Ética aplicada y 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.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Las actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación en la modalidad semipresencial son las siguientes:

Actividades formativas:

Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (**modalidad semipresencial**).

ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	33,3	10	6,7	Estudio personal	50	60	0
Evaluación	26,7	8	5,3	Preparación de trabajos	3,3	4	0
Tutorías	40	12	8	Laboratorio	21,7	26	0
TOTAL	100%	30	20%	Aprendizaje virtual	25	30	0
				TOTAL	100%	120	0%

Metodologías Docentes (semipresencial)

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas
- Evaluación teórico-práctica
- Tutorías

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.



- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

Sistema de evaluación modalidad semipresencial

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

1 Exámenes teórico-prácticos. Puntúan 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.

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 %.
- 4.- Participación del estudiante: 10 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES



CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.
CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).
CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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
CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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
CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua
CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.
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
CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.
CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar
CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.
HE2 - Conocimiento de las grandes corrientes del pensamiento
HE10 - Conocimiento del comportamiento humano y social
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
T1 - Capacidad de toma de decisiones
T4 - Capacidad de análisis y síntesis
T8 - Compromiso ético
T12 - Capacidad de razonamiento crítico
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
No existen datos



5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	40	26.8
Estudio personal	51.7	0
Preparación de trabajos	26.6	0
Clases prácticas	10	6.6
Trabajo en grupo	10	6.6
Evaluación	6	4
Tutorías	6.5	4.3
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Clases prácticas: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	70.0	70.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	30.0	30.0
NIVEL 2: MATERIA 3 HUMANIDADES		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		3
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No



ITALIANO		OTRAS	
No		No	
NIVEL 3: HUMANIDADES			
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3			
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA		DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	3		Cuatrimstral
DESPLIEGUE TEMPORAL			
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6	
		3	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12	
Lenguas en las que se imparte			
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA	
Sí	No	No	
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS	
No	No	No	
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS	
No	No	No	
ITALIANO	OTRAS		
No	No		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE			
5.5.1.3 CONTENIDOS			
<p>Humanidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 			
5.5.1.4 OBSERVACIONES			
<p>PARA LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL LOS DATOS DE ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍAS DOCENTES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN SON LOS SIGUIENTES:</p> <p>ACTIVIDADES FORMATIVAS:</p> <p>Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (modalidad semipresencial).</p>			



ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	33,3	5	6,7	Estudio personal	50	30	40
Evaluación	26,7	4	5,3	Preparación de trabajos	3,3	2	2,7
Tutorías	40	6	8	Laboratorio	21,7	13	17,3
TOTAL	100%	15	20%	Aprendizaje virtual	25	15	20
				TOTAL	100%	60	80%

METODOLOGÍAS DOCENTES

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas
- Evaluación teórico-práctica
- Tutorías

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

Sistema de evaluación modalidad semipresencial

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

1 Exámenes teórico-prácticos. Puntuación 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.

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 %.
- 4.- Participación del estudiante: 10 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

FE3 - Capacidad de enfrentarse críticamente a las ideas

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar

CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.

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		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
T1 - Capacidad de toma de decisiones		
T8 - Compromiso ético		
T12 - Capacidad de razonamiento crítico		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
No existen datos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	20	26.6
Estudio personal	25.8	0
Preparación de trabajos	13.3	0
Clases prácticas	5	6.7
Trabajo en grupo	5	6.7
Evaluación	3	4
Tutorías	2.5	3.3
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Clases prácticas: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		



SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	70.0	70.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	30.0	30.0
5.5 NIVEL 1: MODULO 2: MEDIOS PUBLICITARIOS		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: MATERIA 1 PLANIFICACIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
	6	6
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Planificación e investigación de medios publicitarios		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No



FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Planificación publicitaria en medios no convencionales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Contenidos.</p> <p>Planificación e investigación de medios publicitarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Planificación publicitaria en medios no convencionales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de comunicación <i>below the line</i>. • Técnicas virales. <i>Buzz marketing</i>. • Marketing de guerrillas. El <i>Placemarketing</i>. • Generación de eventos. • Publicidad en telefonía móvil: <i>bluetooth</i>. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:</p> <p>Actividades Formativas:</p> <p>Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (modalidad semipresencial).</p>		



ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	18,3	22	7,3	Estudio personal	40	72	0
Evaluación	10	12	4	Preparación de trabajos	25	45	0
Tutorías	8,3	26	8,6	Laboratorio	20	36	0
TOTAL	100%	120	20%	Aprendizaje virtual	15	87	0
				TOTAL	100%	180	0 %

Metodologías Docentes:

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas

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, etc.

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias.

- Preparación de trabajos

Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

Sistemas de evaluación.

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

Por la diferente naturaleza de las asignaturas y materias que integran este módulo el rango de las ponderaciones para cada uno de los puntos siguientes se encuentra establecido en una horquilla porcentual que detallaremos a continuación.



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

1. **Exámenes teórico-prácticos:** puntuarán de 40-50% sobre la nota final, 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 20-40 % sobre la nota final. 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 10-40 % según la asignatura. 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 auto-evaluación y videoconferencias. La ponderación sobre la nota final será de un 10 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar

CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.



CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
T3 - Capacidad de organización y planificación		
T6 - Capacidad de gestión de la información		
T9 - Capacidad para trabajar en equipo		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
D5 - Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios		
D7 - Comprensión y análisis de los procesos de investigación de audiencias		
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		
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		
P20 - Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas		
P34 - Capacidad para delegar funciones en los diferentes componentes del equipo		
P37 - Diseñar y ejecutar un proyecto de investigación que contribuya a la producción de conocimientos en Publicidad y Relaciones Públicas		
A3 - Ajustarse a los límites de su competencia profesional		
A5 - Manifiestar respeto, valoración y sensibilidad ante el trabajo de los demás		
A6 - Desarrollar la capacidad para organizar y dirigir		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	56	18.6
Estudio personal	72	0
Preparación de trabajos	45	0
Laboratorio	36	0
Aprendizaje virtual	27	0
Clases prácticas	22	7.3
Trabajo en grupo	20	6.6
Evaluación	12	4
Tutorías	10	3.3
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		



Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Laboratorio: Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Clases prácticas: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	50.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	40.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	10.0	40.0
NIVEL 2: MATERIA 2: Nuevos soportes para la publicidad		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Publicidad y entretenimiento audiovisual		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		



CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL																																																
Obligatoria	6	Cuatrimestral																																																
DESPLIEGUE TEMPORAL																																																		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3																																																
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6																																																
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9																																																
	6																																																	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12																																																
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE																																																		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA																																																
Sí	No	No																																																
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS																																																
No	No	No																																																
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS																																																
No	No	No																																																
ITALIANO	OTRAS																																																	
No	No																																																	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE																																																		
5.5.1.3 CONTENIDOS																																																		
<p>Publicidad y entretenimiento audiovisual</p> <ul style="list-style-type: none"> - El <i>product placement</i>. - 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 																																																		
5.5.1.4 OBSERVACIONES																																																		
<p>PARA LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL:</p> <p>Actividades formativas.</p> <p>Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (modalidad semipresencial).</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%</th> <th>% ECTS</th> <th>Horas</th> <th>% presencialidad</th> <th>ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%</th> <th>% ECTS</th> <th>Horas</th> <th>% presencialidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Clases prácticas</td> <td>36,6</td> <td>11</td> <td>7,3</td> <td>Estudio personal</td> <td>30</td> <td>36</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Evaluación</td> <td>13,3</td> <td>4</td> <td>2,6</td> <td>Preparación de trabajos</td> <td>30</td> <td>36</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Tutorías</td> <td>50</td> <td>15</td> <td>10</td> <td>Laboratorio</td> <td>11,6</td> <td>14</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>100%</td> <td>30</td> <td>20 %</td> <td>Aprendizaje virtual</td> <td>28,3</td> <td>34</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>TOTAL</td> <td>100%</td> <td>120</td> <td>0 %</td> </tr> </tbody> </table>			ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad	Clases prácticas	36,6	11	7,3	Estudio personal	30	36	0	Evaluación	13,3	4	2,6	Preparación de trabajos	30	36	0	Tutorías	50	15	10	Laboratorio	11,6	14	0	TOTAL	100%	30	20 %	Aprendizaje virtual	28,3	34	0					TOTAL	100%	120	0 %
ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad																																											
Clases prácticas	36,6	11	7,3	Estudio personal	30	36	0																																											
Evaluación	13,3	4	2,6	Preparación de trabajos	30	36	0																																											
Tutorías	50	15	10	Laboratorio	11,6	14	0																																											
TOTAL	100%	30	20 %	Aprendizaje virtual	28,3	34	0																																											
				TOTAL	100%	120	0 %																																											



ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas

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, etc.

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias.

- Preparación de trabajos

Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

Sistemas de evaluación modalidad semipresencial

Por la diferente naturaleza de las asignaturas y materias que integran este módulo el rango de las ponderaciones para cada uno de los puntos siguientes se encuentra establecido en una horquilla porcentual que detallaremos a continuación.

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

1. Exámenes teórico-prácticos: puntuarán de 40-50% sobre la nota final, 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 20-40 % sobre la nota final. 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.



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 10-40 % según la asignatura. 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 auto-evaluación y videoconferencias. La ponderación sobre la nota final será de un 10 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar

CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

5.5.1.5.2 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
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
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
D1 - Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas
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
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
D21 - Conocimiento de las herramientas informáticas aplicadas a la planificación de medios
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
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
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
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 - Manifiestar 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		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	30	20
Estudio personal	36	0
Preparación de trabajos	36	0
Laboratorio	14	0
Aprendizaje virtual	4	0
Clases prácticas	11	7.3
Trabajo en grupo	10	6.6
Evaluación	4	2.6
Tutorías	5	3.3
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Laboratorio: Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Clases prácticas: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	50.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	40.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	10.0	40.0
5.5 NIVEL 1: MÓDULO 3: TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN.		



5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: MATERIA 1 TECNOLOGÍA DE LOS MEDIOS IMPRESOS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Tecnología I: medios impresos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Tecnología I: medios impresos</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 mapa de bits.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

PARA LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL, LAS ACTIVIDADES FORMATIVAS, LAS METODOLOGÍAS DOCENTES Y LOS SISTEMAS DE EVALUACIÓN SON LOS QUE SIGUEN

Actividades formativas.

Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (**modalidad semipresencial**).

ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	66,6	20	13,4	Estudio personal	16,7	20	0
Evaluación	16,7	5	3,3	Preparación de trabajos	16,7	20	0
Tutorías	16,7	5	3,3	Laboratorio	41,6	50	0
TOTAL	100%	30	20%	Aprendizaje virtual	25	30	0
				TOTAL	100%	120	0%

Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas

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, etc.

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.

- Aprendizaje virtual



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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).



CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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		
CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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		
CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua		
CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.		
CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.		
CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar		
CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas		
T7 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio		
T11 - Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar		
T17 - Capacidad para el aprendizaje autónomo		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
D12 - Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación		
D29 - Conocimiento y aplicación de las tecnologías y de los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información		
D38 - Conocimiento de la imagen espacial y de las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como audiovisual		
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		
P27 - Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia		
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora		
A3 - Ajustarse a los límites de su competencia profesional		
A4 - Colaborar y cooperar con otros profesionales		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD



Exposición teórica	15	10
Estudio personal	20	0
Preparación de trabajos	20	0
Laboratorio	50	0
Clases prácticas	35	23.4
Evaluación	5	3.3
Tutorías	5	3.3
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Laboratorio: Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.		
Clases prácticas: 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.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0
NIVEL 2: MATERIA 2 TECNOLOGÍA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No



FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS																								
No	No	No																								
ITALIANO	OTRAS																									
No	No																									
NIVEL 3: Tecnología II: medios audiovisuales																										
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3																										
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL																								
Obligatoria	6	Cuatrimstral																								
DESPLIEGUE TEMPORAL																										
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3																								
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6																								
6																										
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9																								
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12																								
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE																										
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA																								
Sí	No	No																								
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS																								
No	No	No																								
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS																								
No	No	No																								
ITALIANO	OTRAS																									
No	No																									
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE																										
5.5.1.3 CONTENIDOS																										
<p>Tecnología II: medios audiovisuales</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. 																										
5.5.1.4 OBSERVACIONES																										
<p>PARA LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL:</p> <p>Actividades formativas.</p> <p>Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (modalidad semipresencial).</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%</th> <th>% ECTS</th> <th>Horas</th> <th>% presencialidad</th> <th>ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%</th> <th>% ECTS</th> <th>Horas</th> <th>% presencialidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Clases prácticas</td> <td>66,6</td> <td>20</td> <td>13,4</td> <td>Estudio personal</td> <td>16,7</td> <td>20</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Evaluación</td> <td>16,7</td> <td>5</td> <td>3,3</td> <td>Preparación de trabajos</td> <td>16,7</td> <td>20</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>			ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad	Clases prácticas	66,6	20	13,4	Estudio personal	16,7	20	0	Evaluación	16,7	5	3,3	Preparación de trabajos	16,7	20	0
ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad																			
Clases prácticas	66,6	20	13,4	Estudio personal	16,7	20	0																			
Evaluación	16,7	5	3,3	Preparación de trabajos	16,7	20	0																			



Tutorías	16,7	5	3,3	Laboratorio	41,6	50	0
TOTAL	100%	30	20%	Aprendizaje virtual	25	30	0
				TOTAL	100%	120	0%

Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas

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, etc.

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

Sistemas de evaluación.

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 auto-evaluación 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 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar

CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.



CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
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		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
D29 - Conocimiento y aplicación de las tecnologías y de los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información		
D32 - Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases		
D34 - Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases		
D37 - Conocimiento teórico-práctico y aplicación de las tecnologías aplicadas a los medios de comunicación audiovisuales		
P11 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas		
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		
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora		
A4 - Colaborar y cooperar con otros profesionales		
A5 - Manifestar respeto, valoración y sensibilidad ante el trabajo de los demás		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	15	10
Estudio personal	20	0
Preparación de trabajos	20	0
Laboratorio	50	0
Clases prácticas	35	23.4
Evaluación	5	3.3
Tutorías	5	3.3
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Laboratorio: Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.		



Clases prácticas: 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.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0
NIVEL 2: MATERIA 3 TECNOLOGÍA MULTIMEDIA		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Tecnología III: multimedia interactiva		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Tecnología III: multimedia interactiva

- 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

5.5.1.4 OBSERVACIONES

DATOS PARA LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

Actividades formativas.

Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (**modalidad semipresencial**).

ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	66,6	20	13,4	Estudio personal	16,7	20	0
Evaluación	16,7	5	3,3	Preparación de trabajos	16,7	20	0
Tutorías	16,7	5	3,3	Laboratorio	41,6	50	0
TOTAL	100%	30	20%	Aprendizaje virtual	25	30	0
				TOTAL	100%	120	0%

Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas

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, etc.

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.



- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

Sistemas de evaluación.

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 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar

CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T6 - Capacidad de gestión de la información

T7 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio

T17 - Capacidad para el aprendizaje autónomo



5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
D29 - Conocimiento y aplicación de las tecnologías y de los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información		
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		
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	15	10
Estudio personal	20	0
Preparación de trabajos	20	0
Laboratorio	50	0
Clases prácticas	35	23.4
Evaluación	5	3.3
Tutorías	5	3.3
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Laboratorio: Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.		
Clases prácticas: 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.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0
5.5 NIVEL 1: MÓDULO 13: OPTATIVIDAD		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: ASPECTOS LEGALES DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6



ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: ASPECTOS LEGALES DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Empresa pública, democracia, publicidad y medios de comunicación.</p> <p>Significado y alcance del derecho de la publicidad</p> <p>La publicidad y los derechos fundamentales</p> <p>El derecho y los derechos frente a la publicidad engañosa</p> <p>La publicidad encubierta</p>		



Competencia empresarial y publicidad desleal
 La publicidad comparativa
 La represión de la publicidad ilícita
 Vínculos contractuales entre los profesionales y las agencias y empresas publicitarias

5.5.1.4 OBSERVACIONES

De las cuatro asignaturas ofertadas en este módulo el alumno tendrá que elegir 2.
 Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:
 Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (**modalidad semipresencial**).

ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Evaluación	13,3	4	2,7	Estudio personal	50	60	0
				Preparación de trabajos	41,7	50	0
Tutorías	86,7	26	17,3	Aprendizaje virtual	8,3	10	0
TOTAL*	100%	30	20%	TOTAL	100%	120	0%

Metodologías docentes

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias.

- Preparación de trabajos

Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados ala resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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:

1. Claridad en la exposición de los conceptos teóricos exigidos
2. Forma en que se plantea el ejercicio que se debe desarrollar
3. Resolución correcta del ejercicio

1. **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:

1. Calidad y profundidad de los contenidos, así como los resultados y las conclusiones extraídas.
2. Medios empleados y fuentes bibliográficas consultadas para su elaboración
3. Formato, presentación, estructura y legibilidad de los documentos

1. **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:

1. Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
2. Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
3. Calidad del producto obtenido

1. **Participación del estudiante**

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de auto-evaluación 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%

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar



CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
T1 - Capacidad de toma de decisiones		
T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas		
T6 - Capacidad de gestión de la información		
T8 - Compromiso ético		
T11 - Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar		
T12 - Capacidad de razonamiento crítico		
T13 - Reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad		
T15 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones		
T16 - Capacidad de desarrollo del criterio informativo		
T18 - Capacidad de iniciativa y de espíritu emprendedor		
T19 - Capacidad de liderazgo		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
D13 - Conocimiento de la ética y deontología profesional de la publicidad y de las relaciones públicas así como de su ordenamiento jurídico		
D19 - Conocimiento del ordenamiento jurídico de la comunicación publicitaria y de RR.PP.		
D22 - Estudio teórico y práctico del uso de los medios convencionales y no convencionales en la difusión de la comunicación persuasiva		
P16 - Capacidad y habilidad para reflexionar sobre los procesos de patrocinio de los productos audiovisuales de entretenimiento		
P33 - Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea		
A3 - Ajustarse a los límites de su competencia profesional		
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.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	25	16.7
Estudio personal	40	0
Preparación de trabajos	40	0
Aprendizaje virtual	10	0
Trabajo en grupo	25	16.7
Evaluación	4	2.6



Tutorías	6	4
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0
NIVEL 2: Historia de la publicidad y las relaciones públicas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Historia de la publicidad y las relaciones públicas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		



CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL																																				
Optativa	6																																					
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE																																						
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA																																				
Sí	No	No																																				
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS																																				
No	No	No																																				
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS																																				
No	No	No																																				
ITALIANO	OTRAS																																					
No	No																																					
LISTADO DE MENCIONES																																						
No existen datos																																						
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE																																						
5.5.1.3 CONTENIDOS																																						
<p>El inicio de la publicidad moderna: la agencia.</p> <p>El auge del cartelismo</p> <p>Desarrollo de la publicidad</p> <p>La Edad de oro de la publicidad</p> <p>Las relaciones públicas</p>																																						
5.5.1.4 OBSERVACIONES																																						
<p>De las cuatro asignaturas ofertadas en este módulo el alumno tendrá que elegir 2.</p> <p>Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:</p> <p>Actividades formativas.</p> <p>Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (modalidad semipresencial).</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%</th> <th>% ECTS</th> <th>Horas</th> <th>% presencialidad</th> <th>ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%</th> <th>% ECTS</th> <th>Horas</th> <th>% presencialidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Evaluación</td> <td rowspan="2">13,3</td> <td rowspan="2">4</td> <td rowspan="2">2,7</td> <td>Estudio personal</td> <td>50</td> <td>60</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Preparación de trabajos</td> <td>41,7</td> <td>50</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Tutorías</td> <td>86,7</td> <td>26</td> <td>17,3</td> <td>Aprendizaje virtual</td> <td>8,3</td> <td>10</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>TOTAL*</td> <td>100%</td> <td>30</td> <td>20%</td> <td>TOTAL</td> <td>100%</td> <td>120</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Metodologías docentes</p> <p>Actividades presenciales (modalidad semipresencial)</p>			ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad	Evaluación	13,3	4	2,7	Estudio personal	50	60	0	Preparación de trabajos	41,7	50	0	Tutorías	86,7	26	17,3	Aprendizaje virtual	8,3	10	0	TOTAL*	100%	30	20%	TOTAL	100%	120	0%
ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad																															
Evaluación	13,3	4	2,7	Estudio personal	50	60	0																															
				Preparación de trabajos	41,7	50	0																															
Tutorías	86,7	26	17,3	Aprendizaje virtual	8,3	10	0																															
TOTAL*	100%	30	20%	TOTAL	100%	120	0%																															



- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias.

- Preparación de trabajos

Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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:

- 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 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:

- Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden)
- Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados
- 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%
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.
CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).
CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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
CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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
CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua
CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.
CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.
CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar
CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
T4 - Capacidad de análisis y síntesis
T5 - Comunicación oral y escrita en la lengua nativa
T9 - Capacidad para trabajar en equipo
T11 - Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar
T12 - Capacidad de razonamiento crítico
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS



D1 - Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas		
D6 - Estudio de los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias		
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		
D31 - Conocimiento y evolución histórica de las modalidades y tradiciones periodísticas		
D40 - Conocimiento de los modelos literarios y estéticos aplicados a la comunicación persuasiva y publicirrelacionista		
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		
P18 - Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados		
P20 - Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas		
P37 - Diseñar y ejecutar un proyecto de investigación que contribuya a la producción de conocimientos en Publicidad y Relaciones Públicas		
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora		
A3 - Ajustarse a los límites de su competencia profesional		
A5 - Manifestar respeto, valoración y sensibilidad ante el trabajo de los demás		
A7 - Trabajar con responsabilidad y afán de servicio		
A8 - Valorar la dignidad humana		
A12 - Trabajar con responsabilidad y mantener una actitud crítica y científica		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	25	16.7
Estudio personal	40	0
Preparación de trabajos	40	0
Aprendizaje virtual	10	0
Trabajo en grupo	25	16.7
Evaluación	4	2.6
Tutorías	6	4
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0



Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0
NIVEL 2: Publicidad interactiva		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Publicidad interactiva		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		



No existen datos

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Introducción: Marketing y Publicidad, Planificación.

Marketing Online: Plan de Marketing para Internet, SEO, SEM y banners, Google AdWords, Facebook Ads, etc.; Indicadores clave de Rendimiento; Usabilidad Web; Accesibilidad Web; Conversión, Posicionamiento natural en buscadores.

Anunciarse en Internet: formatos publicitarios en Internet, e-mail marketing, Redes Sociales.

Análítica Web: Análisis de tráfico web, Google Analytics.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

De las cuatro asignaturas ofertadas en este módulo el alumno tendrá que elegir 2.

Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:

Actividades formativas.

Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (**modalidad semipresencial**).

ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Evaluación	13,3	4	2,7	Estudio personal	50	60	0,0
				Preparación de trabajos	41,7	50	0,0
Tutorías	86,7	26	17,3	Aprendizaje virtual	8,3	10	0,0
TOTAL*	100%	30	20%	TOTAL	100%	120	0%

Metodologías docentes

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias.

- Preparación de trabajos

Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados ala resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Aprendizaje virtual



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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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%

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).



CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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
CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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
CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua
CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.
CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.
CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar
CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
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
T18 - Capacidad de iniciativa y de espíritu emprendedor
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
D1 - Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas
D5 - Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios
D9 - Conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria
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
D23 - Conocimiento de las aplicaciones publicitarias multimedia en soportes interactivos
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
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
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora



A2 - Manifiestar y desarrollar un alto grado de autoconocimiento		
A3 - Ajustarse a los límites de su competencia profesional		
A4 - Colaborar y cooperar con otros profesionales		
A5 - Manifiestar 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		
A9 - Reconocer y respetar las normas éticas y deontológicas		
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		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	26	17.3
Estudio personal	45	0
Preparación de trabajos	35	0
Aprendizaje virtual	10	0
Trabajo en grupo	24	16
Evaluación	4	2.7
Tutorías	6	4
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0
NIVEL 2: Investigación de targets		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3



ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Investigación de targets		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>La investigación de Targets y las Fuentes de información.</p> <p>Técnicas de recogida de información.</p> <p>La aplicación del muestro a la investigación de targets.</p> <p>Diseño de cuestionarios para la captación de información rigurosa.</p>		



Tipos de análisis en investigación de targets: Codificación y explotación de datos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

De las cuatro asignaturas ofertadas en este módulo el alumno tendrá que elegir 2.

Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:

Actividades formativas.

Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (**modalidad semipresencial**).

ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Evaluación	13,3	4	2,7	Estudio personal	50	60	0
				Preparación de trabajos	41,7	50	0
Tutorías	86,7	26	17,3	Aprendizaje virtual	8,3	10	0
TOTAL*	100%	30	20%	TOTAL	100%	120	0%

Metodologías docentes

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias.

- Preparación de trabajos

Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados ala resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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 auto-evaluación 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%

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.



CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.
CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar
CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 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
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
T19 - Capacidad de liderazgo
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
D1 - Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas
D4 - Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación publicitaria
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
D29 - Conocimiento y aplicación de las tecnologías y de los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información
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
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
P17 - Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa
P18 - Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados



P20 - Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas		
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		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	25	16.7
Estudio personal	40	0
Preparación de trabajos	40	0
Aprendizaje virtual	10	0
Trabajo en grupo	25	16.7
Evaluación	4	2.6
Tutorías	6	4
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0
5.5 NIVEL 1: MÓDULO 4: LEGISLACIÓN Y EMPRESA PUBLICITARIA		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: DEONTOLOGÍA Y AUTORREGULACIÓN PROFESIONAL		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Derecho
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6



		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Deontología y legislación de la comunicación		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ul style="list-style-type: none"> • 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 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:</p> <p>Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (modalidad semipresencial).</p>		



ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Evaluación	16,7	5	3,3	Estudio personal	33,3	40	0
Tutorías	83,3	25	16,7	Preparación de trabajos	25	30	0
TOTAL	100%	30	20%	Aprendizaje virtual	41,7	50	0
				TOTAL	100%	120	0%

Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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 auto-evaluación 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 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar

CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio



CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
T1 - Capacidad de toma de decisiones		
T3 - Capacidad de organización y planificación		
T4 - Capacidad de análisis y síntesis		
T6 - Capacidad de gestión de la información		
T9 - Capacidad para trabajar en equipo		
T12 - Capacidad de razonamiento crítico		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
D5 - Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios		
D11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios		
D19 - Conocimiento del ordenamiento jurídico de la comunicación publicitaria y de RR.PP.		
D21 - Conocimiento de las herramientas informáticas aplicadas a la planificación de medios		
P26 - Capacidad para analizar relatos audiovisuales		
P37 - Diseñar y ejecutar un proyecto de investigación que contribuya a la producción de conocimientos en Publicidad y Relaciones Públicas		
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora		
A4 - Colaborar y cooperar con otros profesionales		
A7 - Trabajar con responsabilidad y afán de servicio		
A9 - Reconocer y respetar las normas éticas y deontológicas		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	25	16.7
Estudio personal	40	0
Preparación de trabajos	30	0
Aprendizaje virtual	20	0
Trabajo en grupo	20	13.3
Evaluación	5	3.3
Tutorías	10	6.7
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		



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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	50.0	50.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	40.0	40.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	10.0	10.0
NIVEL 2: ASPECTOS EMPRESARIALES DE LA COMUNICACIÓN		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	10,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
4,5		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estructura de las industrias comunicativas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Organización empresarial de la publicidad y las relaciones públicas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4,5	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
4,5		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Estructura de las industrias comunicativas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructura de las Industrias comunicativas en España: marco empresarial. • Los grupos multimedia en España. • Empresa de comunicación, audiencias y anunciantes. <p>Organización empresarial de la publicidad y las relaciones públicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • La figura del Director de cuentas. • El planner estratégico. • Formas jurídicas de empresa publicitaria. • Estructura de una Agencia de Publicidad. • Marco empresarial de los gabinetes de comunicación. • Tipología de las Agencias publicitarias y de relaciones públicas. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:</p> <p>Actividades formativas.</p> <p>Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (modalidad semipresencial).</p>		



ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Evaluación	19	10	3,8	Estudio personal	38,1	80	0
Tutorías	81	42,5	16,2	Preparación de trabajos	23,8	50	0
TOTAL	100%	52,5	20%	Aprendizaje virtual	38,1	80	0
				TOTAL	100%	210	0%

Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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 auto-evaluación 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 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar

CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio



CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 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
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
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
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
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.
D5 - Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios
D17 - Conocimiento y análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas
D32 - Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases
D34 - Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases
P1 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de la atención al cliente de la agencia
P4 - Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia
P33 - Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea
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		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	50	19.1
Estudio personal	80	0
Preparación de trabajos	50	0
Aprendizaje virtual	27.5	0
Trabajo en grupo	30	11.4
Evaluación	10	3.8
Tutorías	15	5.7
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	50.0	50.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	40.0	40.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	10.0	10.0
5.5 NIVEL 1: MÓDULO 5: LENGUAJE Y EXPRESIVIDAD		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: LENGUAJE Y EXPRESIVIDAD ESCRITA		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6	6	12
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6



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



GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Reportajes y entrevistas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Gestión y exposición de trabajos académicos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	



No	No
----	----

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Lengua

- 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.

Redacción periodística

- 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.

Reportajes y entrevistas

- 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.

Gestión y exposición de trabajos académicos

- 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.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:

Actividades formativas.

Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (**modalidad semipresencial**).

ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	58,3	70	11,7	Estudio personal	19,8	95	
Evaluación	16,7	20	3,3	Preparación de trabajos	39,6	190	
Tutorías	25	30	5				
TOTAL	100%	120	20%	Aprendizaje virtual	40,6	195	



	TOTAL	100%	480	0%
<p>Metodologías docentes.</p> <p>Actividades presenciales (modalidad semipresencial)</p> <p>- <u>Clases prácticas</u></p> <p>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.</p> <p>- <u>Evaluación</u></p> <p>Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.</p> <p>- <u>Tutorías</u></p> <p>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.</p> <p>Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)</p> <p>- <u>Estudio personal</u></p> <p>Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.</p> <p>- <u>Preparación de trabajos</u></p> <p>Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.</p> <p>- <u>Aprendizaje virtual</u></p> <p>Actividades de aprendizaje virtual, tanto independientemente como a través de la herramienta <i>¿campus virtual¿</i> 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.</p> <p>Principales herramientas del Campus Virtual:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 y 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. <p>Sistemas de evaluación modalidad semipresencial</p> <p>La evaluación se realizará por asignaturas. Y constará de los siguientes puntos:</p> <p>1. Exámenes teórico-prácticos: puntuarán de 0 a 10, y en ellos se valorará:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. <p>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:</p>				



- 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 auto-evaluación 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 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar

CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado



CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 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		
T16 - Capacidad de desarrollo del criterio informativo		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
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		
D14 - Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación		
D28 - Conocimiento de los procesos informativos y comunicativos		
D30 - Conocimiento del uso correcto oral y escrito de la lengua		
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		
P7 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje		
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		
P23 - Capacidad y habilidad para gestionar técnicas y procesos de producción y difusión en la organización de la producción		
P22 - Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos		
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		
A11 - Avanzar en el desarrollo personal desde la reflexión y el conocimiento de los fundamentos humanísticos de la cultura occidental		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD



Exposición teórica	80	13.3
Estudio personal	95	0
Preparación de trabajos	190	0
Aprendizaje virtual	75	0
Clases prácticas	85	14.2
Trabajo en grupo	15	2.5
Evaluación	20	3.3
Tutorías	40	6.7
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Clases prácticas: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	50.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	40.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	10.0	40.0
NIVEL 2: LENGUAJE Y EXPRESIVIDAD ORAL		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA



Sí	No	No																
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS																
No	No	No																
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS																
No	No	No																
ITALIANO	OTRAS																	
No	No																	
NIVEL 3: Comunicación Oral																		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3																		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL																
Básica	6	Cuatrimestral																
DESPLIEGUE TEMPORAL																		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3																
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6																
6																		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9																
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12																
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE																		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA																
Sí	No	No																
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS																
No	No	No																
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS																
No	No	No																
ITALIANO	OTRAS																	
No	No																	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE																		
5.5.1.3 CONTENIDOS																		
<ul style="list-style-type: none"> • 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 																		
5.5.1.4 OBSERVACIONES																		
<p>Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:</p> <p>Actividades formativas.</p> <p>Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (modalidad semipresencial).</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%</th> <th>% ECTS</th> <th>Horas</th> <th>% presencialidad</th> <th>ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%</th> <th>% ECTS</th> <th>Horas</th> <th>% presencialidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad								
ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad											



Clases prácticas	66,8	20	13,4	Estudio personal	25	30	0
Evaluación	16,6	5	3,3	Preparación de trabajos	33,3	40	0
Tutorías	16,6	5	3,3				
TOTAL	100%	30	20%	Aprendizaje virtual	41,7	50	0
				TOTAL	100%	120	0%

Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas

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.

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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 auto-evaluación 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 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar

CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio



CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
T10 - Habilidades en las relaciones interpersonales		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
D20 - Conocimiento del comportamiento humano y social		
D30 - Conocimiento del uso correcto oral y escrito de la lengua		
P2 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa		
P7 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje		
P17 - Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa		
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora		
A7 - Trabajar con responsabilidad y afán de servicio		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	10	6.7
Estudio personal	30	0
Preparación de trabajos	40	0
Aprendizaje virtual	20	0
Clases prácticas	30	20
Trabajo en grupo	5	3.3
Evaluación	5	3.3
Tutorías	10	6.7
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Clases prácticas: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	50.0



Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	40.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	10.0	40.0
5.5 NIVEL 1: MÓDULO 6: AUDIOVISUAL APLICADO A LA PUBLICIDAD		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: TÉCNICAS DE CREACIÓN AUDIOVISUAL		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
	12	6
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Fundamentos de la comunicación audiovisual		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



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



5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Fundamentos de la comunicación 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.

Narrativa audiovisual

- 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

Redacción audiovisual

- Principios básicos para la confección de guiones radiofónicos y audiovisuales.
- El montaje radiofónico.
- Conceptos básicos y tipología de la programación audiovisual y radiofónica.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:

Actividades formativas.

Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (**modalidad semipresencial**).

ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	50	45	10	Estudio personal	26,4	95	0
Evaluación	15,5	14	3,1	Preparación de trabajos	29,2	105	0
Tutorías	34,5	31	6,9	Laboratorio	12,5	45	0
TOTAL	100%	90	20%	Aprendizaje virtual	31,9	115	0
				TOTAL	100%	360	0%

Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas

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.

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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:

- 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:

- 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 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:

- Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden).
- Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados.
- 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:

- Exámenes teórico-prácticos: 40 %.



2.- Trabajos y exposiciones: 10 %.
3.- Prácticas: 40 %.
4.- Participación del estudiante: 10 %.
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.
CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).
CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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
CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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
CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua
CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.
CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.
CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar
CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 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
T9 - Capacidad para trabajar en equipo
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS



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		
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		
D39 - Conocimiento de la planificación sonora y de las representaciones acústicas del espacio		
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		
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		
P21 - Capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales publicitarias		
P25 - Capacidad para escribir con fluidez textos, escaletas o guiones en los campos de la ficción televisiva		
P26 - Capacidad para analizar relatos audiovisuales		
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora		
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		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	70	15.5
Estudio personal	95	0
Preparación de trabajos	105	0
Laboratorio	45	0
Aprendizaje virtual	25	0
Clases prácticas	50	11.1
Trabajo en grupo	20	4.5
Evaluación	14	3.1
Tutorías	26	5.8
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Laboratorio: Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Clases prácticas: 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.		



Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0
NIVEL 2: ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Producción audiovisual		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA



Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Producción audiovisual

- 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.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:

Actividades formativas.

Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (**modalidad semipresencial**).

ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	66,6	20	13,4	Estudio personal	25	30	0
Evaluación	16,7	5	3,3	Preparación de trabajos	25	30	0
Tutorías	16,7	5	3,3	Laboratorio	16,7	20	0
TOTAL	100%	30	20%	Aprendizaje virtual	33,3	40	0
				TOTAL	100%	120	0%

Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas

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.

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal



Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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:

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 %.



5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.
CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).
CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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
CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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
CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua
CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.
CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.
CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar
CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
T3 - Capacidad de organización y planificación
T7 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
D2 - Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas 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
D37 - Conocimiento teórico-práctico y aplicación de las tecnologías aplicadas a los medios de comunicación audiovisuales
P6 - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación



P23 - Capacidad y habilidad para gestionar técnicas y procesos de producción y difusión en la organización de la producción		
P25 - Capacidad para escribir con fluidez textos, escaletas o guiones en los campos de la ficción televisiva		
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		
P22 - Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos		
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora		
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		
A8 - Valorar la dignidad humana		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	10	6.7
Estudio personal	30	0
Preparación de trabajos	30	0
Laboratorio	20	0
Aprendizaje virtual	10	0
Clases prácticas	40	26.7
Evaluación	5	3.3
Tutorías	5	3.3
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Laboratorio: Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Clases prácticas: 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.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0



5.5 NIVEL 1: MÓDULO 7: TEORÍA Y TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Publicidad y Relaciones Públicas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estrategias de la comunicación publicitaria		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL



Obligatoria	6	Cuatrimestral																																
DESPLIEGUE TEMPORAL																																		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3																																
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6																																
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9																																
6																																		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12																																
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE																																		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA																																
Sí	No	No																																
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS																																
No	No	No																																
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS																																
No	No	No																																
ITALIANO	OTRAS																																	
No	No																																	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE																																		
5.5.1.3 CONTENIDOS																																		
<p>Publicidad y Relaciones Públicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <i>below the line</i>. • El receptor: el público objetivo. • Factores condicionantes del comportamiento del consumidor. <p>Estrategias de la comunicación publicitaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación estratégica de la publicidad. • La estrategia de Medios. • La estrategia creativa. 																																		
5.5.1.4 OBSERVACIONES																																		
<p>Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:</p> <p>Actividades formativas.</p> <p>Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (modalidad semipresencial).</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%</th> <th>% ECTS</th> <th>Horas</th> <th>% presencialidad</th> <th>ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%</th> <th>% ECTS</th> <th>Horas</th> <th>% presencialidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Clases prácticas</td> <td>31,7</td> <td>19</td> <td>6,3</td> <td>Estudio personal</td> <td>39,6</td> <td>95</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Evaluación</td> <td>13,3</td> <td>8</td> <td>2,7</td> <td>Preparación de trabajos</td> <td>20,8</td> <td>50</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tutorías</td> <td>55</td> <td>33</td> <td>11</td> <td>Laboratorio</td> <td>10,4</td> <td>25</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad	Clases prácticas	31,7	19	6,3	Estudio personal	39,6	95		Evaluación	13,3	8	2,7	Preparación de trabajos	20,8	50		Tutorías	55	33	11	Laboratorio	10,4	25	
ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad																											
Clases prácticas	31,7	19	6,3	Estudio personal	39,6	95																												
Evaluación	13,3	8	2,7	Preparación de trabajos	20,8	50																												
Tutorías	55	33	11	Laboratorio	10,4	25																												



TOTAL	100%	60	20%	Aprendizaje virtual	29,2	70	0
				TOTAL	100%	240	0%

Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas

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.

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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.

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 auto-evaluación y videoconferencias.

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

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

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar

CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética



CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 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
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
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.
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
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
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
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
D20 - Conocimiento del comportamiento humano y social
P3 - Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación
P6 - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación



P7 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje		
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		
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		
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora		
A4 - Colaborar y cooperar con otros profesionales		
A12 - Trabajar con responsabilidad y mantener una actitud crítica y científica		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	65	21.7
Estudio personal	95	0
Preparación de trabajos	50	0
Laboratorio	25	0
Aprendizaje virtual	10	0
Clases prácticas	19	6.3
Trabajo en grupo	23	7.7
Evaluación	8	2.7
Tutorías	5	1.6
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Laboratorio: Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Clases prácticas: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0



Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0
NIVEL 2: COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
	6	6
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Marketing aplicado a la comunicación		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



NIVEL 3: Gestión de la comunicación y de la imagen		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimstral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Marketing aplicado a la comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. <p>Gestión de la comunicación y de la imagen</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:</p> <p>Actividades formativas.</p> <p>Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (modalidad semipresencial).</p>		



ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	22,5	13,5	4,5	Estudio personal	27,1	65	0
Evaluación	15	9	3	Preparación de trabajos	27,1	65	0
Tutorías	62,5	37,5	12,5	Laboratorio	10,4	25	0
TOTAL	100%	60	20%	Aprendizaje virtual	35,4	85	0
				TOTAL	100%	240	0%

Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas

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.

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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:

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.

Participación del estudiante

La participación del estudiante basada en asistencia a tutorías, intervención en Chat, foros/debates y otras herramientas virtuales ejercicios de auto-evaluación 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 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar



CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 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
T8 - Compromiso ético
T9 - Capacidad para trabajar en equipo
T10 - Habilidades en las relaciones interpersonales
T12 - Capacidad de razonamiento crítico
T15 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones
T17 - Capacidad para el aprendizaje autónomo
T19 - Capacidad de liderazgo
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
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.
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
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
D20 - Conocimiento del comportamiento humano y social
D25 - Conocer el proceso de planificación estratégica de productos de entretenimiento audiovisual con especial atención al cine, las series y programas de televisión
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
P6 - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación



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		
P17 - Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa		
P20 - Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas		
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		
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora		
A2 - Manifestar y desarrollar un alto grado de autoconocimiento		
A4 - Colaborar y cooperar con otros profesionales		
A5 - Manifestar respeto, valoración y sensibilidad ante el trabajo de los demás		
A7 - Trabajar con responsabilidad y afán de servicio		
A12 - Trabajar con responsabilidad y mantener una actitud crítica y científica		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	50	16.7
Estudio personal	65	0
Preparación de trabajos	65	0
Laboratorio	25	0
Aprendizaje virtual	25	0
Clases prácticas	13.5	4.5
Trabajo en grupo	35	11.6
Evaluación	9	3
Tutorías	12.5	4.2
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Laboratorio: Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Clases prácticas: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0



Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0
5.5 NIVEL 1: MÓDULO 8: TEORÍA Y TÉCNICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Producción y organización de eventos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimstral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No



ITALIANO		OTRAS	
No		No	
NIVEL 3: Relaciones públicas estratégicas			
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3			
CARÁCTER		ECTS ASIGNATURA	
Obligatoria		6	
DESPLIEGUE TEMPORAL			
ECTS Cuatrimestral 1		ECTS Cuatrimestral 2	
ECTS Cuatrimestral 4		ECTS Cuatrimestral 5	
ECTS Cuatrimestral 7		ECTS Cuatrimestral 8	
		6	
ECTS Cuatrimestral 10		ECTS Cuatrimestral 11	
		ECTS Cuatrimestral 12	
LINGÜAS EN LAS QUE SE IMPARTE			
CASTELLANO		CATALÁN	
Sí		No	
GALLEGO		VALENCIANO	
No		No	
FRANCÉS		ALEMÁN	
No		No	
ITALIANO		OTRAS	
No		No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE			
5.5.1.3 CONTENIDOS			
<p>Producción y organización de eventos</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Relaciones públicas estratégicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición y contextualización de las RR.PP. • Estructura contemporánea de las RR.PP. • Técnicas de generación de información en las organizaciones. • Modelos conductuales de las RR.PP. • El programa de RR.PP y el Plan de Comunicación. • El ciudadano corporativo y las RR.PP. • La responsabilidad social corporativa. • Planificación estratégica de las RR.PP. • El papel estratégico de las RR.PP y la reputación corporativa. 			
5.5.1.4 OBSERVACIONES			
<p>Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:</p> <p>Actividades formativas.</p> <p>Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (modalidad semipresencial).</p>			



ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	46,7	28	9,3	Estudio personal	29,2	70	0
Evaluación	13,3	8	2,7	Preparación de trabajos	20,8	50	0
Tutorías	40	24	8	Laboratorio	20,8	50	0
TOTAL	100%	60	20%	Aprendizaje virtual	29,2	70	0
				TOTAL	100%	240	0%

Metodologías docentes

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas

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.

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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:

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 auto-evaluación 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 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar



CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
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
T15 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones
T19 - Capacidad de liderazgo
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
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
D20 - Conocimiento del comportamiento humano y social
D22 - Estudio teórico y práctico del uso de los medios convencionales y no convencionales en la difusión de la comunicación persuasiva
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
P7 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje
P9 - Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa
P17 - Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa
P18 - Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados
P20 - Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas
P29 - Capacidad para aplicar técnicas y procesos de producción en la organización de eventos culturales
P22 - Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora
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



5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	50	16.7
Estudio personal	70	0
Preparación de trabajos	50	0
Laboratorio	50	0
Aprendizaje virtual	10	0
Clases prácticas	28	9.3
Trabajo en grupo	30	10
Evaluación	8	2.7
Tutorías	4	1.3
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Laboratorio: Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Clases prácticas: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0
5.5 NIVEL 1: MÓDULO 9: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: PROCESOS CREATIVOS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Psicología
ECTS NIVEL2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3



12		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Creatividad en comunicación		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Inteligencia emocional y psicología de la comunicación		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12



LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Creatividad en comunicación

- 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.

Inteligencia emocional y psicología de la comunicación

- 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.
- Habilidades sociales y manejo de las relaciones.
- La empatía como proceso puramente emocional.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:

Actividades formativas.

Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (**modalidad semipresencial**).

ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	41,7	25	8,3	Estudio personal	33,3	80	0
Evaluación	13,3	8	2,7	Preparación de trabajos	29,2	70	0
Tutorías	45	27	9	Aprendizaje virtual	37,5	90	0
TOTAL	100%	60	20%	TOTAL	100%	240	0%

Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas



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.

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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:

- 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 documento.

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.

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 %.
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.
CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).
CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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
CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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
CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua
CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.
CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.
CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar
CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
T1 - Capacidad de toma de decisiones
T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas
T3 - Capacidad de organización y planificación
T10 - Habilidades en las relaciones interpersonales
T17 - Capacidad para el aprendizaje autónomo
T18 - Capacidad de iniciativa y de espíritu emprendedor



T19 - Capacidad de liderazgo		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
D9 - Conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria		
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		
D20 - Conocimiento del comportamiento humano y social		
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		
P10 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa		
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		
P35 - Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieren recursos humanos y de cualquier otra naturaleza		
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora		
A2 - Manifestar y desarrollar un alto grado de autoconocimiento		
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		
A12 - Trabajar con responsabilidad y mantener una actitud crítica y científica		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	45	15
Estudio personal	80	0
Preparación de trabajos	70	0
Aprendizaje virtual	30	0
Clases prácticas	25	8.3
Trabajo en grupo	30	10
Evaluación	8	2.7
Tutorías	12	4
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Clases prácticas: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		



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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0
NIVEL 2: ELABORACIÓN DEL MENSAJE		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	10,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
4,5		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Lenguaje publicitario		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Dirección de arte y redacción publicitaria		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4,5	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
4,5		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Lenguaje publicitario</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Dirección de arte y redacción publicitaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <i>copy</i>. • Cómo empezar a escribir. • Cómo escribir un <i>copy</i> para un folleto. • Cómo escribir un <i>copy</i> para un spot. • Técnicas y consejos para escribir. • Cómo escribir un <i>copy</i> para una cuña. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:</p> <p>Actividades formativas.</p>		



Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (**modalidad semipresencial**).

ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	77,2	40,5	15,4	Estudio personal	26,2	55	0
Evaluación	11,4	6	2,3	Preparación de trabajos	33,3	70	0
Tutorías	11,4	6	2,3	Laboratorio	9,5	20	0
TOTAL	100%	52,5	20%	Aprendizaje virtual	31	65	0
				TOTAL	100%	210	0%

Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas

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.

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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 auto-evaluación 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 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar



CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 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
T7 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
T11 - Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar
T12 - Capacidad de razonamiento crítico
T14 - Motivación hacia la calidad
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
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
D20 - Conocimiento del comportamiento humano y social
D30 - Conocimiento del uso correcto oral y escrito de la lengua
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
D40 - Conocimiento de los modelos literarios y estéticos aplicados a la comunicación persuasiva y publicirrelacionista
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
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		
P27 - Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia		
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora		
A4 - Colaborar y cooperar con otros profesionales		
A5 - Manifestar respeto, valoración y sensibilidad ante el trabajo de los demás		
A8 - Valorar la dignidad humana		
A12 - Trabajar con responsabilidad y mantener una actitud crítica y científica		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	30	11.4
Estudio personal	55	0
Preparación de trabajos	70	0
Laboratorio	20	0
Aprendizaje virtual	12.5	0
Clases prácticas	54	20.6
Evaluación	8	3
Tutorías	13	5
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Laboratorio: Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Clases prácticas: 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.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0
5.5 NIVEL 1: MÓDULO 10: INTERACCIÓN DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL		



5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: INTERACCIÓN SOCIOPOLÍTICA		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Sociología
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Ciencia Política
ECTS NIVEL2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Sociología de la comunicación		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estructura de las instituciones políticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		



CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL																																				
Básica	6	Cuatrimestral																																				
DESPLIEGUE TEMPORAL																																						
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3																																				
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6																																				
6																																						
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9																																				
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12																																				
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE																																						
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA																																				
Sí	No	No																																				
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS																																				
No	No	No																																				
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS																																				
No	No	No																																				
ITALIANO	OTRAS																																					
No	No																																					
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE																																						
5.5.1.3 CONTENIDOS																																						
<p>Sociología de la comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. <p>Estructura de las instituciones políticas</p> <ul style="list-style-type: none"> Sociología, política e historia: introducción a tres ciencias. Evolución histórica del pensamiento político. El poder político y su división. Regímenes políticos La sociedad internacional en la segunda mitad del siglo XX. 																																						
5.5.1.4 OBSERVACIONES																																						
<p>Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:</p> <p>Actividades formativas.</p> <p>Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (modalidad semipresencial).</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%</th> <th>% ECTS</th> <th>Horas</th> <th>% presencialidad</th> <th>ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%</th> <th>% ECTS</th> <th>Horas</th> <th>% presencialidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Evaluación</td> <td rowspan="2">16,7</td> <td rowspan="2">10</td> <td rowspan="2">3,3</td> <td>Estudio personal</td> <td>33,3</td> <td>80</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Preparación de trabajos</td> <td>25</td> <td>60</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Tutorías</td> <td>83,3</td> <td>50</td> <td>16,7</td> <td>Aprendizaje virtual</td> <td>41,7</td> <td>100</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>100%</td> <td>60</td> <td>20%</td> <td>TOTAL</td> <td>100%</td> <td>240</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>			ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad	Evaluación	16,7	10	3,3	Estudio personal	33,3	80	0	Preparación de trabajos	25	60	0	Tutorías	83,3	50	16,7	Aprendizaje virtual	41,7	100	0	TOTAL	100%	60	20%	TOTAL	100%	240	0%
ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad																															
Evaluación	16,7	10	3,3	Estudio personal	33,3	80	0																															
				Preparación de trabajos	25	60	0																															
Tutorías	83,3	50	16,7	Aprendizaje virtual	41,7	100	0																															
TOTAL	100%	60	20%	TOTAL	100%	240	0%																															



Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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:

- 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 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:

- Proceso de ejecución de la práctica (planificación, orden).
- Adecuación del resultado de la práctica con los objetivos planteados.
- 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 auto-evaluación 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 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar

CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T4 - Capacidad de análisis y síntesis

T8 - Compromiso ético

T9 - Capacidad para trabajar en equipo



T12 - Capacidad de razonamiento crítico		
T13 - Reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad		
T15 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones		
T16 - Capacidad de desarrollo del criterio informativo		
T17 - Capacidad para el aprendizaje autónomo		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
D7 - Comprensión y análisis de los procesos de investigación de audiencias		
D14 - Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación		
D20 - Conocimiento del comportamiento humano y social		
D24 - Conocer la relación que existe entre publicidad, audiencia y entretenimiento audiovisual		
D28 - Conocimiento de los procesos informativos y comunicativos		
D30 - Conocimiento del uso correcto oral y escrito de la lengua		
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		
P20 - Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas		
P33 - Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea		
P37 - Diseñar y ejecutar un proyecto de investigación que contribuya a la producción de conocimientos en Publicidad y Relaciones Públicas		
A1 - Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora		
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		
A12 - Trabajar con responsabilidad y mantener una actitud crítica y científica		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	50	16.7
Estudio personal	80	0
Preparación de trabajos	60	0
Aprendizaje virtual	40	0
Trabajo en grupo	40	13.3
Evaluación	10	3.3
Tutorías	20	6.7
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		



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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	50.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	40.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	10.0	40.0
NIVEL 2: INTERACCIÓN ARTÍSTICA		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
	6	6
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Comunicación y arte gráfico		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estética y ficción en comunicación		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Comunicación y arte gráfico</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Estética y ficción en comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Influencia de las vanguardias artísticas en los procesos de comunicación. • Aportación de la literatura social a la comunicación persuasiva. • Técnicas narrativas: de la tradición a la vanguardia. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:</p>		



Actividades formativas.

Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (**modalidad semipresencial**).

ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	43,3	26	8,7	Estudio personal	33,3	80	0
Evaluación	13,4	8	2,6	Preparación de trabajos	25	60	0
Tutorías	43,3	26	8,7	Laboratorio	4,2	10	0
TOTAL	100%	60	20%	Aprendizaje virtual	37,5	90	0
				TOTAL	100%	240	0%

Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas

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.

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor.

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.



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 auto-evaluación 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 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.
CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar
CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 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
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
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



D20 - Conocimiento del comportamiento humano y social
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
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
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
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
P11 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas
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
P33 - Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea
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
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
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
P22 - Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos
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
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



P31 - Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	60	20
Estudio personal	80	0
Preparación de trabajos	60	0
Laboratorio	10	0
Aprendizaje virtual	30	0
Clases prácticas	26	8.7
Trabajo en grupo	15	5
Evaluación	8	2.7
Tutorías	11	3.6
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Laboratorio: Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Clases prácticas: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	50.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	40.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	10.0	40.0
5.5 NIVEL 1: MÓDULO 11: PRODUCTO PUBLICITARIO		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: EJECUCIÓN DE PROYECTOS PUBLICITARIOS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	9	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3



ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
4,5	4,5	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Taller de publicidad audiovisual		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4,5	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
4,5		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Taller de producción publicitaria impresa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4,5	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	4,5	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12



LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Taller de publicidad audiovisual

- 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.

Taller de producción publicitaria impresa

- 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.
- Montaje y postproducción
- Sonido.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:

Actividades formativas.

Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (**modalidad semipresencial**).

ACTIVIDADES PRESENCIALES 20%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 80%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Clases prácticas	66,7	30	13,3	Estudio personal		20	0
Evaluación	22,2	10	4,5	Preparación de trabajos		60	0
				Laboratorio		50	0
Tutorías	11,1	5	2,2	Aprendizaje virtual		50	0
TOTAL	100%	45	20%	TOTAL	100%	180	0%



Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

- Clases prácticas

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

- Evaluación

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- 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.

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

- Estudio personal

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Preparación de trabajos

Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.

- Laboratorio

Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado: plató, salas de edición, aulas de informática, laboratorio de fotografía sin tutela del profesor

- Aprendizaje virtual

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.

Principales herramientas del Campus Virtual:

- 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 y 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.

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:

- 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 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:

- 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 auto-evaluación 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 %.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar

CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES



T1 - Capacidad de toma de decisiones		
T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas		
T3 - Capacidad de organización y planificación		
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		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
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		
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		
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		
P21 - Capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales publicitarias		
P23 - Capacidad y habilidad para gestionar técnicas y procesos de producción y difusión en la organización de la producción		
P27 - Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia		
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		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición teórica	10	4.4
Estudio personal	20	0
Preparación de trabajos	60	0
Laboratorio	50	0
Aprendizaje virtual	5	0
Clases prácticas	30	13.4
Trabajo en grupo	30	13.4



Evaluación	10	4.4
Tutorías	10	4.4
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición teórica: Exposición en clase, mediante presentación o explicación, por parte del profesor.		
Estudio personal: Sesiones de estudio individual del alumno para trabajar los contenidos de carácter teórico de las diferentes materias		
Preparación de trabajos: Tiempo dedicado por el alumno a la elaboración de los materiales destinados a la resolución de pruebas escritas, orales, prácticas, etc. utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
Laboratorio: Actividades desarrolladas en espacios específicos con equipamiento especializado como el plató de televisión, el estudio de radio, las salas de edición, las aulas de informática, el laboratorio de fotografía, etc. en las que el alumno desarrolla las actividades de índole más técnica de las prácticas y los trabajos en grupo sin la presencia de un docente que tutele el trabajo.		
Aprendizaje virtual: 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.		
Clases prácticas: 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.		
Trabajo en grupo: Sesiones de trabajo en las que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.		
Evaluación: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación del progreso del estudiante.		
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.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes teórico-prácticos	40.0	40.0
Trabajos y exposiciones: Podrán ser individuales o en grupo y tendrán un carácter teórico.	20.0	20.0
Prácticas: Los ejercicios prácticos podrán ser individuales o en grupo. Tendrán un carácter exclusivamente práctico	40.0	40.0
5.5 NIVEL 1: MÓDULO 12: TRABAJO FIN DE GRADO		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: TRABAJO FIN DE GRADO		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
6		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	



No	No																																								
LISTADO DE MENCIONES																																									
No existen datos																																									
NIVEL 3: Trabajo fin de grado																																									
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3																																									
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA																																								
Trabajo Fin de Grado / Máster	6																																								
DESPLIEGUE TEMPORAL																																									
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2																																								
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5																																								
6																																									
Lenguas en las que se imparte																																									
CASTELLANO	CATALÁN																																								
Sí	No																																								
GALLEGO	VALENCIANO																																								
No	No																																								
FRANCÉS	ALEMÁN																																								
No	No																																								
ITALIANO	OTRAS																																								
No	No																																								
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE																																									
5.5.1.3 CONTENIDOS																																									
<p>El Trabajo de Fin de Grado consiste en la planificación, desarrollo y elaboración de un proyecto de investigación en el ámbito de la Publicidad y las Relaciones Públicas. Con la finalidad de que el alumno oriente de forma adecuada su trabajo de investigación, deberá asistir a un seminario en el que se trabajarán los siguientes aspectos: la identificación de objetivos de un estudio, las técnicas de búsqueda de fuentes, el modo de proceder a la revisión de teorías y planteamiento del marco de referencia; los diferentes métodos de investigación y elección del más apropiado; el diseño de la estructura y desarrollo de la investigación, así como las técnicas de presentación oral del Trabajo fin de Grado. El alumno se enfrentará a la ejecución del trabajo de investigación con la ayuda y asesoramiento del director de TFG y a un seminario en el que se trabajará la exposición oral de su trabajo.</p>																																									
5.5.1.4 OBSERVACIONES																																									
<p>Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:</p> <p>Actividades formativas.</p> <p>Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (modalidad semipresencial).</p>																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ACTIVIDADES PRESENCIALES 50%</th> <th>% ECTS</th> <th>Horas</th> <th>% presencialidad</th> <th>ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 50%</th> <th>% ECTS</th> <th>Horas</th> <th>% presencialidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Taller de trabajo en grupos</td> <td>48</td> <td>36</td> <td>24</td> <td>Preparación de trabajos</td> <td>66,7</td> <td>50</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Exposición de trabajo en grupo</td> <td>1,4</td> <td>1</td> <td>0,7</td> <td>Búsqueda de documentación</td> <td>33,3</td> <td>25</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Tutorías</td> <td>50,6</td> <td>38</td> <td>25,3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>100%</td> <td>75</td> <td>50%</td> <td>TOTAL</td> <td>100%</td> <td>75</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	ACTIVIDADES PRESENCIALES 50%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 50%	% ECTS	Horas	% presencialidad	Taller de trabajo en grupos	48	36	24	Preparación de trabajos	66,7	50	0	Exposición de trabajo en grupo	1,4	1	0,7	Búsqueda de documentación	33,3	25	0	Tutorías	50,6	38	25,3					TOTAL	100%	75	50%	TOTAL	100%	75	0%	
ACTIVIDADES PRESENCIALES 50%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 50%	% ECTS	Horas	% presencialidad																																		
Taller de trabajo en grupos	48	36	24	Preparación de trabajos	66,7	50	0																																		
Exposición de trabajo en grupo	1,4	1	0,7	Búsqueda de documentación	33,3	25	0																																		
Tutorías	50,6	38	25,3																																						
TOTAL	100%	75	50%	TOTAL	100%	75	0%																																		



Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

Taller de trabajo en grupos

Sesión supervisada en la que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.

Exposición de trabajo en grupo

Exposición de ejercicios asignados a un grupo de estudiantes que necesita de trabajo cooperativo

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

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

Preparación de trabajos

Búsqueda de documentación

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 auto-evaluación y videoconferencias.

En el caso particular de este módulo el rango de ponderaciones es:

- Desarrollo del trabajo: 50%
- Exposición y defensa: 50%

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).



CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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
CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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
CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua
CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.
CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.
CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar
CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 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
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
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
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
P33 - Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea
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
P22 - Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos
P32 - Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena



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		
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		
P31 - Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Preparación de trabajos (Específicas para el Módulo de Trabajo Fin de Grado)	62.5	0
Búsqueda de documentación (Específicas para el Módulo de Trabajo Fin de Grado)	42.5	0
Seminarios (Específica para el Módulo de Trabajo Fin de Grado)	10	100
Tutorías (Específica para el Módulo de Trabajo Fin de Grado)	35	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Preparación de trabajos (Específicas para el Módulo de Trabajo Fin de Grado). Planificación, desarrollo y elaboración del mismo adecuándose al cronograma de actividades propuesto por el Grado.		
Búsqueda de documentación (Específicas para el Módulo de Trabajo Fin de Grado)		
Seminarios (Específicas para el Módulo de Trabajo Fin de Grado): conjunto de actividades docentes y/o seminarios metodológicos relacionados con la elaboración del trabajo.		
Tutorías (Específicas para el Módulo de Trabajo Fin de Grado): 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		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación del trabajo tutelado [Específica para el Módulo de Trabajo Fin de Grado (TFG)]	80.0	80.0
Seminarios. Específico para el Módulo de Trabajo Fin de Grado (TFG)	20.0	20.0
5.5 NIVEL 1: MÓDULO 14: PRACTICUM		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: PRÁCTICAS EN EMPRESA		



5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
6		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Prácticas en empresa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Prácticas Externas	6	Anual
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
6		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>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.</p> <p>Su realización y características se establecerán mediante el oportuno convenio.</p> <p>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.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Los datos sobre Actividades Formativas, Metodologías Docentes y Sistemas de evaluación de la modalidad semipresencial son las que siguen:</p> <p>Actividades formativas</p>		



Tabla de % de las actividades formativas distinguiendo la dedicación presencial y no presencial de la materia (**modalidad semipresencial**).

ACTIVIDADES PRESENCIALES 93,3%	% ECTS	Horas	% presencialidad	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES 6,7%	% ECTS	Horas	% presencialidad
Seminarios y tutorías	7,1	10	6,7	Estudio personal del alumno y preparación de la memoria de prácticas	7,1	10	0
Trabajos en empresas del sector	92,9	130	86,6				
TOTAL	100%	140	93,3%	TOTAL	100%	10	0%

Metodologías docentes.

Actividades presenciales (modalidad semipresencial)

Taller de trabajo en grupos

Sesión supervisada en la que los estudiantes trabajan para la consecución de un objetivo común.

Exposición de trabajo en grupo

Exposición de ejercicios asignados a un grupo de estudiantes que necesita de trabajo cooperativo

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

Actividades no presenciales (modalidad semipresencial)

Preparación de trabajos

Búsqueda de documentación

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

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 auto-evaluación y videoconferencias.

En el caso particular de este módulo el rango de ponderaciones es:
- Desarrollo del trabajo: 50%

- Exposición y defensa: 50%

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG6 - Que los estudiantes estén capacitados para 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.

CG4 - Que los estudiantes aprendan 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).

CG9 - Que los estudiantes estén iniciados 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

CG7 - Que los estudiantes aprendan a adecuar 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

CG8 - Que los estudiantes reconozcan los procesos de trabajo en el ámbito profesional siempre con criterios de adaptación al entorno y de innovación continua

CG5 - Que los estudiantes sepan usar 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.

CG2 - Que los estudiantes alcancen una instrucción 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.

CG1 - Que los estudiantes adquieran una formación en Ciencias Sociales, Humanidades, y Ciencia y Tecnología que les pueda proporcionar una competencia contextual básica de orden transdisciplinar

CG3 - Que los estudiantes conozcan las bases del diseño y la 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.

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

5.5.1.5.2 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
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
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
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



P33 - Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea		
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		
P22 - Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos		
P32 - Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena		
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		
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		
P31 - Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Trabajos en empresas (Específicas para el Módulo Practicum)	130	86.6
Estudio personal del alumno y preparación de la memoria de prácticas (Específicas para el Módulo Practicum)	10	0
Seminarios y tutorías (Específicas para el Módulo Practicum)	10	6.7
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Trabajos en empresas (Específicas para el Módulo Practicum): 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.		



Estudio personal y preparación de la memoria de prácticas (Específicas para el Módulo Practicum)		
Seminarios y tutorías (Específicas para el Módulo Practicum): Orientación para la selección, ejecución y evaluación de las prácticas. Para este fin, la Universidad designará un profesor-tutor para cada alumno.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Desarrollo del trabajo tutelado [Específica para el Módulo Practicum (Prácticas en Empresa)]	50.0	50.0
Exposición y defensa de la memoria [Específicas para el Módulo Practicum (Prácticas en Empresa)]	50.0	50.0



6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Católica San Antonio	Profesor colaborador Licenciado	6.3	0	,6
Universidad Católica San Antonio	Ayudante Doctor	50	100	60
Universidad Católica San Antonio	Ayudante	37.5	0	38,4
Universidad Católica San Antonio	Catedrático de Universidad	6.3	100	1
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

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

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
40	15	85
CODIGO	TASA	VALOR %
1	Tasa de rendimiento	80
2	tasa de éxito	85
3	Índice de no presentados	10
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>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.</p> <p>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 (UAel); 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 UAel, 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.</p> <p>Los informes que se generan en la UAel 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.</p> <p>Los datos que se gestionan en la UAel 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.</p> <p>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:</p> <p>Rendimiento Eficiencia</p> <p>Éxito Abandono</p> <p>Graduación Asistencia del profesor</p> <p>No-presentados Asistencia a clase del alumno</p>		



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. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://ucam.edu/servicios/calidad/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic-de-la-universidad
---------------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2008

Ver Apartado 10: Anexo 1.

10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

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	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		
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	Reportalismo	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 COMUNICACIÓN PERSUASIVA	Fundamentos de la comunicación persuasiva	Publicidad y Relaciones Públicas	6	Publicidad y relaciones públicas	12 (T)	
		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	Optatividad	Optativa 1	4,5			
		Optativa 2	4,5			
PRACTICUM	Prácticas Externas	Prácticas Externas	6			

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN



CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
3042000-30013360	Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas-Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
52808342C	Pablo Salvador	Blesa	Aledo
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avda. de los Jerónimos, s/n Guadalupe (Murcia)	30107	Murcia	Murcia
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
pblesa@ucam.edu	699084965	968278600	Decano de la Facultad de Comunicación

11.2 REPRESENTANTE LEGAL

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
22894000F	JOSE LUIS	MENDOZA	PÉREZ
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Campus de los Jerónimos, s/n, Guadalupe	30107	Murcia	Murcia
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
mruiz@ucam.edu	618958544	968278715	Presidente

11.3 SOLICITANTE

El responsable del título es también el solicitante

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
52808342C	Pablo Salvador	Blesa	Aledo
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avda. de los Jerónimos, s/n Guadalupe (Murcia)	30107	Murcia	Murcia
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
pblesa@ucam.edu	699084965	968278600	Decano de la Facultad de Comunicación



Apartado 2: Anexo 1

Nombre :PLANTILLA INFORME ALEGA_MODIFICA_PUB.pdf

HASH SHA1 :C0991BF527D494FB7A0B4941FF5A3E64173A8AF5

Código CSV :380563807228718707928270

Ver Fichero: PLANTILLA INFORME ALEGA_MODIFICA_PUB.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre :SISTEMA DE INFORM PREVIO.pdf

HASH SHA1 :BA01F2754664CE7A6579135BFB9690BD1EC12696

Código CSV :118027036359989668240793

Ver Fichero: SISTEMA DE INFORM PREVIO.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre :Punto_5.1actualizado060514.pdf

HASH SHA1 :A1E4CA624485EF288602D4B018CACDABDB208CF4

Código CSV :134680038762214516395947

Ver Fichero: Punto_5.1actualizado060514.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre :pUNTO6_Memoria Grado_Publicidad.pdf

HASH SHA1 :F89D5877B2DF53ABC77E0EADB96452D832F02B7A

Código CSV :121046907085735900839557

Ver Fichero: pUNTO6_Memoria Grado_Publicidad.pdf



Apartado 6: Anexo 2

Nombre :6.2 Otros recursos humanos.pdf

HASH SHA1 :A38A7A5F8299DD92FAEF346BEBA374997D00CD33

Código CSV :118427699475939368870297

Ver Fichero: 6.2 Otros recursos humanos.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre : _PUNTO7+CONVENIO CARM_RECO_ECTS-1.pdf

HASH SHA1 :0420C4DD9CA5B38EF0F88C18C446EB70498241CF

Código CSV :374053106634426957050875

Ver Fichero: _PUNTO7+CONVENIO CARM_RECO_ECTS-1.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre :8.1 Justificación Publicidad.pdf

HASH SHA1 :C834B2DCED9880E93A1B0C863C6C6BE5AAA3325A

Código CSV :374282368446481498126853

Ver Fichero: 8.1 Justificación Publicidad.pdf



Apartado 10: Anexo 1

Nombre :10.1 Cronograma.pdf

HASH SHA1 :48B2C762AB9FF22321B09A56D9EBE430E98A261B

Código CSV :118441525010217513776517

Ver Fichero: 10.1 Cronograma.pdf



