

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 de Murcia | | Facultad de Comunicación y Documentación | 30011430 |
| NIVEL | | DENOMINACIÓN CORTA | |
| Grado | | Publicidad y Relaciones Públicas | |
| DENOMINACIÓN ESPECÍFICA | | | |
| Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Murcia | | | |
| RAMA DE CONOCIMIENTO | | CONJUNTO | |
| Ciencias Sociales y Jurídicas | | No | |
| HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS | | NORMA HABILITACIÓN | |
| No | | | |
| SOLICITANTE | | | |
| NOMBRE Y APELLIDOS | | CARGO | |
| PEDRO ANTONIO HELLÍN ORTUÑO | | DECANO FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN | |
| Tipo Documento | | Número Documento | |
| NIF | | 34796665B | |
| REPRESENTANTE LEGAL | | | |
| NOMBRE Y APELLIDOS | | CARGO | |
| SONIA MADRID CANOVAS | | VICERRECTORA DE ESTUDIOS | |
| Tipo Documento | | Número Documento | |
| NIF | | 48392224V | |
| RESPONSABLE DEL TÍTULO | | | |
| NOMBRE Y APELLIDOS | | CARGO | |
| PEDRO ANTONIO HELLÍN ORTUÑO | | DECANO FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN | |
| Tipo Documento | | Número Documento | |
| NIF | | 34796665B | |
| 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 |
| AVDA. TENIENTE FLORESTA Nº 5 | | 30003 | Murcia |
| E-MAIL | | PROVINCIA | TELÉFONO |
| vicestudios@um.es | | Murcia | 600595628 |
| | | | FAX |
| | | | 968363506 |



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 15 de marzo de 2019 |
| | 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 de Murcia | 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 de Murcia

LISTADO DE UNIVERSIDADES

| CÓDIGO | UNIVERSIDAD |
|--------|-----------------------|
| 012 | Universidad de Murcia |

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 | 9 |
| CRÉDITOS OPTATIVOS | CRÉDITOS OBLIGATORIOS | CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER |
| 18 | 147 | 6 |

LISTADO DE MENCIONES

| MENCIÓN | CRÉDITOS OPTATIVOS |
|------------------|--------------------|
| No existen datos | |

1.3. Universidad de Murcia

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

| LISTADO DE CENTROS | |
|--------------------|--|
| CÓDIGO | CENTRO |
| 30011430 | Facultad de Comunicación y Documentación |

1.3.2. Facultad de Comunicación y Documentación

1.3.2.1. Datos asociados al centro

| TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO | | |
|---|--------------------------|-------------------------|
| PRESENCIAL | SEMPRESENCIAL | A DISTANCIA |
| Sí | No | No |
| PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS | | |
| PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN | SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN | TERCER AÑO IMPLANTACIÓN |
| 85 | 85 | 85 |
| CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN | TIEMPO COMPLETO | |
| 85 | ECTS MATRÍCULA MÍNIMA | ECTS MATRÍCULA MÁXIMA |



| | | |
|---|------------------------------|------------------------------|
| PRIMER AÑO | 36.0 | 72.0 |
| RESTO DE AÑOS | 36.0 | 72.0 |
| TIEMPO PARCIAL | | |
| | ECTS MATRÍCULA MÍNIMA | ECTS MATRÍCULA MÁXIMA |
| PRIMER AÑO | 18.0 | 36.0 |
| RESTO DE AÑOS | 18.0 | 36.0 |
| NORMAS DE PERMANENCIA | | |
| http://www.um.es/web/estudios/contenido/normativa/permanencia | | |
| 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 |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. |
| CG2 - Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos. |
| CG3 - Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales. |
| CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional. |
| CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional. |
| CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos. |
| CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades. |
| 3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES |
| No existen datos |
| 3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS |
| CE1 - Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas. |
| CE2 - Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación. |
| CE3 - Estudio del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección. En especial de la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa, y de los mercados y de los productos financieros. |
| CE4 - Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación publicitaria: creativos, empresas, instituciones, agencias de publicidad y de RR.PP., medios, soportes y públicos. |
| CE5 - Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios: sus características, tipologías y problemáticas. |
| CE6 - Estudio de los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias. Desarrolla los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, asistir a los operadores que tienen que tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa. |
| CE7 - Análisis e investigación de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria. Compra de los mismos. |
| CE8 - Estudio de los métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones en las áreas de comunicación en general y de publicidad y relaciones públicas, en las empresas e instituciones. |



| |
|---|
| CE9 - Conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria: escuelas, métodos y técnicas. |
| CE10 - Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas. |
| CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa. |
| CE12 - Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación. |
| CE13 - Conocimiento de la ética y deontología profesional de la publicidad y de las relaciones públicas así como de su ordenamiento jurídico, que afecta tanto a la práctica y a la conducta ética que debe presidir el quehacer del profesional. |
| CE14 - Estudio y evolución de los aspectos industriales, sociales y estéticos que inciden en las transformaciones de los elementos, formas y procesos de la comunicación publicitaria. |
| CE15 - Conocimiento y análisis de los procesos psicológicos básicos en la comunicación y en el consumidor y modelos psicológicos específicos desarrollados para la comunicación y la persuasión. |
| CE16 - Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación. |
| CE17 - Conocimiento y estudio de los procesos de marketing y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia, entre otras. |
| CE18 - Conocimiento, análisis y desarrollo de técnicas de comunicación, de investigación motivacional y de evaluación de los efectos psicosociales de la comunicación social. |
| CE19 - Conocimiento de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación publicitaria, de las relaciones públicas y corporativas en la empresa pública y privada. |
| CE20 - Conocimiento y análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas: aspectos jurídicos fiscales y de relaciones laborales. Su relación con el mercado. Financiación y sistemas de información. Conocimiento de la comunicación específica de los mercados y productos financieros. |
| CE21 - Conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas, estudiando la metodología necesaria para analizar el estado corporativo, evaluarlo mediante auditoría y diseñar una estrategia específica. |
| CE22 - Conocimiento del ordenamiento jurídico de la comunicación publicitaria y de RR. PP. Estudio de los principios éticos y de las normas deontológicas de la publicidad y de las relaciones públicas. |
| CE23 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de la atención al cliente de la agencia, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing. |
| CE24 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa. Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos, tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual. |
| CE25 - Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación. |
| CE26 - Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión, y la docencia prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas. |
| CE27 - Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia, analizando las características funcionales de la campaña y su desarrollo operativo. |
| CE28 - Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrolla el departamento de medios de una agencia y en mayor medida las denominadas centrales de medios. |
| CE29 - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes. |
| CE30 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas. |
| CE31 - Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos. |
| CE32 - Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa. |
| CE33 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma. |



CE34 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.

CE35 - Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.

CE36 - Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.

CE37 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.

CE38 - Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.

CE39 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.

CE40 - Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos compatibles e incluso sinérgicos.

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

La titulación no precisa de condiciones o pruebas de acceso especiales. El acceso a las enseñanzas oficiales de **Grado en Publicidad y Relaciones Públicas** por la Universidad de Murcia requerirá estar en posesión del Título de Bachiller o equivalente y la superación de la prueba a que se refiere el artículo 42 de la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades, modificada por la Ley 4/2007, de 12 de abril, sin perjuicio de los demás mecanismos de acceso previstos por la normativa vigente, tal y como indica el artículo 14 del RD 1393/2007 por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. Los únicos requisitos exigibles al estudiante en materia de Procedimientos de Acceso y Admisión son los que la normativa existente exige para acceder a la Universidad. Según la titulación que presente el estudiante se establecen distintos modos de acceso.

El Real Decreto-ley 5/2016, de 9 de diciembre, de medidas urgentes para la ampliación del calendario de implantación de la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, modifica la Disposición final quinta de esa ley en referencia al calendario de implantación, de la siguiente manera:

6. El acceso y admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de grado se realizará de la siguiente forma:

a) Hasta la entrada en vigor de la normativa resultante del Pacto de Estado social y político por la educación, los requisitos de acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado de los alumnos que hayan obtenido el título de Bachiller serán los siguientes:

1) Quienes accedan con anterioridad al curso 2017/18 deberán haber superado la Prueba de Acceso a la Universidad que establecía el artículo 38 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, o las pruebas establecidas en normativas anteriores con objeto similar.

2) Para quienes accedan en el curso 2017-2018 y hasta la entrada en vigor de la normativa resultante del Pacto de Estado social y político por la educación, la calificación obtenida en la prueba que realicen los alumnos que quieran acceder a la universidad a la que se refiere el artículo 36.bis de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, será la media aritmética de las calificaciones numéricas de cada una de las materias generales del bloque de asignaturas troncales y, en su caso, de la materia Lengua Cooficial y Literatura, expresada en una escala de 0 a 10 con dos cifras decimales y redondeada a la centésima. Esta calificación deberá ser igual o superior a 4 puntos, para que pueda ser tenida en cuenta en el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado.
La calificación para el acceso a estudios universitarios de este alumnado se calculará ponderando un 40 por 100 la calificación de la prueba señalada en el párrafo anterior y un 60 por 100 la calificación final de la etapa. Se entenderá que se reúnen los requisitos de acceso cuando el resultado de esta ponderación sea igual o superior a cinco puntos.
La calificación obtenida en cada una de las materias de opción del bloque de asignaturas troncales de la prueba señalada anteriormente podrá ser tenida en cuenta para la admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado cuando tenga lugar un procedimiento de concurrencia competitiva.

Según el Artículo 2.4.b) del Real Decreto-ley 5/2016, de 9 de diciembre podrá presentarse a la evaluación el alumnado que esté en posesión del título de Bachiller, así como los alumnos que se encuentren en alguna de las situaciones contempladas en la disposición adicional tercera del Real Decreto 310/2016, de 29 de julio, que dice lo siguiente:

Las universidades podrán adoptar como procedimiento de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado cualquiera de los previstos en el artículo 10 del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, y entre ellos, la evaluación de conocimientos de determinadas materias relacionadas con las enseñanzas universitarias que pretendan cursarse.

Con objeto de garantizar la objetividad de las pruebas y la utilización eficiente de recursos, las universidades podrán utilizar para esta evaluación la calificación obtenida en las materias correspondientes en la evaluación final de Bachillerato. A estos efectos, los estudiantes en posesión de los títulos establecidos en los artículos 9.1 y 9.2 del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, por el que se establece la normativa básica de los procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, podrán participar en las pruebas de dichas materias en la evaluación final de Bachillerato y obtendrán una certificación oficial de la calificación obtenida.

Siendo esos estudiantes los siguientes:

a) Estudiantes en posesión del título de Bachiller del Sistema Educativo Español o declarado equivalente.

b) Estudiantes que se encuentren en posesión del título de Bachillerato Europeo en virtud de las disposiciones contenidas en el Convenio por el que se establece el Estatuto de las Escuelas Europeas, hecho en Luxemburgo el 21 de junio de 1994; estudiantes que hubieran obtenido el Diploma del Bachillerato Internacional, expedido por la Organización del Bachillerato Internacional, con sede en Ginebra (Suiza), y estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios de Bachillerato o Bachiller procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad, siempre que dichos estudiantes cumplan los requisitos académicos exigidos en sus sistemas educativos para acceder a sus Universidades.

c) Estudiantes en posesión de los títulos oficiales de Técnico Superior de Formación Profesional, de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del Sistema Educativo Español, o en posesión de títulos, diplomas o estudios homologados o declarados equivalentes a dichos títulos, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 4.



d) Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios equivalentes al título de Bachiller del Sistema Educativo Español, procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o los de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad, cuando dichos estudiantes no cumplan los requisitos académicos exigidos en sus sistemas educativos para acceder a sus Universidades.

e) Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios, obtenidos o realizados en sistemas educativos de Estados que no sean miembros de la Unión Europea con los que no se hayan suscrito acuerdos internacionales para el reconocimiento del título de Bachiller en régimen de reciprocidad, homologados o declarados equivalentes al título de Bachiller del Sistema Educativo Español, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 4.

Según el Artículo 3 del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, además tendrán acceso a estudios universitarios oficiales de Grado:

- Personas mayores de veinticinco años que superen la prueba de acceso establecida en este real decreto.
- Personas mayores de cuarenta años con experiencia laboral o profesional en relación con una enseñanza.
- Personas mayores de cuarenta y cinco años que superen la prueba de acceso establecida en este real decreto.
- Estudiantes en posesión de un título universitario oficial de Grado, Máster o título equivalente.
- Estudiantes en posesión de un título universitario oficial de Diplomado universitario, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico, Licenciado, Arquitecto, Ingeniero, correspondientes a la anterior ordenación de las enseñanzas universitarias o título equivalente.
- Estudiantes que hayan cursado estudios universitarios parciales extranjeros o españoles, o que habiendo finalizado los estudios universitarios extranjeros no hayan obtenido su homologación en España y deseen continuar estudios en una universidad española. En este supuesto, será requisito indispensable que la universidad correspondiente les haya reconocido al menos 30 créditos ECTS.
- Estudiantes que estuvieran en condiciones de acceder a la universidad según ordenaciones del Sistema Educativo Español anteriores a la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre.

Cumpliendo lo exigido y estipulado en el punto 3 del artículo 16 (sección 2ª del capítulo 14) del **Real Decreto 412/2014, de 6 de junio**, los mayores de 40 años que deseen ingresar en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas realizarán la prueba de acceso especial de la Universidad de Murcia según su experiencia laboral o profesional. No existen pruebas específicas relativas a este título en cuestión por lo que se **regirán por la normativa general de acceso** que se detalla a continuación.

ESTRUCTURA DE LA PRUEBA

La prueba de acceso a la Universidad de Murcia para las personas mayores de 40 años mediante la acreditación de experiencia laboral y profesional se estructura en dos fases: la fase de valoración de la experiencia y la fase de entrevista personal

Fase de valoración de la experiencia

La valoración de la experiencia laboral y profesional se realizará teniendo en cuenta los siguientes referentes para cada experiencia laboral o profesional acreditada:

1. Afinidad de la experiencia laboral o profesional con la titulación de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas relativa a los criterios de acreditación y ámbito de la experiencia laboral o profesional en relación con la enseñanza.
2. Nivel de competencia, según se establece en el Anexo II.
3. Tiempo de experiencia laboral y profesional.

Se valorará además la acreditación del conocimiento de idiomas mediante certificados oficiales admitidos por la Asociación de Centros de Lenguas en la Enseñanza Superior (ACLES).

Documentación necesaria para la valoración de la experiencia

La documentación acreditativa de la experiencia, que habrá de ser evaluada a los efectos de determinar si la misma habilita al solicitante para el acceso y, en su caso, admisión a unas enseñanzas concretas, será:

1. Certificación de la Tesorería General de la Seguridad Social, del Instituto Social de la Marina, o de la mutualidad a la que estuviera afiliado, o equivalente en el caso de organismos extranjeros, donde conste la empresa, la categoría laboral (grupo de cotización) y el período de contratación.
2. Los respectivos contratos de trabajo y prórroga de los mismos, si procede, que acrediten la experiencia laboral del candidato o, en su caso, nombramiento de la Administración correspondiente.
3. Los trabajadores autónomos, por cuenta propia, o los encuadrados en régimen distinto del Régimen General de la Seguridad Social, deberán aportar Certificación de la Tesorería General de la Seguridad Social o del Instituto Social de la Marina de los períodos de alta en la Seguridad Social en el régimen especial correspondiente y descripción de la actividad desarrollada e intervalo de tiempo en el que se ha realizado. El nivel de competencia corresponderá con lo estipulado en el Anexo II para trabajadores no encuadrados en el Régimen General de la Seguridad Social.
4. Certificados oficiales de nivel de conocimiento de idiomas admitidos por la Asociación de Centros de Lenguas en la Enseñanza Superior (ACLES).
5. Cualquier otra documentación que se establezca en la convocatoria.
6. El tribunal de las pruebas podrá solicitar a los candidatos aclaración sobre los méritos alegados.

Fase de entrevista personal

Los candidatos que obtengan en la fase de valoración de la experiencia una calificación de al menos 5 puntos deberán realizar una entrevista personal en la que el tribunal valorará y apreciará la madurez e idoneidad de cada candidato para seguir con éxito la enseñanza universitaria oficial de Grado solicitada.

De esta entrevista se derivará una calificación de apto o no apto.

Para una información más detallada sobre la prueba, se pueden visitar los siguientes enlaces:



<http://www.um.es/web/vic-estudios/contenido/acceso/mayores-40>

http://www.um.es/documents/877924/952920/Normativa+M40+CG+_aprob+2014-11-21.pdf/89474d57-012e-4228-a8fe-08c13f86c76c

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

Además de lo referido en el apartado 4.1, la Universidad de Murcia cuenta con un **entorno virtual** integrado por las plataformas SUMA (servicios administrativos no docentes) y Aula Virtual basada en el proyecto educativo de software libre SAKAI. Esta última herramienta, accesible en la URL <http://aulavirtual.um.es>, dota a la Universidad de Murcia de un ámbito de comunicación virtual entre alumnado y profesorado, mediante el cual se puede acceder a documentación que cuelga el docente, se pueden hacer preguntas a éste relacionadas con la asignatura, etc.

La Universidad de Murcia aprobó el 6 de julio de 2009 una propuesta de colaboración entre el Centro de Orientación e Información de Empleo (COIE, <http://www.um.es/coie/>) y el Servicio de Atención y a la Diversidad y Voluntariado (ADYV) y las Facultades de esta universidad, en la programación y desarrollo de actividades dentro de los procesos clave del SGC, en cuyo marco se inscriben las acciones de la Facultad de Comunicación y Documentación. Estos servicios de orientación y empleo cuentan con una dilatada experiencia en la organización y puesta en marcha de actuaciones de orientación para universitarios. La orientación se entiende como un proceso en el que se debe definir poco a poco el objetivo profesional, planificando los pasos necesarios para lograr dicho objetivo. Debido a esta condición de proceso, ha de entenderse que la orientación es necesaria en todas las etapas del estudiante universitario. Así se realizan actividades dirigidas a alumnos de primer curso, a alumnos en el ecuador de su carrera y a alumnos de último curso, tanto de orientación académica como de orientación profesional.

Así, la Facultad de Comunicación y Documentación incluye actividades de orientación y formación en las jornadas de acogida de los alumnos de primeros cursos (por ejemplo, o lo que cada Centro realice o tenga previsto realizar). El primer día de clase, los estudiantes de nuevo ingreso reciben la visita de los coordinadores de cada grado, quienes les dan la bienvenida a la facultad y se les presenta la estructura general del centro y las funciones principales que se desarrollan de forma cotidiana. Asimismo, durante la primera o segunda semana, y en colaboración con el Vicerrectorado de Estudiantes y Calidad, se lleva a cabo una jornada de información universitaria, donde se les informa de los servicios que la Universidad de Murcia les proporciona por el hecho de ser estudiantes y de cualquier normativa que les pueda ser de especial interés para el adecuado desarrollo de su vida en el campus.

El **SIU** (Servicio de Información Universitario), junto con el Vicerrectorado que en cada momento asuma las competencias en materia de gestión de títulos universitarios oficiales mantienen a través de la Web de la Universidad, folletos institucionales y diversa información que permiten orientar y reducir las dudas de los estudiantes ya matriculados.

El Grado en Publicidad y Relaciones públicas, además de contar con los procedimientos de acogida y orientación a estudiantes de nuevo ingreso, establecerá un *Plan de Acción Tutorial*. En este plan se contempla que los alumnos tengan un apoyo directo en su proceso de toma de decisiones y el seguimiento continuo a través de la figura del tutor. Los mecanismos básicos del *Plan de Acción Tutorial* desde la entrada en el Grado son: *la tutoría de matrícula*: que consiste en informar, orientar y asesorar al estudiante respecto a todo aquello que es competencia del plan de estudios y el *sistema de apoyo permanente a los estudiantes* una vez matriculados, que consistirá en un seguimiento directo del estudiante durante todos sus estudios de Grado.

Todo el trabajo aquí realizado, así como su continua mejora viene garantizado en el **Sistema de Aseguramiento Interno de la Calidad** de la facultad, y en concreto por los procedimientos documentados PC03 Perfiles de Ingreso, captación, selección y admisión, PC04 Orientación a estudiantes **en los Centros de la UMU**, PC05 Resultados Académicos y PC09 Información pública.

Los sistemas de apoyo y orientación se completan con algunos servicios específicos de la Universidad de Murcia:

1. **C.O.I.E.** Se trata de una oficina universitaria para canalizar la realización de prácticas extracurriculares en empresas (<http://www.um.es/coie/index.php>).
2. **S.A.I.** Servicio de Ayuda a la Investigación.
3. **S.I.D.I.** Servicio de Idiomas. El Servicio de Idiomas de la Universidad de Murcia ofrece a la comunidad universitaria formación lingüística instrumental en varios idiomas. Todos los cursos están enfocados al aprendizaje instrumental de la lengua y la metodología empleada responde a los principios de los enfoques comunicativos (<http://www.um.es/s-idiomas/index.php>).
4. **S.R.I.** Servicio de Relaciones Internacionales. El Servicio de Relaciones Internacionales de la Universidad de Murcia da cobertura a los programas de movilidad internacional de nuestros estudiantes. Actualmente, el alumnado de la Titulación tiene la posibilidad de acogerse al Programa Erasmus Plus o al programa ILA para cursar un cuatrimestre completo en diversas universidades europeas o latinoamericanas respectivamente (<http://www.um.es/web/internacionalizacion/>); asimismo, también lo puede hacer al ISEP (International Student Exchange Program). El programa permite la movilidad de estudiantes de pregrado y posgrado entre la Universidad de Murcia y más de 120 instituciones de los Estados Unidos, incluyendo una oferta que abarca la mayoría de las áreas de estudio.
5. **SICUE** es un programa de movilidad nacional de estudiantes universitarios que permite cursar un cuatrimestre o un año completo en otra universidad española, con garantías de reconocimiento académico y aprovechamiento de los estudios realizados semejantes a los de la Universidad de Murcia (<https://sicue.um.es/sicue/index.jsp>).
6. **ADyV** Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado (<http://www.um.es/adyv/>). Esta oficina supone la oportunidad para el alumnado de resolver problemas relacionados con el aprovechamiento de la oferta docente desde el punto de vista pedagógico y, en el caso de alumnado con necesidades educativas especiales, supone el nexo de mejora de comunicación entre éste y el profesorado, pues se da soporte a los estudiantes con discapacidad física y sensorial que lo soliciten para garantizar la igualdad de condiciones con el resto de estudiantes y su integración en la Universidad de Murcia en todos los aspectos que afectan a la vida académica.
7. **ISEP** (International Student Exchange Program). ISEP es una red de más de 255 universidades repartidas por 39 países de todo el mundo, con 25 años de experiencia en el intercambio de estudiantes universitarios. El programa permite la movilidad de estudiantes de pre y postgrado entre la Universidad de Murcia y más de 120 instituciones de los Estados Unidos, incluyendo una oferta que abarca la mayoría de las áreas de estudio.
8. **Biblioteca Universitaria** (<http://www.um.es/biblio>). Informa de los procesos de uso y préstamo de los fondos bibliográficos y de los distintos servicios de apoyo al autoaprendizaje que ofrece.



9. Otros: Información relativa al Defensor del Universitario (<http://www.um.es/web/defensor/>), Servicio de Actividades Deportivas (SAD, <http://www.um.es/web/deportes/>), CEUM (Consejo de Estudiantes de la Universidad de Murcia, <http://www.um.es/ceum/>).

A continuación incluimos una descripción detallada de los servicios de apoyo más importantes:

1. SERVICIO DE INFORMACIÓN UNIVERSITARIO (SIU)

Misión

El objetivo primordial del Servicio de Información Universitario (S.I.U.) es gestionar y difundir información, con la finalidad de dirigir y orientar al ciudadano respecto de los servicios, centros, departamentos, convocatorias, trámites, empleo, normativa, planes de estudios y actividades de la Universidad, así como de información de convocatorias de organismos oficiales, cursos de verano, fundamental y ampliamente los de la Universidad Internacional del Mar y de manera más general los del resto de universidades españolas. También otras informaciones que si bien no son las que suele generar la universidad de manera directa, si están muy relacionadas con la vida universitaria: vivienda, cultura y ocio.

En general podemos decir que el Servicio de Información Universitario pretende incrementar los flujos informativos entre todos los miembros de nuestra Comunidad Universitaria, así como la difusión de la Universidad de Murcia en nuestro entorno más inmediato, a través no solo de nuestras oficinas de atención al público, sino también con nuestras actuaciones con centros de secundaria y ayuntamientos, redes sociales y por supuesto, la página web de la Universidad de Murcia.

Tareas que realiza

a) Agenda de actividades

La Agenda de actividades de la Universidad de Murcia es el vehículo a través del cual difundimos las actividades de nuestra institución. Da la posibilidad de consultar los eventos en cuatro vistas distintas: día, semana, mes y por tipo de actividad.

b) Gestión web

En los últimos cursos el SIU, tras el rediseño de la web universitaria, ha adaptado la gran mayoría de la web a la nueva versión de su imagen corporativa, dentro del marco del proyecto ARANEO, proyecto cuyo objetivo final es facilitar la autogestión web de las unidades universitarias que lo deseen a través de la implantación masiva del gestor de contenidos LIFERAY.

Una de las tareas incorporadas en los últimos años directamente relacionada con la implantación del proyecto ARANEO es la formación de usuarios en habilidades para la autogestión de sus sitios mediante LIFERAY. Esa actividad estriba en la realización periódica de cursos de formación de nueve horas de duración repartidas en tres días. Ese curso se complementa con la creación de herramientas online de ayuda a estos usuarios y la tele-asistencia telefónica para éstos

c) Promoción de la Universidad

d) Tú Decides

Este es un proyecto para el desarrollo e implementación de una herramienta virtual para la simulación de acciones de reconocimiento de asignaturas y créditos para los traslados de alumnos universitarios entre distintas titulaciones de la Universidad de Murcia. Debido a la gran cantidad de consultas de este tipo que llega al Servicio de Información Universitario, se creó esta herramienta para conseguir solucionar sus dudas, así como implementar una base de datos que sirva para la comunidad universitaria en general. No es una herramienta de reconocimiento oficial, sino meramente orientativa. La disponibilidad de Grados y materias estará sujeta a la entrega de la información para la alimentación del sistema por parte de cada uno de los Centros de la Universidad de Murcia.

e) Listas de distribución

Mediante el servicio de listas de distribución pretendemos acercar a través del correo electrónico las noticias que periódicamente se extraen de diversos medios. Gestionadas por el Servicio de Información Universitario como herramienta de comunicación de noticias y actividades generadas por la Universidad de Murcia y que pueden resultar de interés.

f) Grupos y redes

Encontramos dos grupos, SIOU y Red SIJ:

SIOU: El grupo de trabajo SIOU reúne a técnicos de los Servicios de Información y Orientación de la mayoría de las universidades españolas, con los objetivos de potenciar e identificar los rasgos esenciales los Servicios de Información. El SIU de la Universidad de Murcia, como miembro fundador, pertenece al mismo desde sus inicios, habiendo participado en la organización de dos encuentros de trabajo, así como en su gestión durante dos periodos en el equipo coordinador del mismo.

Red SIJ: La Red de Servicios de Información Juvenil la integran todos aquellos servicios que independientemente de su tipología están reconocidos y censados de una manera oficial. El SIU, como servicio de información universitario, pertenece a la misma. La Red de SIJ de la Región de Murcia tiene los siguientes objetivos: (i) la difusión sistemática y coordinada de una información juvenil amplia y actualizada en la Región; (ii) garantizar que la prestación de los Servicios de Información Juvenil se desarrolla en unas condiciones técnicas adecuadas; (iii) coordinar y aprovechar con eficacia los recursos existentes en relación con la información juvenil.

g) Consultas

Se pueden realizar consultas de forma presencial (en las oficinas de los Campus de La Merced, Espinardo, San Javier y/o Lorca), de forma telefónica, a través del chat o empleando un formulario.

2. SERVICIO DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y VOLUNTARIADO (ADYV)



Pretende dar respuesta a una serie de necesidades de tipo psicológico, de rendimiento académico y de naturaleza familiar y social. También se encarga de buscar soluciones jurídicas a problemas cotidianos relacionados con el ámbito universitario. **Sus cometidos específicos se describen a continuación**

Unidad de Asesoramiento Psicológico

Consulta individual:

ADYV cuenta con un servicio de consulta psicológica individualizado que ofrece a la comunidad universitaria orientación sobre:

1. Asesoramiento psicológico.
2. Intervención en problemas de ansiedad.
3. Desarrollo de habilidades sociales, etc.

Es un servicio que se ofrece exclusivamente a los alumnos, personal docente e investigador (PDI) y personal de administración y servicios (PAS) de la Universidad de Murcia y que no tiene costes económicos.

Cursos para grupos reducidos sobre:

Control de ansiedad ante los exámenes.

Miedo a hablar en público.

Técnicas de relajación.

Fobia social.

Habilidades sociales

Unidad de Asesoramiento Pedagógico

Consulta individual:

ADYV tiene un servicio de asesoramiento pedagógico individualizado al que todos los miembros de la Universidad de Murcia (alumnos, profesores y personal de administración y servicios) pueden acudir sin ningún coste. En el caso de los estudiantes, el objetivo es proporcionar al alumno las habilidades necesarias para poder superar el curso y desarrollar sus capacidades, de manera que pueda abordar con mayores garantías de éxito las situaciones de aprendizaje que se le presentarán a lo largo de su carrera universitaria. Algunos de los temas que se suelen tratar son:

Entrenamiento en técnicas de estudio.

Orientación en preferencias profesionales centrada especialmente en los problemas surgidos a partir de la interrelación entre motivación, intereses y aptitudes.

Orientación vocacional.

Cursos para grupos reducidos de técnicas de estudio y mejora de la memoria para universitarios.

Unidad de Asesoramiento Jurídico

La necesidad de soluciones jurídicas a problemas cotidianos en la vida universitaria se plantea como un reto del Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo. Es por ello que desde ADYV se presta un servicio de asesoramiento jurídico individualizado cuyo objetivo es orientar en todos los problemas de esta índole. Se trata de un servicio gratuito que se ofrece en exclusiva a la comunidad universitaria: alumnos, personal docente e investigador (PDI) y personal de administración y servicios (PAS).

Asesoramiento individualizado:

En consulta individualizada (presencial, a través del sistema de cita previa), vía e-mail o por teléfono se pueden plantear las dudas e interrogantes relacionados con una amplia variedad de temas:

- Resolución de problemas en trámites administrativos.
 - Resolución de problemas propiamente jurídicos sin intervención judicial.
 - Discapacidad - Subvenciones y disposiciones legales.
 - Asesoramiento laboral.
 - Autoempleo
 - Otros temas de interés:
1. Promociones y cooperativas de viviendas para jóvenes.
 2. Ayudas y subvenciones para la adquisición de tu primera vivienda.



3. Plan de Vivienda Municipal.
4. Guía sobre compraventa de viviendas (Ministerio de Justicia).
5. Servicio de Vivienda del Ayuntamiento de Murcia.

Apoyo a proyectos:

Con el objetivo último de ofrecer un servicio de asesoramiento y orientación lo más amplio y completo posible, en ADYV se tramitan diversos proyectos relacionados con la integración socioacadémica del alumnado con discapacidad, apoyo a la mujer, salud comunitaria (tabaquismo, alcohol, nutrición), etc. Desde la Unidad de Asesoramiento Jurídico se brinda un apoyo fundamental en la búsqueda de financiación "tanto pública como privada (instituciones, empresas, fundaciones, etc.)" para el desarrollo de estos proyectos.

Sala de Relajación

ADYV tiene también un servicio de sala de relajación, cuyas características son:

- Libre disposición mediante reserva de puesto
- Seis puestos con sillones anatómicos reclinables.
- Equipo de sonido individual y/o colectivo.
- Proyector de imágenes (estáticas o en movimiento) en pantalla gigante.
- Iluminación regulable en intensidad.
- Variedad de grabaciones y montajes audiovisuales específicos para relajación.

Tratamiento de ansiedad y estrés en la población universitaria:

A lo largo de los años de funcionamiento de este servicio se han venido constatando, mediante las consultas individuales, los altos niveles de ansiedad y estrés de la población universitaria en general. Estos niveles constituyen uno de los más graves y constantes problemas que padece, llegando a suponer de media anual el 63% de los motivos de consulta en ADYV. Como consecuencia de esta situación, hace ya varios años que se consideró establecer cursos de autoayuda para pequeños grupos sobre control de ansiedad ante los exámenes y técnicas de relajación. Se trataba de dotar a los interesados de repertorios de técnicas y hábitos de vida que impidiesen el desencadenamiento de niveles perjudiciales de ansiedad que tan negativamente influyen, entre otros ámbitos, en los resultados académicos. Desde entonces estos cursos se repiten varias veces durante el curso académico, con gran éxito de asistencia y una valoración cualitativa elevada.

Por otro lado, desde hace algún tiempo se detecta la necesidad de disponer de condiciones ambientales idóneas para la realización de las técnicas aprendidas; condiciones ambientales que habitualmente no se suelen dar en el domicilio familiar (con más hermanos, habitaciones compartidas, etc.) o en pisos de estudiantes (con limitaciones de espacio, ruidos urbanos, etc.). Es por ello que desde ADYV finalmente se ha conseguido ofrecer a la comunidad universitaria una Sala de Relajación de Libre Acceso. En esta sala, mediante una simple reserva de hora, se puede disponer de un espacio con:

- Sillones reclinables especiales para relajación.
- Equipo de sonido, desde el que es posible recibir instrucciones con las diferentes técnicas de relajación y escuchar música especialmente preparada para favorecer ese estado.
- Cañón multimedia y pantalla gigante de proyección, que permiten contemplar escenas naturales especialmente recomendadas para relajación, en la medida en que favorecen el descanso visual y la relajación cognitiva.

3. BIBLIOTECA UNIVERSITARIA. Informa de los procesos de uso y préstamo de los fondos bibliográficos y de los distintos servicios de apoyo al autoaprendizaje que ofrece. **Sus cometidos específicos se describen a continuación**

Objetivos del servicio

La Biblioteca Universitaria es una unidad funcional que gestiona recursos documentales y bibliográficos mediante la planificación de una variada gama de servicios de información destinados a los procesos de aprendizaje, docencia, investigación y formación continua (Reglamento del Servicio Universitario de Biblioteca, Art. 1). Su misión es garantizar el acceso a la información y documentación científica y técnica, que permita a la Universidad cumplir las funciones que le son propias, es decir, "realizar el servicio público de la educación superior mediante la investigación, la docencia y el estudio" y expresamente, "la creación, desarrollo, transmisión y crítica de la ciencia, de la técnica y de la cultura... y la difusión del conocimiento y la cultura a través de la extensión universitaria y la formación a lo largo de toda la vida". (Ley Orgánica 6/2001, título preliminar).

Los servicios prestados por la Biblioteca Universitaria se desarrollan de acuerdo con los compromisos adquiridos por las Universidades Españolas en "La Declaración de Bolonia de 19 de junio de 1999" y la convergencia hacia el Espacio Europeo de Educación Superior y Espacio Europeo de Investigación, favoreciendo los cambios estructurales necesarios para que la Universidad de Murcia cumpla sus objetivos en este proceso de integración (Reglamento del Servicio Universitario de Biblioteca, Preámbulo). Estos cambios esán destinados a la transformación de la Biblioteca en un Centro de Recursos para el Aprendizaje, la Docencia y la Investigación.

El CRAI/Biblioteca Universitaria concreta su misión en los siguientes objetivos que constituyen la base de los servicios que presta:

- Contribuir a la innovación docente y a la investigación según las directrices de la Universidad.
- Contribuir a la integración de los servicios de la Universidad que tengan una relación directa con el aprendizaje, la docencia y la investigación desarrollando una estrategia común para la gestión de la información y el conocimiento.
- Posibilitar el acceso a toda la información y documentación de una forma fácil, rápida y organizada.
- Programar el crecimiento de las distintas colecciones bibliográficas y documentales en cualquier soporte.
- Proporcionar a los estudiantes una experiencia de aprendizaje total.
- Proporcionar al PDI un marco de apoyo para el desarrollo de su actividad docente e investigadora.
- Diseñar, implementar y programar actividades académicas y eventos especiales.
- Concentrar servicios, para que sean más adecuados a necesidades de la comunidad universitaria siguiendo compromisos de calidad y sostenibilidad.



- Optimizar el uso de los recursos y reducir la burocracia en beneficio del usuario.
- Ser un valor añadido a la calidad de la docencia y la investigación de la Universidad.

Para cumplir sus objetivos de forma óptima la Biblioteca deberá:

- Disponer de un equipamiento singular y único. Debe poder organizar actividades curriculares y extracurriculares de las diferentes comunidades de usuarios que integran el campus.
- Disponer de personal con perfiles más polivalentes y flexibles, y preparados para realizar una mejor gestión del conocimiento, aplicando criterios actuales de desempeño.
- Ser flexible para poder asumir e implementar nuevos servicios y poder abandonar aquellos que ya no sean significativos.

Principales servicios

La Biblioteca presta una variada gama de servicios que en la mayoría de los casos pueden solicitarse a través de Internet.

Instalaciones y Equipamientos

- Salas de Lectura, cabinas de trabajo en grupo (CTG), salas de ordenadores, e instalaciones y equipos para diversos fines como consultas de bibliografía, estudio e investigación y elaboración de trabajos, equipadas con tecnología WI-FI.
- Sala de estudio 24 h.
- Laboratorios de idiomas.
- Salas polivalentes y/o de formación.
- Buzones de autodevolución de préstamos.
- Sistemas de autopréstamo RFID.
- Préstamo de ordenadores portátiles.
- Sistemas de impresión en red. (ALAS).
- Escáner y fotocopiadoras.
- Equipos para personas con discapacidad.
- Contenedores de residuos (papel, plásticos y orgánico).

Información Bibliográfica e Institucional

- Consultas sobre instalaciones y servicios de la Universidad y de la Biblioteca.
- Consultas en los mostradores de atención a usuarios o dirigidas a bibliotecarios temáticos.
- Acceso a la Biblioteca Digital (revistas, bases de datos, libros electrónicos, tesis doctorales).
- Acceso a catálogos especializados de la Biblioteca.
- Boletines de Novedades.
- Consulta en línea: Pregunte al Bibliotecario, Chat "Biblioteca en línea".
- Acceso a nuestros servicios mediante redes sociales.

Adquisición de bibliografía docente y de investigación para PDI y gestión de sugerencias de compra o desideratas para el resto de usuarios

- Obtención de documentos mediante intercambio científico.

Depósito digital de documentos (DIGITUM)

- Autoarchivo de documentos para PDI.
- Creación de colecciones digitales y metadatos.
- Recolección en buscadores nacionales e internacionales en acceso abierto.

Consulta y Préstamo de Documentos

- Consulta de las colecciones de la Biblioteca incluidas las colecciones especiales.
- Préstamo a domicilio, renovaciones y reservas en sus distintas modalidades.
- Préstamo Intercampus para determinados colectivos.

Préstamo Interbibliotecario

- Obtención de documentos de otras bibliotecas, centros de documentación u organismos oficiales, a nivel nacional e internacional, servidos al usuario en formato impreso, digital o electrónico.

Formación de Usuarios (CI2)

- Formación dirigida a distintos usuarios de la Biblioteca, mediante programaciones anuales.
- Cursos introductorios para alumnos de nuevo ingreso.
- Sesiones avanzadas.

Servicios especiales para personas con discapacidad

- Se ofrecen estas facilidades tanto a nivel de instalaciones como en uso de equipos y condiciones especiales de préstamo.

4. SIDI (SERVICIO DE IDIOMAS). Información sobre cursos de idiomas y certificaciones oficiales de idiomas que pueden realizar los miembros de la comunidad universitaria. **Sus cometidos específicos se describen a continuación**

El Servicio de Idiomas de la Universidad de Murcia ofrece a la comunidad universitaria formación lingüística instrumental en varios idiomas. Todos los cursos están enfocados al aprendizaje instrumental de la lengua y la metodología empleada responde a los principios de los enfoques comunicativos.



Cursos de idiomas

El Servicio de Idiomas ofrece a la comunidad universitaria y al público en general formación lingüística en los siguientes idiomas: Alemán, Español, Francés, Inglés, Italiano, Japonés, Portugués y Ruso. Los cursos de idiomas tienen un total de 60 horas lectivas y se imparten en dos sesiones semanales de dos horas cada una. Los grupos tendrán un máximo de 25 alumnos por clase. La superación de estos cursos se podrán reconocer como 4,5 créditos de libre configuración ó 2 créditos CRAU

Cursos de preparación para exámenes oficiales

El Servicio de Idiomas ofrece a todos aquellos interesados en presentarse a los exámenes para la obtención de los Diplomas Oficiales, cursos que tienen como objetivo familiarizar a los candidatos con la estructura y contenidos de las pruebas de las siguientes instituciones: Cambridge University (Inglés), Goethe Institut (Alemán), Instituto Cervantes (Español) y Alliance Française (Francés). Estos cursos se imparten en una sesión de dos o tres horas por semana y tendrán un máximo de 20 alumnos por clase.

Cursos de conversación

El Servicio de Idiomas de la Universidad de Murcia ofrece a la comunidad universitaria y al público en general cursos de conversación enfocados al desarrollo de las habilidades comunicativas orales (comprensión, producción e interacción). Estos cursos se imparten en una sesión de dos horas por semana y tendrán un máximo de 10 alumnos por clase.

Cursos de español como lengua extranjera

- Cursos de Lengua Española
- Cursos Intensivos para Erasmus
- Curso de Lengua y Cultura Hispánica
- Cursos de Preparación para Exámenes Oficiales
- Cursos de Español a distancia

Acreditación nivel B1

La Universidad de Murcia organiza pruebas de dominio para aquellos que no puedan justificar de manera documental el conocimiento de los idiomas inglés, francés, alemán, italiano y español para extranjeros (nivel B1).

Destinatarios. Estas pruebas están dirigida a estudiantes o titulados universitarios que deseen acreditar su nivel de idioma (B1) dentro del ámbito universitario. Podrá presentarse a ellas cualquier persona que haya completado estudios universitarios o que esté realizando estudios que conduzcan a la obtención de una titulación universitaria.

Validez de la certificación. La Universidad de Murcia, a través del Servicio de Idiomas, ha sido acreditada para realizar los exámenes de dominio de inglés y francés B1 según el modelo ACLES. Los certificados que se emitan bajo esta acreditación tendrán validez en 46 universidades españolas que forman parte de ACLES (Asociación de Centros de Lenguas en la Enseñanza Superior) y en 200 universidades europeas que forman parte de CERCLES (European Confederation of Language Centres in Higher Education). Están reconocidos por la CRUE (Conferencia de Rectores de Universidades Españolas).

Descripción de la prueba. El objetivo de esta prueba es certificar el conocimiento de una lengua extranjera en el nivel indicado independientemente de la formación. Los contenidos de la prueba corresponden a temas de interés general e implican la capacidad de utilizar el idioma de manera receptiva, productiva e interactiva en situaciones habituales, con un dominio razonable de un repertorio amplio de recursos lingüísticos sencillos, en una variedad formal e informal de lengua estándar. La prueba consta de cuatro partes que se evalúan de manera independiente: comprensión lectora, comprensión auditiva, expresión escrita y expresión oral. Tiene una duración total aproximada de 2 h. 30 minutos.

5. SRI (Servicio de relaciones internacionales, Responsable de los convenios y ayudas a la movilidad dentro de los programas nacionales e internacionales suscritos por la Universidad de Murcia. **Sus cometidos específicos se describen a continuación**

La misión del Servicio de Relaciones Internacionales es la Internacionalización de la Universidad de Murcia, mediante las siguientes acciones:

- Gestión de programas interuniversitarios informando sobre las posibilidades existentes en cada momento.
- Asesoramiento a los miembros de la comunidad universitaria en materia de programas de educación y formación internacionales.
- Incrementando las posibilidades de Movilidad Internacional.
- Favoreciendo y apoyando la Cooperación Internacional.
- Dotando de mayor calidad las relaciones internacionales establecidas por la Universidad de Murcia.
- Coordinando las acciones internacionales e institucionales con el resto de la Universidad de Murcia.
- Organizando actividades destinadas a acoger a los estudiantes y profesores extranjeros que realicen una estancia en nuestra Universidad.

Principales servicios

- Informar de los programas existentes en cada momento.
- Asesorar a la comunidad universitaria sobre programas de educación y formación internacionales
- Gestionar los programas interuniversitarios internacionales.
- Organizar actividades de acogida a los estudiantes, profesores, investigadores y personal de administración internacionales que visiten la Universidad de Murcia.
- Conectar la Universidad de Murcia y la sociedad estableciendo los cauces pertinentes en acciones internacionales.
- Dotar de mayor calidad las relaciones internacionales establecidas por la UM, en especial las que impliquen movilidad.
- Favorecer y apoyar la Cooperación Internacional al Desarrollo



6. COIE (Centro de Orientación e Información en el Empleo). Facilita a los estudiantes y titulados el acceso al mercado de trabajo. Sus cometidos específicos se describen a continuación.

Compromisos. El COIE tiene los siguientes compromisos en su funcionamiento:

- Informar de todos los servicios, actividades y convocatorias del COIE por vía Web.
- Potenciar la gestión de los servicios del COIE dirigida a alumnos/titulados y a empresas/entidades por vía telemática.
- Potenciar el contacto con empresas y entidades a través de las distintas actividades del COIE.
- Desarrollar las entrevistas de orientación profesional personalizadas en un plazo máximo de 15 días.
- Potenciar la adquisición de competencias profesionales a los alumnos y titulados a través del Programa de Formación del COIE.
- Ofertar en cada curso académico charlas sobre orientación profesional y estrategias para la búsqueda de empleo en Facultades y Escuelas de la Universidad de Murcia.
- Promocionar las prácticas profesionales a través de los Convenios de Cooperación Educativa para alumnos y empresas/entidades.
- Reducción de los tiempos destinados a los procesos de gestión de los candidatos y ofertas de prácticas.
- Aumentar el número de entidades que realizan ofertas de empleo para titulados universitarios.
- Reducir el tiempo en la gestión, preselección y remisión de candidatos a las empresas/entidades.
- Recoger información sobre demandas de empleadores e inserción laboral de titulados.

Servicios

- Atención al interesado de forma inmediata e individualizada.
- Orientación profesional: entrevistas individualizadas y actividades grupales.
- Formación para el desarrollo de competencias profesionales.
- Organización de actividades para el contacto de alumnos y titulados con empresas.
- Desarrollo de acciones para el fomento de las relaciones entre Universidad y empresa.
- Gestión de prácticas para alumnos en empresas y entidades.
- Gestión de ofertas de empleo para titulados en empresas y entidades.
- Realización de informes sobre inserción, demandas de los empleadores y demás aspectos relacionados con la empleabilidad.
- Información a Facultades y Escuelas sobre aspectos relacionados con la empleabilidad de alumnos y titulados.

7. DEFENSOR DEL UNIVERSITARIO. Sus cometidos específicos se describen a continuación.

Misión

El Defensor del Universitario es elegido por el Claustro, entre profesores doctores pertenecientes a los cuerpos docentes universitarios o profesores contratados doctores con contrato fijo en servicio activo en la Universidad de Murcia. Su función es velar por el respeto a los derechos y las libertades de los profesores, estudiantes y personal de administración y servicios, dentro del ámbito docente y administrativo de la institución universitaria.

El Defensor del Universitario puede asumir tareas de mediación, conciliación y buenos oficios, promoviendo especialmente la convivencia, la cultura de la ética, la corresponsabilidad y las buenas prácticas. Además, puede supervisar la actividad administrativa y académica de la Universidad, en lo que tenga relación con el posible quebrantamiento de derechos reconocidos en los Estatutos, para evitar situaciones de indefensión y actuaciones arbitrarias.

También puede formular recomendaciones a las instancias correspondientes, dirigidas a eliminar las deficiencias detectadas. En algunos casos esa recomendación es simplemente un recordatorio de la obligación de cumplir la normativa. En otros, se trata de sugerencias de interpretación de las normas, de modificación de las mismas o de introducción de nueva normativa que permita mejorar la calidad del Servicio Público o la salvaguarda de los derechos.

Sus actuaciones no están sometidas a mandato imperativo de ninguna instancia universitaria y se rigen por los principios de independencia y autonomía, imparcialidad, ponderación y respeto a la confidencialidad.

Consultas

Cualquier miembro de la Comunidad Universitaria que quiera *plantearnos alguna consulta o necesite asesoramiento, dentro del ámbito de actuación del Defensor del Universitario*, puede trasladárnosla por teléfono, carta, email o presentándose en la Oficina.

Quejas

En la oficina del Defensor del Universitario se recibirán y atenderán las reclamaciones o quejas que sean planteadas por cualquier miembro de la Comunidad Universitaria. Las reclamaciones no pueden ser anónimas y deberán formularse mediante un escrito que se remitirá por correo ordinario, electrónico o presentándolas personalmente en la Oficina del Defensor, en el que deberán figurar los datos personales, teléfono de contacto y domicilio a efectos de comunicaciones. En ningún caso, las reclamaciones ante el Defensor del Universitario producirán la suspensión de los plazos señalados en la ley para presentar recursos. No se podrán admitir reclamaciones sobre las que esté pendiente un proceso jurisdiccional ni un expediente disciplinario administrativo.

Mediación

La mediación es una excelente manera de resolver conflictos interpersonales y es un procedimiento voluntario. Lo iniciará una de las partes y la Defensoría contactará con la otra parte en conflicto para saber si acepta la mediación. En caso afirmativo, se mantendrán sesiones de mediación para intentar llegar a un acuerdo. La aceptación de los acuerdos en un procedimiento de mediación es voluntaria para las partes. Caso de que se alcance un acuerdo, la Defensoría velará por su cumplimiento.

8. SERVICIO DE ACTIVIDADES DEPORTIVAS (SAD). Sus cometidos específicos se describen a continuación.

Presentación



La Universidad de Murcia, a través del Servicio de Actividades Deportivas, está comprometida con el objetivo de que los miembros de la comunidad universitaria encuentren su oportunidad de conectar con del deporte, ya sea para entretenimiento o competición, y que su práctica le acompañe a lo largo de su estancia en la misma.

Actividades.

Gimnasio Universitario

Práctica libre

- UMU deporte
- Piscina Universitaria
- UMU fitness
- Otras actividades

Instalaciones deportivas

La Universidad de Murcia se esfuerza en mantener y ampliar sus instalaciones deportivas para ofrecer a la comunidad universitaria espacios deportivos de la más alta calidad.

El **Recinto Deportivo Campus de Espinardo**, ofrece espacios adecuados para casi todos los deportes y es donde se encuentran situadas las oficinas del Servicio de Actividades Deportivas y el Centro de Medicina del Deporte. Cuenta con las siguientes instalaciones:

- 5 pistas de tenis.
- 5 pistas de pádel.
- 1 frontón.
- 1 pabellón polideportivo (pista para fútbol sala, balonmano, baloncesto, voleibol, bádminton).
- 3 pistas polideportivas (fútbol sala, balonmano, voleibol, baloncesto).
- 3 campos de fútbol de hierba artificial (fútbol 11, fútbol 7 y fútbol 5).
- 2 pistas de squash / tenis de mesa.
- 1 rocódromo para escalada deportiva.
- 3 salas polivalentes.
- 1 gimnasio.

La **piscina universitaria** está situada en el Campus de Espinardo, frente a la Facultad de Psicología y es gestionada por la empresa concesionaria, bajo supervisión del Servicio de Actividades Deportivas. Cuenta con un vaso de 25 metros y 8 calles, sauna y sala de masajes, donde se realizan múltiples actividades y servicios.

Competiciones. En la Universidad de Murcia podrás competir con otros miembros de tu misma comunidad universitaria en las Competiciones Internas que organizamos (Bienvenida Universitaria, Torneo Rector, Torneo Intercentros y Carrera Popular) y también representarla en Competiciones Externas con otras Universidades en el Campeonato Autonómico de Deporte Universitario CADU y en el Campeonato de España Universitario CEU, si formas parte de la Selección Deportiva de la Universidad de Murcia.

Créditos deportivos. Toda la actividad deportiva supervisada se computará para que, al finalizar el curso académico, se emita el certificado que lo acredite. Por cada 25 horas de actividad deportiva podrás conseguir un crédito CRAU según normativa en vigor. Si tu titulación está adaptada al EEES, se pueden realizar hasta 6 Créditos CRAU del correspondiente plan de estudios por actividades deportivas supervisadas por el Servicio de Actividades Deportivas; se reconocen hasta 3 créditos por curso académico.

9. CONSEJO DE ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE MURCIA (CEUM)

El CEUM (Consejo de Estudiantes de la Universidad de Murcia) es el máximo órgano de representación estudiantil de la Universidad de Murcia. Se trata de una estructura entorno a la cual los representantes de alumnos pueden debatir todos aquellos temas que afectan a los estudiantes a nivel general de la Universidad. El CEUM está compuesto por las delegaciones de alumnos de cada facultad y escuela, así como por representantes en el Claustro Universitario. De sus opiniones y decisiones salen las líneas de actuación para llevar a cabo la defensa efectiva de los derechos de los estudiantes.

| 4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS | |
|--|--------|
| Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias | |
| MÍNIMO | MÁXIMO |
| 0 | 30 |
| Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios | |
| MÍNIMO | MÁXIMO |
| 0 | 0 |
| Adjuntar Título Propio | |
| Ver Apartado 4: Anexo 2. | |
| Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional | |
| MÍNIMO | MÁXIMO |
| 0 | 9 |

El reconocimiento consiste en la aceptación por parte de la Universidad de Murcia de los créditos que, habiendo sido obtenidos en esta u otra Universidad, son computados a efectos de la obtención de un título oficial de la misma.



Por su parte, la transferencia de créditos consiste en la consignación, a petición del interesado, de los créditos superados por el estudiante en enseñanzas oficiales universitarias del mismo nivel (Grado, Máster o Doctorado) que no puedan ser reconocidos.

Los artículos 6 y 13 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de junio establecen que las Universidades deben elaborar y publicar su propia normativa sobre reconocimiento y transferencia de créditos. La Universidad de Murcia da cumplida cuenta de este mandato en su "**Reglamento sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos en Enseñanzas de Grado y Máster conducentes a la obtención de los correspondientes títulos oficiales de la Universidad de Murcia**" aprobado en Consejo de Gobierno de 25 de mayo de 2009, y modificado en sesiones de Consejo de Gobierno de 22 de octubre de 2010, 28 de julio de 2011, 6 de julio de 2012 y **28 de Octubre de 2016**.

Por su parte, la **Facultad de Comunicación y Documentación** cumple, con los Reales Decretos previamente mencionados, y con el Reglamento de la Universidad, del siguiente modo.

La Facultad de Comunicación y Documentación dispone de una Comisión de Reconocimiento Académico para Estudios de Grado constituida de acuerdo a los términos establecidos por los Estatutos de la Universidad de Murcia y por el Reglamento de Régimen Interno de la Facultad de Comunicación y Documentación (<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/centro/organos-gobierno/comisiones/convalidaciones>). Su composición, que sigue las recomendaciones del **sistema de aseguramiento interno de la calidad (SAIC)** del centro, incluye representantes de todos los grupos de interés. Esta comisión tiene como labor principal estudiar las solicitudes de reconocimiento y elaborar las propuestas de reconocimiento que estime apropiadas, de acuerdo con los créditos cursados en la titulación de origen del solicitante y su posible correspondencia con las competencias de las materias de la titulación de destino. Las propuestas realizadas por la comisión son posteriormente resueltas por el Decano del centro.

Según el caso de que se trate, el trabajo que lleva a cabo esta comisión se desarrolla atendiendo a las siguientes directrices:

Reconocimiento de créditos de formación básica de la misma rama. 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 (36 ECTS en este caso), correspondientes a materias de formación básica de dicha rama. El número máximo de créditos reconocidos será el cursado en la titulación de origen. En cualquier caso el Trabajo Fin de Grado nunca podrá ser objeto de reconocimiento académico, al estar orientado a la evaluación de las competencias asociadas al título correspondiente de la Universidad de Murcia.

Reconocimiento de créditos de formación básica de otras ramas de conocimiento del título de destino, obligatorias, optativas y prácticas externas:

a) Para el reconocimiento de los créditos de formación básica en otras materias diferentes a las de la rama de conocimiento de la titulación de destino, la comisión del centro elaborará una propuesta teniendo en cuenta las competencias adquiridas con los créditos cursados de su titulación de origen y su posible correspondencia con las competencias de las materias de la titulación de destino.

b) Se procederá de igual modo para las materias obligatorias, optativas y las prácticas externas, no pudiéndose realizar reconocimiento parcial de una asignatura de destino.

Reconocimiento de experiencia laboral o profesional acreditada o de enseñanzas no oficiales. La experiencia Laboral o profesional podrá ser reconocida siempre y cuando el tipo de experiencia obtenida, funciones desarrolladas en el desempeño del puesto de trabajo y las competencias adquiridas, debidamente acreditadas, tenga correspondencia con las competencias de las materias en la titulación de destino. El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral y de enseñanzas no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de los créditos que constituyen el plan de estudios. No obstante lo anterior, los créditos procedentes de títulos propios de la Universidad de Murcia podrán, excepcionalmente, ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al señalado en el apartado anterior o, en su caso, ser objeto de reconocimiento en su totalidad siempre que el correspondiente título haya sido extinguido y sustituido por un título oficial y así se haga constar expresamente en la memoria de verificación del nuevo plan de estudios.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación Experiencia Laboral y Profesional.

Con respecto a los reconocimientos por créditos cursados por acreditación de experiencia laboral y profesional se ha aprobado lo siguiente:



1.- La experiencia laboral y profesional se reconoce en la asignatura "**Prácticas Externas**". Para ello se abre todos los cursos una convocatoria en la que pueden participar todos los alumnos que posean esa experiencia acreditada documental con contrato de trabajo y vida laboral certificada por la Seguridad Social, no se reconozcan otro tipo de prácticas y contratos que no sean oficiales. El mínimo de horas trabajadas y cotizadas por los alumnos ha de ser 225, que es la duración en horas de la asignatura a convalidar.

2.- Definición del tipo de experiencia que puede ser reconocida: La actividad profesional debe haberse desarrollado en el campo de la Publicidad y las Relaciones Públicas en empresas, organizaciones, agencias de publicidad, medios de comunicación o instituciones públicas

3.- Justificación del reconocimiento en términos de competencias. Además del tiempo de actividad desarrollada y de donde haya sido efectuada la misma, este reconocimiento se llevará a cabo si la Comisión de Reconocimientos de créditos académicos entiende que el estudiante percibe la realidad de la complejidad de la práctica profesional de la comunicación persuasiva en agencias, centrales de medios, departamentos y gabinetes de comunicación en organizaciones e instituciones y como profesionales independientes, además de entender la dinámica y flujos de trabajo en estas organizaciones, habiendo desarrollado un razonamiento crítico que le permita establecer un diálogo en la práctica laboral de la comunicación persuasiva, además de haber fomentado una actitud de respeto hacia el público y los actores de la comunicación persuasiva. Las tareas desarrolladas en su actividad profesional deben estar relacionadas con todas aquellas competencias de la asignatura mencionada y que están descritas en el apartado 5.5 de esta memoria.

En todos los casos la comisión del centro elaborará una propuesta teniendo en cuenta las competencias adquiridas con los créditos cursados de su titulación de origen y su posible correspondencia con las competencias de las materias de la titulación de destino.

Reconocimiento de estudios en casos de movilidad. En este caso el reconocimiento se produce antes del desplazamiento del estudiante haciendo constar claramente qué asignaturas, cursos y créditos componen los mismos, permitiéndose su modificación posterior, de manera que a su regreso no haya ninguna duda en el reconocimiento de los estudios que hayan sido superados en la universidad de destino. En todo momento, se podrá considerar un curso académico equivalente a 60 créditos.

Reconocimiento de los títulos extranjeros. En este caso es la UMU que, de acuerdo con la legislación vigente, es competente para resolver la homologación de títulos extranjeros aplicando las normas que para ello tiene definidas.

Reconocimiento de créditos por estudios no universitarios. En virtud de lo dispuesto en el artículo 36 de la Ley Orgánica de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, y de acuerdo con los criterios y directrices que fije el Gobierno, la Universidad de Murcia podrá reconocer validez académica a las enseñanzas artísticas superiores, a la formación profesional de grado superior, a las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño de grado superior y a las enseñanzas deportivas de grado superior.

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales No Universitarias.

En relación con el reconocimiento de créditos procedentes de enseñanzas superiores no universitarias se recoge en las tablas comparativas siguientes:

Desde **Técnico Superior en Gestión Comercial y Marketing**
(<https://www.boe.es/boe/dias/1994/09/28/pdfs/A29925-29957.pdf>)

| Técnico Superior | Facultad de Comunicación y Documentación | | | | |
|-------------------------------|---|------|----------|-------|--------|
| Gestión Comercial y Marketing | Grado en Publicidad y Relaciones Públicas | TIPO | CRÉDITOS | CURSO | CODIGO |
| POLÍTICAS DE MARKETING | FUNDAMENTOS DE MARKETING | FB | 6 | 1º | 2162 |
| INVESTIGACIÓN COMERCIAL | TEORÍA E INVESTIGACIÓN SOCIAL | FB | 6 | 1º | 2158 |



| | | | | | |
|--|---|-------------|-----------------|--------------|---------------|
| FORMACIÓN DE CENTROS DE TRABAJO | PRÁCTICAS EXTERNAS | PR | 9 | 4º | |
| <p>Total 21 créditos</p> <p>Desde Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria (https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2012-13638)</p> | | | | | |
| Estudios Superiores | Facultad de Comunicación y Documentación | | | | |
| DISEÑO: DISEÑO GRÁFICO | GRADO EN PUBLICIDAD Y RR PUBLICAS | TIPO | CRÉDITOS | CURSO | CODIGO |
| COMUNICACIÓN Y MARKETING | FUNDAMENTOS DE MARKETING | FB | 6 | 1º | 2162 |
| FOTOGRAFIA I | FOTOGRAFIA PUBLICITARIA | OP | 6 | 4º | 2183 |
| FOTOGRAFIA II | | | | | |
| FOTOGRAFIA III | | | | | |
| MEDIOS INFORMÁTICOS Y TÉCNICOS I | TECNOLOGÍA PARA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS PUBLICITARIOS TECNOLOGÍA PARA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS PUBLICITARIOS I TECNOLOGÍA PARA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS PUBLICITARIOS II | OB OB | 6 6 | C5 C6 | |
| MEDIOS INFORMÁTICOS Y TÉCNICOS II | | | | | |
| MEDIOS INFORMÁTICOS Y TÉCNICOS III | | | | | |
| TÉCNICAS 3D DE REPRESENTACIÓN DE FOTOREALIS | | | | | |
| PUBLICIDAD Y AUDIOVISUAL | PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN DE FORM. PUBLIC EN TV Y SOPOR | OP | 6 | 4º | 2184 |
| EDICIÓN DE VIDEO DIGITAL | | | | | |
| <p>Total 30 créditos</p> <p>Reconocimiento de Créditos en Actividades Universitarias (CRAU). Viene definido en el "Reglamento de reconocimiento de créditos a los estudiantes de Titulaciones de Grado por la realización de actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación (CRAU) de la Universidad de Murcia", aprobado en Consejo de Gobierno de la Universidad de Murcia, en sesión celebrada el día 3 de julio de 2015. El presente Reglamento tiene como objeto regular el reconocimiento académico de créditos (en adelante CRAU) a los estudiantes de titulaciones de Grado por su participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, conforme lo establecido en los artículos 46.2.i) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de universidades y 12.8 del Real Decreto 1.393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. Los estudiantes matriculados en estudios de Grado podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación hasta un máximo de 6 créditos del total del plan de estudios cursados.</p> <p>PLAZOS Y SOLICITUD</p> <p>La presentación de solicitudes para el reconocimiento y transferencia de créditos, así como el calendario para la resolución y notificación al interesado de las mismas, coincidirán con las fechas establecidas por la Universidad de Murcia en sus "Instrucciones y Normas de Matrícula para cada curso académico", excepto</p> | | | | | |



los supuestos contemplados en el artículo 7.1 que se regirán por lo establecido en la "Norma de acceso al grado desde las diplomaturas, ingenierías técnicas, licenciaturas e ingenierías correspondientes a la anterior ordenación".

La solicitud se presentará en la secretaría del centro al que se encuentre adscrito el título objeto de reconocimiento en modelo unificado de la Universidad de Murcia

EFFECTOS DEL RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

1. En el proceso de reconocimiento quedarán reflejadas de forma explícita aquellas materias o asignaturas que no deberán ser cursadas por el estudiante. Se entenderá en este caso que dichas materias o asignaturas ya han sido superadas y no serán susceptibles de nueva evaluación.
2. La calificación de las materias o asignaturas superadas como consecuencia de un proceso de reconocimiento será equivalente a la calificación de las materias o asignaturas que han dado origen a éste. Cuando varias materias o asignaturas conlleven el reconocimiento de una sola en la titulación de destino se realizará la media ponderada en función del número de créditos de aquéllas.
3. No obstante, el reconocimiento de créditos a partir de experiencia profesional o laboral y los obtenidos en enseñanzas no oficiales, no incorporará calificación de los mismos, por lo que no computarán a efectos de baremación del expediente.
4. Los créditos reconocidos por actividades universitarias, culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, figurarán con la calificación de apto y no se computarán a efectos del cálculo de la nota media del expediente.

TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS.

a) Los créditos superados por el estudiante en enseñanzas oficiales universitarias del mismo nivel (Grado, Máster, Doctorado) que no sean constitutivos de reconocimiento para la obtención del título oficial o que no hayan conducido a la obtención de otro título, deberán consignarse, a solicitud del interesado, en el expediente del estudiante. En el impreso normalizado previsto en el artículo 4.2 del "[Reglamento sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos en Enseñanzas de Grado y Máster conducentes a la obtención de los correspondientes títulos oficiales de la Universidad de Murcia](#)", se habilitará un apartado en el que haga constar su voluntad al respecto.

b) La transferencia se realizará consignando el literal, el número de créditos y la calificación original de las materias cursadas que aporte el estudiante. En ningún caso computarán para el cálculo de la nota media del expediente.

Incorporación de créditos al expediente académico: 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.

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 | | |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | | |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | | |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | | |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | | |
| Evaluación. | | |
| Elaboración del Trabajo de Fin de Grado. | | |
| 5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate. | | |
| Actividades prácticas de campo: actividad de los alumnos, dirigida a conocer un espacio o centro de interés que exige desplazamiento y estancia en el mismo. | | |
| Actividades prácticas con ordenador: actividades de los alumnos en aulas de informática, realizadas en grupos reducidos o individualmente, dirigidas al uso y conocimiento de TIC, supervisadas por el profesor. | | |
| Tutorías en grupo: sesiones programadas de orientación, revisión o apoyo a los alumnos por parte del profesor, realizadas en pequeños grupos, con independencia de que los contenidos sean teóricos o prácticos. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | | |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | | |
| Presentación pública de trabajos: exposición de los resultados obtenidos y procedimientos necesarios para la realización de un trabajo, así como respuestas razonadas a las posibles cuestiones que se plantee sobre el mismo. | | |
| Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros. | | |
| 5.5 SIN NIVEL 1 | | |
| NIVEL 2: HISTORIA | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | RAMA | MATERIA |
| Básica | Ciencias Sociales y Jurídicas | Historia |



| | | |
|---|------------------------------|------------------------------|
| ECTS NIVEL2 | 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: Historia del Pensamiento y los Movimientos Sociales y Políticos | | |
| 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| El desarrollo del mundo contemporáneo se ha fundado en las diversas formas de organización social, política y cultural desarrolladas a lo largo de los tres últimos siglos. Haciendo un hincapié especial en los sucesos recientes esta asignatura muestra los procesos complejos a través de los que la sociedad, el pensamiento y la política han interactuado y han evolucionado. Para estudiar estos fenómenos se dará una atención particular a la evolución de los movimientos sociales (sindicalismo, partidos de masas, organizaciones político-religiosas), las formas políticas (desde la aparición del Estado nacional en el siglo XIX, su crisis y la aparición de entidades supranacionales hasta el tiempo presente) y a la evolución del pensamiento político (con las grandes corrientes intelectuales y religiosas desde la Ilustración hasta el momento presente). El ámbito de estudio será España y Europa, junto con | | |



la proyección global de esta última. La asignatura contará con elementos particulares sobre la evolución de las formas y medios de comunicación en los tiempos recientes.

Descriptor de contenidos.

Los antecedentes del mundo contemporáneo. Bases conceptuales, geográficas, políticas e históricas de la realidad contemporánea. El siglo XIX. La aparición de la nación como sujeto y objeto político y la consolidación de los movimientos de masas. La crisis del estado liberal: 1914-1945. Las sociedades occidentales entre las dos guerras mundiales. España entre la Restauración y el primer Franquismo. Guerra Fria, descolonización y re-invencción de Europa (1945-1989). La década de 1990 y el nuevo milenio. El Mundo actual. Una nueva geopolítica, nuevos agentes y nuevos escenarios.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Competencias Específicas de la materia

- C1. Relacionar críticamente los acontecimientos y procesos actuales y de la historia reciente en España y en el mundo.
- C2. Mostrar interés por e integrar los puntos de vista derivados de otras culturas en la consideración de los acontecimientos y procesos contemporáneos y del pasado reciente.
- C3. Comprender y analizar las dimensiones política, económica y tecnológica de la complejidad de las sociedades actuales.
- C4. Comprender y analizar las formas de influencia mutua entre el poder político y la población; Conocer la evolución histórica de las formas de comunicación persuasiva.
- C5. Conocer y comprender la evolución del pensamiento y de los movimientos sociales y políticos. Conciencia crítica de la relación entre los acontecimientos y procesos actuales y de la historia reciente en España y en el mundo.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.

CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos.

CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.

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

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE14 - Estudio y evolución de los aspectos industriales, sociales y estéticos que inciden en las transformaciones de los elementos, formas y procesos de la comunicación publicitaria.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
|---|-------|----------------|
| Exposición teórica | 36 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 2 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 12 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / | 8 | 100 |



| | | |
|---|-------------------------------|---------------------------|
| Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | | |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 90 | 0 |
| Evaluación. | 2 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate. | | |
| Tutorías en grupo: sesiones programadas de orientación, revisión o apoyo a los alumnos por parte del profesor, realizadas en pequeños grupos, con independencia de que los contenidos sean teóricos o prácticos. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 50.0 | 60.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 20.0 | 30.0 |
| Presentación pública de trabajos: exposición de los resultados obtenidos y procedimientos necesarios para la realización de un trabajo, así como respuestas razonadas a las posibles cuestiones que se plantee sobre el mismo. | 10.0 | 20.0 |
| Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros. | 5.0 | 10.0 |
| NIVEL 2: COMUNICACIÓN | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | RAMA | MATERIA |
| Básica | Ciencias Sociales y Jurídicas | Comunicación |



| | | |
|--|------------------------------|------------------------------|
| ECTS NIVEL2 | | 12 |
| DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| 6 | 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: Fundamentos de la Comunicación y la Información I | | |
| 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: Fundamentos de la Comunicación y la Información II | | |
| 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 | | |
| <p>La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos.</p> | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Esta materia pretende proporcionar un conocimiento básico sobre los fenómenos comunicativos e informativos, su análisis y estudio científico. Además, se plantea un acceso panorámico y contextualizado a las múltiples dimensiones del fenómeno comunicacional (epistemológica, psicológica, antropológica y sociológica), trazando un cuadro general de la relevancia social, cultural y cognitiva de los procesos de comunicación social (interpersonales, organizacionales y mediáticos) en la configuración de nuestras sociedades y de la identidades individuales y grupales. A continuación se contextualiza el estudio de la comunicación y de la información en el marco evolutivo de las sociedades contemporáneas, prestando especial atención a la vigencia de los conceptos e ideas desarrollados en las diversas corrientes de investigación, así como a las innovaciones y transformaciones de los conceptos y modelos de análisis a través de los cuales comprender la relevancia de la condición comunicativa en nuestras sociedades. Los contenidos de la asignatura se articulan sobre la incidencia de la comunicación social en el triple eje: sociedad de consumo, cultura de masas y desarrollo tecnológico.</p> <p>Descriptor de contenidos.</p> <p>La comunicación y la información como objeto de estudio: Dimensiones organizacional, interaccional y significante. Los niveles de la comunicación humana. La delimitación disciplinar de la comunicación: Bases epistemológicas y ontológicas. Breve historia del campo de estudio en los ámbitos internacional y español. Las perspectivas funcionalistas. Comunicación y equilibrio. Las perspectivas críticas. Comunicación y conflicto. Las perspectivas interpretativas. La comunicación como ritual simbólico. Sociedad de masas y cultura de masas. Postmodernidad y cultura mediática. La evolución del ecosistema mediático.</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C4. Comprender y analizar los procesos de comunicación e información en las sociedades contemporáneas, así como de relacionarlos con los modelos establecidos y su evolución diacrónica. • C5. Comprender y analizar las tipologías, características y problemáticas de los distintos medios de comunicación social. • C6. Identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y la comunicación. • C7. Organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera coherente y relacionarlo con otras ciencias sociales, humanas y tecnológicas, así como conocer en sus aspectos básicos operativos los métodos y técnicas de estas disciplinas. • C8. Comprender y relacionar las principales problemáticas investigadoras en información y comunicación, incluyendo temas, métodos y aspectos de la delimitación disciplinar. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| <p>CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.</p> | | |
| <p>CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos.</p> | | |
| <p>CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.</p> | | |
| <p>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</p> | | |
| <p>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</p> | | |



| | | |
|---|--------------|-----------------------|
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
| CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa. | | |
| CE26 - Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión, y la docencia prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas. | | |
| CE28 - Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrolla el departamento de medios de una agencia y en mayor medida las denominadas centrales de medios. | | |
| CE30 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas. | | |
| CE35 - Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales. | | |
| CE39 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 84 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 4 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 24 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 4 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 180 | 0 |
| Evaluación. | 4 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |



Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate.

Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia.

Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
|--|--------------------|--------------------|
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 60.0 | 70.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 25.0 | 30.0 |
| Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros. | 5.0 | 15.0 |

NIVEL 2: SOCIOLOGÍA

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

| CARÁCTER | RAMA | MATERIA |
|---|-------------------------------|-----------------------|
| Básica | Ciencias Sociales y Jurídicas | Sociología |
| ECTS NIVEL2 | 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: Teoría e Investigación Social

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 | | |
| <p>La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos.</p> | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Entender el proceso por cual las personas perciben, conocen y se integran en su entorno pasa por comprender y saber interpretar su medio social. La sociedad y la cultura a la que se pertenece determina en gran medida nuestra conducta y personalidad. Desde esta perspectiva, es necesario contar con los elementos conceptuales y los conocimientos académicos que proporciona el estudio de la Sociología en el análisis de lo social. Por otra parte, la vida social y política se ha mediatizado y el conocimiento de la opinión pública formada en esos procesos de comunicación se ha convertido en una necesidad básica para desarrollar la acción pública. Los sondeos y mediciones de opinión, así como los estudios cualitativos, constituyen hoy un elemento central tanto para el debate y estrategias políticas como para la planificación económica y comercial. A su vez, empresas, organizaciones sociales y administraciones públicas intentan construir su imagen corporativa, social y pública porque son conscientes de la importancia que para el logro de sus objetivos tiene la percepción en el público de esa faceta comunicativa. De su enorme importancia dan cuenta sus esfuerzos e inversiones en los símbolos corporativos, los departamentos de relaciones públicas o los gabinetes de prensa.</p> <p>Descriptores de contenidos.</p> <p>Elementos teóricos para el análisis de la realidad social. La producción de conocimientos científicos sobre la realidad social. Métodos y técnicas de investigación social: la mirada cualitativa. Métodos y técnicas de investigación social: la mirada cuantitativa.</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C9. Comprender, reconocer y aplicar la reflexión teórica y analítica actual sobre las sociedades contemporáneas, sus dimensiones política, económica, cultural y tecnocientífica. • C10. Comprender, reconocer y aplicar las herramientas y métodos de investigación social característicos de la investigación en información y comunicación. • C11. Conocer y comprender la evolución histórica reciente de la opinión pública y sus interrelaciones con el orden social y político vigente, así como identificar, interpretar y analizar los procesos de opinión pública. • C12. Conocer, interpretar y aplicar en un nivel básico los principales métodos de investigación y análisis de la opinión pública. • C13. Valorar críticamente el papel de la comunicación en la sociedad civil. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| <p>CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.</p> | | |
| <p>CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos.</p> | | |
| <p>CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.</p> | | |
| <p>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</p> | | |



| | | |
|---|---------------------------|---------------------------|
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
| CE14 - Estudio y evolución de los aspectos industriales, sociales y estéticos que inciden en las transformaciones de los elementos, formas y procesos de la comunicación publicitaria. | | |
| CE20 - Conocimiento y análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas: aspectos jurídicos fiscales y de relaciones laborales. Su relación con el mercado. Financiación y sistemas de información. Conocimiento de la comunicación específica de los mercados y productos financieros. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 30 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 3 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 16 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 9 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 90 | 0 |
| Evaluación. | 2 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |



| | | |
|--|------------------------------|------------------------------|
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 60.0 | 70.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 30.0 | 40.0 |
| NIVEL 2: LENGUA | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | RAMA | MATERIA |
| Básica | Artes y Humanidades | Lengua |
| ECTS NIVEL2 | 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: Lengua Española para los Medios de Comunicación Social | | |
| 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Materia destinada a conseguir que los alumnos utilicen de forma correcta, consciente y reflexiva la lengua española. Atendiendo a esta finalidad, se proporcionarán los conocimientos sobre el funcionamiento de la lengua que sean necesarios para resolver adecuadamente las dudas que pudieran plantearse en el ejercicio de su actividad profesional.</p> <p>Descriptores de contenidos.</p> <p>El Español en la actualidad. Ortografía y ortología del Español. La formación de palabras. El léxico del Español. Morfosintaxis del Español. El texto.</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C13. Capacidad para la aplicación adecuada de las normas y reglas de uso de la lengua española. • C14. Capacidad para comunicarse en la lengua española en medios y situaciones tanto orales como escritas. • C15. Capacidad de utilizar el modelo estándar de la lengua española así como los mecanismos de creación e innovación como integrante de una sociedad que evoluciona constantemente. • C16. Utilizar y valorar los recursos y materiales necesarios sobre lengua española en los medios de comunicación: repertorios bibliográficos, diccionarios, obras de referencia, ediciones críticas, traducciones y NTICS. • C17. Capacidad para el uso creativo de los recursos lingüísticos más adecuados a los distintos medios de comunicación. • C18. Ser capaz de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG2 - Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos. | | |
| CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos. | | |
| CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |



| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
|---|---------------------------|---------------------------|
| CE1 - Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas. | | |
| CE10 - Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas. | | |
| CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa. | | |
| CE30 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas. | | |
| CE31 - Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos. | | |
| CE35 - Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales. | | |
| CE38 - Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 32 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 2 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 24 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 90 | 0 |
| Evaluación. | 2 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 60.0 | 70.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 30.0 | 40.0 |



| NIVEL 2: COMUNICACIÓN (DOCUMENTACIÓN) | | |
|---|-------------------------------|------------------------------|
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | RAMA | MATERIA |
| Básica | Ciencias Sociales y Jurídicas | Comunicación |
| ECTS NIVEL2 | 12 | |
| DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| 6 | 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: Documentación en los Medios de Comunicación Social I | | |
| 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: Documentación en los Medios de Comunicación Social II | | |
| 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Esta materia pretende formar en los fundamentos, métodos y técnicas de la ciencia interdisciplinar que es la Documentación y su aplicación al entorno profesional de la comunicación. Estos conocimientos resultan fundamentales para mejorar la calidad y eficacia del quehacer profesional en todos los ámbitos profesionales, y, en consecuencia, en el mundo de la comunicación audiovisual. Los alumnos/as deben conocer y utilizar de manera adecuada las fuentes documentales en distintos soportes, así como el proceso documental que permite gestionar y recuperar la información. Esto supone conocer las fuentes documentales, la selección de la información adecuada, su tratamiento y codificación para organizar y recuperar posteriormente la información cuando se la precise. Ante el inmenso acopio de información y el ingente volumen de documentación que emergen de manera exponencial en la sociedad actual, el futuro profesional de la Publicidad y las Relaciones Públicas debe estar capacitado para la identificación, conocimiento y uso de las principales fuentes de información y recursos documentales, tanto tradicionales como emergentes en el contexto digital, en cualquier materia o área susceptible a ser tratada.</p> <p>Descriptor de contenidos.</p> <p>Principios teóricos de la Documentación. Instituciones, servicios documentales y usuarios. Productos documentales y fuentes generales de información. El tratamiento de la información: el análisis documental. El análisis documental de contenido: indización y resumen. El tratamiento documental de la información escrita, icónica y multimedia. Fuentes de Información especializadas. Internet como medio de comunicación social y fuente de información para los profesionales de la comunicación. Información y documentación académica y científica. Información y documentación institucional. Información y documentación industrial y comercial. Información y documentación estadística, económica, social y geográfica. Información y documentación educativa, cultural y deportiva.</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C19 Conocer los principales conceptos, elementos y procesos característicos del entorno profesional de la información y la documentación así como de los sujetos implicados en la cadena de acceso a la información (productores, distribuidores, usuarios). • C20 Interpretar y desarrollar los procesos de análisis, sistematización y codificación de los diversos formatos y de los diferentes soportes y tecnologías, así como de la ordenación técnica de los materiales documentales. • C21 Conocer, identificar y aplicar recursos, elementos, métodos y procedimientos para la organización, representación y almacenamiento de la información. • C22 Conocer y utilizar eficazmente las tecnologías documentales aplicadas a los medios de comunicación. • C23 Habilidad para la selección, recuperación y uso de la información en los diferentes soportes. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos. | | |



| | | |
|---|--------------|-----------------------|
| CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
| CE2 - Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación. | | |
| CE3 - Estudio del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección. En especial de la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa, y de los mercados y de los productos financieros. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 60 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 6 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 18 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 32 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 180 | 0 |
| Evaluación. | 4 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |



Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate.

Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia.

Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
|--|--------------------|--------------------|
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 60.0 | 70.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 30.0 | 40.0 |

NIVEL 2: EMPRESA

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

| CARÁCTER | RAMA | MATERIA |
|-------------|-------------------------------|---------|
| Básica | Ciencias Sociales y Jurídicas | Empresa |
| ECTS NIVEL2 | 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: Fundamentos de Marketing

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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Materia que constituye una aproximación del alumno al marketing para que se familiarice con el lenguaje, los conceptos, las herramientas y la lógica de la actividad comercial. El alumno aprenderá cómo se desarrolla esta actividad en el seno de las empresas y organizaciones que se dedican a la comunicación. La asignatura tiene como objetivo que el alumno comprenda la necesidad de tomar decisiones sin perder la perspectiva del mercado. Se abordan los conceptos básicos de marketing necesarios para la toma de decisiones tales como el valor, el análisis del entorno, la demanda, el comportamiento del consumidor final y organizacional, la segmentación de mercados y el posicionamiento. Al finalizar esta asignatura el alumno será capaz de tomar decisiones relativas al producto, al precio, a la distribución y a la comunicación.</p> <p>Descriptor de contenidos.</p> <p>Marketing: gestión de relaciones estables. El entorno del Marketing. El mercado y el comportamiento del consumidor. Segmentación del mercado y posicionamiento. Concepto de producto: decisiones sobre productos y servicios. Concepto de precio: decisiones relativas al precio y a la distribución. Decisiones relativas a la comunicación: el mix de comunicación de marketing y la comunicación integrada de marketing (CIM).</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C24 Conocer y distinguir los tipos de empresas y organizaciones en el sector empresarial de la comunicación. • C25 Conocer y comprender los principios y conceptos fundamentales del marketing • C26 Interpretar y analizar el mercado con la finalidad de obtener un conocimiento en profundidad del consumidor final y de su comportamiento. • C27 Tomar decisiones fundadas sobre el producto, así como a su distribución, precio y comunicación, en aras de una mayor eficacia y eficiencia. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG3 - Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales. | | |
| CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
| CE2 - Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación. | | |
| CE20 - Conocimiento y análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas: aspectos jurídicos fiscales y de relaciones laborales. Su relación con el mercado. Financiación y sistemas de información. Conocimiento de la comunicación específica de los mercados y productos financieros. | | |
| CE29 - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes. | | |
| CE36 - Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social. | | |
| CE37 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio. | | |
| CE38 - Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad. | | |
| CE40 - Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos compatibles e incluso sinérgicos. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 42 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 2 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 14 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 90 | 0 |
| Evaluación. | 2 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta | 50.0 | 60.0 |



| | | |
|--|-------------------------------|------------------------------|
| corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | | |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 30.0 | 40.0 |
| Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros. | 10.0 | 20.0 |
| NIVEL 2: DERECHO | | |
| 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 |
| | | 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: Derecho de la Publicidad | | |
| 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Aproximación a la disciplina jurídica de la publicidad comercial, como actividad, objeto y resultado. A tal fin resulta fundamental alcanzar el entendimiento básico y adquirir el conocimiento esencial de los conceptos, categorías, principios y reglas sobre los que se articula la ordenación jurídica de la publicidad y de las relaciones jurídicas a través de las cuales se proyecta, crea, ejecuta y difunde. Dada la ausencia de una previa formación jurídica, general y específica en Derecho Mercantil, se ha adaptado el contenido de la asignatura de modo que tal laguna no redunde en perjuicio de la formación del alumnado. Se comienza con una primera aproximación a nociones jurídicas básicas, perfilando aquello que sea e integre el Derecho de la Publicidad dentro del marco institucional del mercado, y con una panorámica sobre la disciplina de marcas e instituciones afines para la comprensión de la materia sucesiva. La parte central del programa la constituye el régimen jurídico de la publicidad comercial en una doble vertiente: forma de comunicación sujeta al orden constitucional y a la legalidad vigente e industria en cuyo seno se articulan los distintos contratos instrumentales para su desarrollo.</p> <p>Descriptor de contenidos.</p> <p>El Derecho: generalidades y fuentes. Concepto sustancial de «publicidad» y su trascendencia jurídica. Publicidad y Derecho: caracterización legal de la Publicidad. Medios y destinatarios de la Publicidad. El mercado: marco institucional de la Publicidad. Fuentes del Derecho en Publicidad. La Publicidad ilícita: adecuación constitucional y legalidad del discurso publicitario. La Publicidad desleal: la prohibición general; el ilícito publicitario como acto de competencia desleal, la Publicidad desleal en las relaciones con consumidores y usuarios y el engaño y los encubrimientos publicitarios. Prevención y represión de la publicidad ilícita. Los contratos publicitarios: sujetos y régimen general. El contrato de creación publicitaria. El contrato de difusión publicitaria. El contrato de patrocinio publicitario. El contrato de Publicidad.</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C28 Conocer y comprender las bases jurídicas del marco institucional del mercado y de las libertades y derechos en materia económica. • C29 Conocimiento teórico-práctico de la disciplina jurídica de la competencia y de los signos distintivos (activos intangibles) de las empresas. • C30 Analizar los diferentes ilícitos publicitarios y conocer las correspondientes medidas de prevención y sanción. • C31 Conocer y distinguir el régimen jurídico de los distintos contratos a través de los cuales se articula la actividad publicitaria. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG3 - Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales. | | |
| CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |



| CE2 - Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación. | | |
|---|--------------------|--------------------|
| CE20 - Conocimiento y análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas: aspectos jurídicos fiscales y de relaciones laborales. Su relación con el mercado. Financiación y sistemas de información. Conocimiento de la comunicación específica de los mercados y productos financieros. | | |
| CE29 - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes. | | |
| CE36 - Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social. | | |
| CE37 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio. | | |
| CE38 - Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad. | | |
| CE40 - Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos compatibles e incluso sinérgicos. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 42 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 2 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 14 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 90 | 0 |
| Evaluación. | 2 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 60.0 | 70.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 10.0 | 20.0 |



| | | |
|--|-------------------------------|------------------------------|
| Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros. | 10.0 | 20.0 |
| NIVEL 2: ESTADÍSTICA | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | RAMA | MATERIA |
| Básica | Ciencias Sociales y Jurídicas | Estadística |
| 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: Estadística | | |
| 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

La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia pretende mostrar el fundamento y deducción de las diversas técnicas que vayan siendo expuestas, el problema que motiva su aparición y las condiciones que cada técnica estadística implica para que su aplicación sea válida. De esta forma se podrá llevar a cabo la tarea de ofrecer de modo responsable una interpretación apropiada de los resultados numéricos obtenidos en sus investigaciones. Se podrá así conseguir el conocimiento por parte del alumno de la naturaleza de los diversos instrumentos estadísticos, para saber cuál debe usarse en cada ocasión concreta, las condiciones requeridas por el mismo instrumento elegido, la deducción de las fórmulas que le acompañan, etc., todo lo cual implica unos conocimientos básicos de la Estadística. Se va a poner sumo interés en que el alumno aprenda una serie de técnicas estadísticas inferenciales (aplicables a sus problemas específicos) de modo fundamentado. En suma, pretendemos enseñar al alumno a construir modelos estadísticos que faciliten el proceso de aprendizaje inherente en toda investigación empírica.

Descriptores de contenidos.

Estadística Descriptiva: univariante, bivariante y números índices. Introducción a la Probabilidad. Distribuciones continuas. Inferencia estadística: métodos de muestreo, estimaciones puntuales y de intervalo, contrastes paramétricos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Competencias Específicas de la materia

- C32 Conocer e interpretar las medidas descriptivas y representaciones gráficas de datos más usuales.
- C33 Sintetizar y analizar descriptivamente y gráficamente un conjunto de datos.
- C34 Comprender y aplicar el concepto de probabilidad, las reglas de cálculo probabilístico y los modelos probabilísticos más usuales.
- C35 Conocer, comprender y aplicar las técnicas de inferencia básicas y habilidad en el cálculo e interpretación de intervalos de confianza y contraste de hipótesis en una y dos poblaciones, y su extensión al caso de más de dos poblaciones.
- C36 Tomar decisiones fundadas y eficaces respecto a la selección, utilización y evaluación de los métodos y técnicas estadísticas, en función de los fines que se persigan.
- C37 Desarrollar la capacidad de cuestionarse, críticamente, todos los asuntos relacionados con la Estadística.
- C38 Integrar los conocimientos teóricos y prácticos como vía para el desarrollo de un conocimiento y pensamiento reflexivo y totalizador respecto a la Estadística.
- C39 Aplicar herramientas informáticas estadísticas para el desarrollo y la explotación de sistemas de información.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional.

CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional.

CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.

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

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE4 - Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación publicitaria: creativos, empresas, instituciones, agencias de publicidad y de RR.PP., medios, soportes y públicos.

CE7 - Análisis e investigación de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria. Compra de los mismos.



| | | |
|---|---------------------------|---------------------------|
| CE39 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 24 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 3 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 14 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 16 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 90 | 0 |
| Evaluación. | 3 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 70.0 | 80.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 5.0 | 10.0 |
| Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de | 5.0 | 10.0 |



| | | |
|---|------------------------|----------------------------|
| actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros. | | |
| NIVEL 2: FUNDAMENTOS, ESTRUCTURAS Y ORGANIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA Y LAS RELACIONES PÚBLICAS | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Obligatoria | |
| ECTS NIVEL 2 | 24 | |
| DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual | | |
| ECTS Anual 1 | ECTS Anual 2 | ECTS Anual 3 |
| 12 | 12 | |
| ECTS Anual 4 | ECTS Anual 5 | ECTS Anual 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: Teoría de la Publicidad y de las Relaciones Públicas | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Obligatoria | 12 | Anual |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
| ECTS Anual 1 | ECTS Anual 2 | ECTS Anual 3 |
| 12 | | |
| ECTS Anual 4 | ECTS Anual 5 | ECTS Anual 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: Empresa y Estructuras de la Publicidad y Relaciones Públicas | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Obligatoria | 12 | Anual |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
| ECTS Anual 1 | ECTS Anual 2 | ECTS Anual 3 |
| | 12 | |
| ECTS Anual 4 | ECTS Anual 5 | ECTS Anual 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Contenidos.</p> <p>Materia que expone los fundamentos teóricos y científicos de estas dos modalidades de comunicación de carácter persuasivo desde una perspectiva teórico-analítica, presentando a continuación el origen, la evolución histórica y la trayectoria que ha dado lugar a diferentes teorías y modelos generales de comunicación. Se tratan algunos de los aspectos específicos que dan sentido a estas dos disciplinas dentro del contexto actual del mundo de las organizaciones, las empresas y las instituciones. La segunda parte de la materia tiene como objeto el conocimiento de la misma desde la perspectiva de la organización empresarial. A partir del funcionamiento de la empresa, se analizan las relaciones intra e inter-organizacionales de los diferentes actores que conforman el sistema publicitario, tratando de ofrecer una visión global de la actividad publicitaria, del proceso y de la metodología de trabajo. Además, se sientan las bases de la estructura de los diferentes agentes implicados en el desarrollo de una campaña de comunicación y se analizan las características, evolución y tendencias desde el ámbito local, nacional e internacional.</p> <p>Descriptor</p> <p>Marco conceptual de la Publicidad: naturaleza y alcance. Origen, evolución histórica y trayectoria de la Publicidad. La Publicidad de hoy en el contexto de la Comunicación Integrada. La Publicidad y las disciplinas afines. Marco conceptual de las Relaciones Públicas: naturaleza y alcance. Origen, evolución histórica y trayectoria de la Relaciones Públicas: EEUU, Europa y España. Los públicos en las Relaciones Públicas. Medios de Comunicación y Relaciones Públicas. La Publicidad y las Relaciones Públicas desde la perspectiva empresarial. Estructura del sistema Publicitario y de las Relaciones Públicas: el anunciante, la agencia, los medios de comunicación y el consumidor. La investigación, la industria auxiliar y los perfiles profesionales.</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C40 Conocer y comprender los procesos, estructuras y evolución diacrónica de la publicidad y las relaciones públicas. • C41 Conocer y analizar la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación persuasiva (comercial e institucional): empresas, instituciones, agencias de publicidad y de relaciones públicas, medios, soportes y públicos. • C42 Conocer, comprender y articular los procesos y técnicas de concepción, planificación, diseño, implementación y evaluación de campañas de comunicación integral. • C43 Conocer y comprender las herramientas y procesos de comunicación persuasiva donde se integran la publicidad y las relaciones públicas así como capacidad para su integración estratégica. • C44 Conocer y comprender los principios y conceptos fundamentales del marketing. • C45 Identificar y utilizar eficazmente las herramientas de comunicación en medios convencionales y no convencionales. • C46 Reconocer y utilizar la terminología profesional básica. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
| CE1 - Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas. | | |
| CE2 - Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación. | | |
| CE3 - Estudio del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección. En especial de la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa, y de los mercados y de los productos financieros. | | |
| CE4 - Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación publicitaria: creativos, empresas, instituciones, agencias de publicidad y de RR.PP., medios, soportes y públicos. | | |
| CE5 - Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios: sus características, tipologías y problemáticas. | | |
| CE8 - Estudio de los métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones en las áreas de comunicación en general y de publicidad y relaciones públicas, en las empresas e instituciones. | | |
| CE10 - Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas. | | |
| CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa. | | |
| CE19 - Conocimiento de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación publicitaria, de las relaciones públicas y corporativas en la empresa pública y privada. | | |
| CE20 - Conocimiento y análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas: aspectos jurídicos fiscales y de relaciones laborales. Su relación con el mercado. Financiación y sistemas de información. Conocimiento de la comunicación específica de los mercados y productos financieros. | | |
| CE22 - Conocimiento del ordenamiento jurídico de la comunicación publicitaria y de RR. PP. Estudio de los principios éticos y de las normas deontológicas de la publicidad y de las relaciones públicas. | | |
| CE25 - Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación. | | |
| CE35 - Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales. | | |
| CE38 - Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 144 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 8 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 80 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 360 | 0 |
| Evaluación. | 8 | 100 |



| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
|---|--------------------|---------------------|
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 70.0 | 80.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 20.0 | 30.0 |
| NIVEL 2: FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Obligatoria | |
| ECTS NIVEL 2 | 12 | |
| DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual | | |
| ECTS Anual 1 | ECTS Anual 2 | ECTS Anual 3 |
| | 12 | |
| ECTS Anual 4 | ECTS Anual 5 | ECTS Anual 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: Comunicación Institucional y Corporativa | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Obligatoria | 12 | Anual |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
| ECTS Anual 1 | ECTS Anual 2 | ECTS Anual 3 |
| | 12 | |



| ECTS Anual 4 | ECTS Anual 5 | ECTS Anual 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Esta materia introduce al estudiante en el estudio de las principales dimensiones de trabajo en la comunicación de organizaciones y empresas gestionadas desde un departamento unificado o de dirección de comunicación. Se estructura a partir de los dos grandes bloques de Comunicación Interna y Comunicación Externa, penetra en las principales dimensiones de trabajo de la organización, como la comunicación de crisis, la comunicación con los medios de comunicación o la comunicación 2.0. En cada una de ellas, el estudiante podrá familiarizarse con los principales objetivos, las características y las herramientas que debe manejar para lograr una gestión acertada y eficaz de su comunicación en el contacto permanente con sus públicos estratégicos. Se complementa el estudio de la materia con la realización de un plan de comunicación que cada grupo de alumnos debe ejecutar en una organización externa de su elección y en el que deben incorporar toda la información aportada en la asignatura, junto con su capacidad de trabajo en equipo y su capacidad de adaptarse a una organización real.</p> <p>Descriptor de contenidos.</p> <p>Comunicación Corporativa y Dircom: la comunicación en la organización. Definiciones de Comunicación en la organización: repaso histórico. Comunicación en el organigrama empresarial: funciones del Dircom. Comunicación Interna: funciones de la comunicación interna en la organización actual. Comunicación Interna informal y formal: instrumentos de Comunicación Interna. Comunicación Corporativa. Comunicación de crisis. Comunicación con los medios. Comunicación Externa</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C47 Conocer y comprender los conceptos, técnicas y procesos de configuración de la personalidad e imagen pública de las instituciones y organizaciones. • C48 Conocer y comprender los procesos y naturaleza de la gestión del conocimiento y de los activos intangibles de las organizaciones y de sus programas de comunicación. • C49 Conocer y distinguir las modalidades de comunicación específica para los públicos especialmente relevantes en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas. • C50 Conocer, comprender y analizar la estructura, constitución, dinámica y funciones del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de así como desarrollar las habilidades y técnicas necesarias para su dirección. • C51 Conocer y aplicar las técnicas de gestión de la comunicación corporativa e institucional, con especial atención a la comunicación política y a la de crisis. • C52 Identificar, analizar y gestionar las relaciones de las instituciones y organizaciones con los poderes públicos, los medios de comunicación, los agentes sociales, los proveedores/distribuidores, con especial atención a la comunicación interna de las instituciones y organizaciones. • C53 Identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa. • C54 Identificar y clasificar a los diferentes públicos y comunicarse eficazmente con ellos. • C55 Adaptarse a los objetivos organizacionales. • C56 Gestionar la comunicación interna de la empresa. • C57 Concebir, planificar, implementar y evaluar planes de comunicación corporativa, con especial atención a la fase de diagnóstico, los principales métodos de investigación y análisis de opinión, a la dirección y gestión de departamentos de comunicación en las instituciones y organizaciones. • C58 Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen, identidad, cultura y reputación social corporativa de las empresas e instituciones. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
| CE3 - Estudio del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección. En especial de la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa, y de los mercados y de los productos financieros. | | |
| CE6 - Estudio de los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias. Desarrolla los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, asistir a los operadores que tienen que tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa. | | |
| CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa. | | |
| CE18 - Conocimiento, análisis y desarrollo de técnicas de comunicación, de investigación motivacional y de evaluación de los efectos psicosociales de la comunicación social. | | |
| CE19 - Conocimiento de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación publicitaria, de las relaciones públicas y corporativas en la empresa pública y privada. | | |
| CE21 - Conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas, estudiando la metodología necesaria para analizar el estado corporativo, evaluarlo mediante auditoría y diseñar una estrategia específica. | | |
| CE24 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa. Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos, tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual. | | |
| CE25 - Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación. | | |
| CE32 - Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa. | | |
| CE33 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma. | | |
| CE36 - Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social. | | |
| CE37 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio. | | |
| CE40 - Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos compatibles e incluso sinérgicos. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 84 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 4 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 4 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / | 24 | 100 |



| | | |
|---|---------------------------|---------------------------|
| Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | | |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 180 | 0 |
| Evaluación. | 4 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 70.0 | 80.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 20.0 | 30.0 |
| NIVEL 2: TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN APLICADAS A LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Obligatoria | |
| ECTS NIVEL 2 | 12 | |
| DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual | | |
| ECTS Anual 1 | ECTS Anual 2 | ECTS Anual 3 |
| | 12 | |
| ECTS Anual 4 | ECTS Anual 5 | ECTS Anual 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: Técnicas y Herramientas de Investigación Publicitaria | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Obligatoria | 12 | Anual |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
| ECTS Anual 1 | ECTS Anual 2 | ECTS Anual 3 |
| | 12 | |
| ECTS Anual 4 | ECTS Anual 5 | ECTS Anual 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 | | |
| <p>La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos.</p> | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Esta materia expone la necesidad de investigar para tomar decisiones en el ámbito publicitario. Hacen falta datos concretos para establecer directrices y planes de acción. La asignatura se orienta al conocimiento por parte del alumno de las etapas del proceso de investigación así como las herramientas y técnicas más utilizadas. La investigación es esencial para entender a los destinatarios de la publicidad o cualquier acción de comunicación, para diseñar y concebir mejores mensajes, para elegir los canales de comunicación más adecuados, y para controlar los resultados. A su finalización el alumno será capaz de llevar a cabo una investigación en el ámbito publicitario e interpretar y comprender mejor los resultados de una realizada por terceros. En esta materia se explican las principales técnicas cualitativas y cuantitativas utilizadas en el ámbito publicitario; respecto a las cuantitativas, el alumno será capaz de diseñar las técnicas necesarias para obtener información, codificarla y realizar un análisis estadístico adecuado para obtener resultados y conclusiones. Las técnicas cualitativas permiten obtener información valiosa con la que conocer con mayor detalle la naturaleza del problema a resolver. El alumno debe comprender la complementariedad entre los dos tipos de técnicas, y conocer la idoneidad de una u otra en función del problema a resolver.</p> <p>Descriptores de contenidos.</p> <p>El rol de la investigación en el ámbito publicitario. Recogida de información: diseño del cuestionario y muestreo. Análisis básico de datos y análisis multivariante. La investigación cualitativa: entrevistas en profundidad e historias de vida; dinámicas de grupo y observación. Análisis de contenido y otras técnicas. Análisis e interpretación en investigación cualitativa. Elaboración y presentación del informe de investigación</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C59 Conocer y aplicar los modelos y técnicas de investigación de la comunicación persuasiva, tanto cuantitativos como cualitativos, en el ámbito de la emisión (estudios de control), del mensaje (estudios de pretest), de los medios y soportes (análisis de medios), del receptor (investigación de audiencias, estudios de mercado, estudios del consumidor, etc.) y de los efectos (estudios de posttest, estudios de eficacia, etc.), así como de sus interrelaciones. • C60 Conocer y aplicar los métodos y técnicas de marketing específicos para la toma de decisiones en las áreas de comunicación, en general, y de publicidad y relaciones públicas en las empresas e instituciones, en particular. • C61 Conocer y comprender los fundamentos de investigación y documentación para el profesional de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas • C62 Conocer las principales utilidades de la investigación aplicada a la comunicación publicitaria y de relaciones públicas y su relación con los planes de marketing y de comunicación de las organizaciones. • C63 Interpretar y analizar el Plan de Marketing de las organizaciones • C64 Diseñar, ejecutar y controlar el Plan de Marketing de las organizaciones. • C65 Planificar y ejecutar investigaciones sobre comunicación publicitaria: seleccionar las técnicas de análisis adecuadas en función de las necesidades de investigación, analizar los datos y utilizar los resultados obtenidos para la toma de decisiones • C66 Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de búsqueda y obtención de datos • C67 Destreza en el manejo de las aplicaciones informáticas de investigación en comunicación, publicidad y relaciones públicas. | | |



| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
|---|-------|----------------|
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG2 - Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos. | | |
| CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
| CE4 - Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación publicitaria: creativos, empresas, instituciones, agencias de publicidad y de RR.PP., medios, soportes y públicos. | | |
| CE6 - Estudio de los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias. Desarrolla los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, asistir a los operadores que tienen que tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa. | | |
| CE8 - Estudio de los métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones en las áreas de comunicación en general y de publicidad y relaciones públicas, en las empresas e instituciones. | | |
| CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa. | | |
| CE17 - Conocimiento y estudio de los procesos de marketing y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia, entre otras. | | |
| CE18 - Conocimiento, análisis y desarrollo de técnicas de comunicación, de investigación motivacional y de evaluación de los efectos psicosociales de la comunicación social. | | |
| CE36 - Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social. | | |
| CE37 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 70 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 4 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión | 6 | 100 |



| | | |
|--|-----|-----|
| de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | | |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 36 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 180 | 0 |
| Evaluación. | 4 | 100 |

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información.

Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos.

Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate.

Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia.

Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
|--|--------------------|--------------------|
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 60.0 | 70.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 30.0 | 40.0 |
| Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros. | 5.0 | 10.0 |

NIVEL 2: FUNDAMENTOS Y PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN

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: Procesos Psicosociales de la Comunicación e Información | | |
| 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Materia que muestra el conocimiento y estudio de los procesos psicosociales básicos y de interacción social que resultan fundamentales en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas. En su desarrollo se pretende conocer las contribuciones teóricas más importantes de la Psicología Social en relación a los procesos de interacción social, principalmente en los procesos de comunicación, introducir al alumno en el estudio de la relación individuo-grupo-sociedad en relación con distintos procesos de interacción social e identificar las características relevantes del comportamiento en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.</p> <p>Descriptor de contenidos.</p> <p>Psicología Social: Procesos básicos cognitivos y emocionales. Psicología Social y Psicología de la Comunicación. Cognición social, percepción social y atribución causal. Naturaleza, formación, persuasión y cambio de actitudes. Procesos de influencia social. Estereotipos, prejuicio y discriminación. El papel de las emociones en los procesos de interacción social. Niveles de análisis del comportamiento social en la comunicación. Comunicación verbal y no verbal.</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |



| | | |
|--|--------------|-----------------------|
| <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C68 Conocer y comprender los fundamentos psicosociales de la comunicación y de la información. • C69 Comprender los procesos globales de la comunicación y de la información de los distintos modelos existentes, así como de sus diferentes aportaciones científicas y técnicas y de su origen y evolución, adquiriendo las habilidades para su aplicación al diseño de campañas persuasivas. • C70 Diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal y de sus características específicas y diferenciales, mediante la comprensión de las bases psicosociales de su funcionamiento y del proceso comunicativo e informativo específico de cada medio. • C71 Desarrollar con profundidad la capacidad para comprender las bases psicológicas de la comunicación y de la información (percepción, atención, memoria, motivación, etc.) así como las bases psicosociales (vigencias, actitudes, interacción social...), con especial atención a las bases psicológicas de la persuasión (desarrollo y cambio de actitudes). Desarrollo de las habilidades para aplicar este conocimiento al diseño de campañas persuasivas, así como a la investigación académica y la docencia en el campo de la comunicación, la información, la publicidad y las relaciones públicas. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
| CE1 - Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas. | | |
| CE4 - Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación publicitaria: creativos, empresas, instituciones, agencias de publicidad y de RR.PP., medios, soportes y públicos. | | |
| CE10 - Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas. | | |
| CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa. | | |
| CE15 - Conocimiento y análisis de los procesos psicológicos básicos en la comunicación y en el consumidor y modelos psicológicos específicos desarrollados para la comunicación y la persuasión. | | |
| CE16 - Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación. | | |
| CE18 - Conocimiento, análisis y desarrollo de técnicas de comunicación, de investigación motivacional y de evaluación de los efectos psicosociales de la comunicación social. | | |
| CE35 - Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 40 | 100 |



| | | |
|--|----|-----|
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 3 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 15 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 90 | 0 |
| Evaluación. | 2 | 100 |

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información.

Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos.

Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia.

Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
|--|--------------------|--------------------|
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 60.0 | 70.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 30.0 | 40.0 |
| Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros. | 5.0 | 10.0 |

NIVEL 2: INTERACCIÓN DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL Y SU EVOLUCIÓN CON LA COMUNICACIÓN

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: Publicidad y Cultura de Masas | | |
| 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Esta materia aporta el conocimiento inicial sobre los mecanismos de las industrias culturales para generar la denominada "cultura de masas" y el papel de la publicidad en estos procesos socioculturales. Además, proporciona a los alumnos las herramientas teórico-prácticas para realizar un análisis en profundidad de las relaciones publicidad-cultura de masas..</p> <p>Descriptor de contenidos.</p> <p>Cultura de Masas, Consumo e Industrias Culturales. Cultura de Masas, contexto general de la Publicidad. La marca: expresión publicitaria de la cultura de masas. Industrias culturales y Publicidad. La publicidad como industria cultural. Cultura Global Publicitaria. Cultura Promocional. Tendencias socio-culturales y "coolhunting".</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> C72 Conocer y comprender la evolución de los aspectos industriales, sociales y estéticos que inciden en las transformaciones de los elementos, formas y procesos de la comunicación persuasiva. C73 Conocimiento del estado del mundo y de sus manifestaciones culturales, así como de su evolución, buscando el reflejo de sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales) en la publicidad y las relaciones públicas. | | |



- C74 Comprender y evaluar críticamente las interrelaciones de la comunicación comercial y no comercial con el entorno, con especial énfasis en la influencia que puede ejercer la comunicación en la transformación de los parámetros industriales, sociales y estéticos.
- C75 Entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.
- C76 Interactuar eficazmente con los diferentes públicos y la sociedad aplicando el conocimiento sincrónico y diacrónico del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico.
- C77 Diferenciar e interpretar los diferentes movimientos artísticos, estéticos y culturales y su presencia respecto a la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.
- C78 Interpretar las implicaciones y efectos culturales de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.
- C79 Desarrollar los recursos y habilidades para diseñar campañas y acciones de comunicación, tanto comerciales como no comerciales, para la transformación del entorno.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.

CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional.

CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional.

CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos.

CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.

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

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE10 - Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas.

CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa.

CE14 - Estudio y evolución de los aspectos industriales, sociales y estéticos que inciden en las transformaciones de los elementos, formas y procesos de la comunicación publicitaria.

CE35 - Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.

CE37 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.

CE38 - Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
|--|-------|----------------|
| Exposición teórica | 30 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 2 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión | 18 | 100 |



| | | |
|--|----|-----|
| de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | | |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 8 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 90 | 0 |
| Evaluación. | 2 | 100 |

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información.

Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos.

Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate.

Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia.

Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
|--|--------------------|--------------------|
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 50.0 | 60.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 40.0 | 50.0 |
| Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros. | 5.0 | 10.0 |

NIVEL 2: TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN

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 | 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: Tecnologías para la Producción de Contenidos Publicitarios I | | |
| 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: Tecnologías para la Producción de Contenidos Publicitarios II | | |
| 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Esta materia pretende introducir al alumnado en los conocimientos de las distintas tecnologías para la producción de contenidos publicitarios. En concreto, se estudiarán los procedimientos y las herramientas profesionales de aplicación a las distintas tecnologías para la producción de estos contenidos en formatos audiovisuales (cine, televisión e Internet). Se abordará la producción de determinadas tareas de diseño gráfico, así como la realización de un spot publicitario comprendiendo las fases de preproducción, producción y el proceso de postproducción.</p> <p>Descriptores de contenidos.</p> <p>Introducción a las tecnologías para la producción de contenidos publicitarios. Fundamentos de imagen digital. Diseño gráfico: fundamentos, tipografía, visualización y composición. Fundamentos de audio y vídeo digital. El esquema de producción. Producto, cliente, agencia y productora audiovisual. El 'brief' creativo de la campaña publicitaria como guión de la producción audiovisual preproducción publicitaria: la imagen y la banda sonora. La relación plástica, dialéctica y rítmica. El lenguaje audiovisual. El 'copy': tratamiento de guión y storyboard gráfico. El diseño de producción, desglose de secuencias, y localizaciones. La función del realizador y el equipo de rodaje. Equipamientos de iluminación en interiores y exteriores. La planificación, la apertura de localización y set de rodaje. Tecnologías para la postproducción y exhibición publicitaria.</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C80 Conocer y aplicar las posibilidades y recursos de las tecnologías para la comunicación y los rasgos generales sobre los sistemas utilizados para procesar, elaborar y ejecutar la comunicación, especialmente la publicitaria y la de las relaciones públicas. • C81 Conocimientos teórico-prácticos de la producción y realización en medios impresos, audiovisuales e hipermedia. • C82 Comprender y utilizar las herramientas tecnológicas del sector, tanto a nivel de equipos como de aplicaciones informáticas y audiovisuales. • C83 Comunicar eficazmente al productor las necesidades conceptuales y estratégicas para su traducción a través de las posibilidades técnicas. • C84 Desarrollar labores de dirección para la implementación de la producción. • C85 Desarrollar labores de dirección para la implementación de la realización. • C86 Concebir y realizar fotografías publicitarias. • C87 Elaborar vídeos empresariales e institucionales. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG2 - Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos. | | |
| CG3 - Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales. | | |
| CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
| CE10 - Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas. | | |
| CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa. | | |
| CE12 - Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación. | | |
| CE30 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas. | | |
| CE31 - Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos. | | |
| CE34 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes. | | |
| CE39 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 45 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 6 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 40 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 25 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 180 | 0 |
| Evaluación. | 4 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |



Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate.

Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia.

Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
|--|--------------------|--------------------|
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 50.0 | 60.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 40.0 | 50.0 |

NIVEL 2: FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE LA ESTRATEGIA DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA Y DE RELACIONES PÚBLICAS

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

| | |
|--------------|-------------|
| CARÁCTER | Obligatoria |
| ECTS NIVEL 2 | 12 |

DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual

| ECTS Anual 1 | ECTS Anual 2 | ECTS Anual 3 |
|--------------|--------------|--------------|
| | | 12 |
| ECTS Anual 4 | ECTS Anual 5 | ECTS Anual 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: Estrategias de Comunicación y Eficacia Publicitaria

5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
|-------------|-----------------|---------------------|
| Obligatoria | 12 | Anual |

DESPLIEGUE TEMPORAL

| ECTS Anual 1 | ECTS Anual 2 | ECTS Anual 3 |
|--------------|--------------|--------------|
| | | 12 |
| ECTS Anual 4 | ECTS Anual 5 | ECTS Anual 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Esta materia pretende conseguir que el alumno esté en condiciones de comprender, identificar y aplicar las diferentes estrategias de comunicación que se emplean dentro del ámbito de la publicidad y las relaciones públicas. De igual forma, se establece un recorrido por las distintas formas y tipologías que dichas estrategias aportan, para finalmente poder establecer métodos de reconocimiento y ejecución de acciones publicitarias y de relaciones públicas eficaces.</p> <p>Descriptores de contenidos.</p> <p>Definición y alcance del concepto de estrategia. Las dimensiones de la estrategia. La estrategia en el ámbito de la comunicación pública: de la interacción simbólica a la comunicación estratégica. La comunicación estratégica: comunicación corporativa; gestión de la marca; persuasión, propaganda y retórica; persuasión, publicidad y relaciones públicas; el proceso de la comunicación política.</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de la Materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C88 Comprender y valorar la estrategia de comunicación, su evolución histórica, dimensiones, alcance e impacto en el sistema publicitario y de las relaciones públicas. • C89 Comprender y valorar la integración de la estrategia de comunicación en el proceso estratégico en las organizaciones, el management y la gestión de intangibles en el marco de las teorías de la competitividad. • C90 Conocer y comprender los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa. • C91 Conocer y comprender los principios del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las organizaciones, estudiando la metodología necesaria para el estudio y la investigación del estado corporativo, evaluarlo mediante auditoría y diseñar una estrategia específica. • C92 Comprender, interpretar y analizar los procesos de comunicación y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia, etc. • C93 Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones que permitan la detección e identificación de las oportunidades del mercado. • C94 Habilidad para detectar oportunidades del mercado. • C95 Destreza para establecer una relación de confianza, entendimiento, credibilidad y eficacia comunicativa con el anunciante. • C96 Tomar eficazmente decisiones estratégicas, definir objetivos y programar acciones concretas de comunicación, especialmente publicitarias y de las relaciones públicas, así como medir sus resultados (incluso mecanismos de retroalimentación). • C97 Gestionar el tiempo, con capacidad para la organización y temporalización de las tareas. • C98 Analizar, sintetizar y evaluar críticamente de cara a la conceptualización de los mensajes publicitarios así como a objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos. • C99 Utilizar eficazmente las diferentes herramientas de investigación del mercado y del consumidor (pre-tests y post-tests) con la finalidad de obtener un conocimiento en profundidad del consumidor y su comportamiento, además de tendencias, hábitos y estilos de vida. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
| CE1 - Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas. | | |
| CE3 - Estudio del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección. En especial de la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa, y de los mercados y de los productos financieros. | | |
| CE6 - Estudio de los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias. Desarrolla los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, asistir a los operadores que tienen que tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa. | | |
| CE8 - Estudio de los métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones en las áreas de comunicación en general y de publicidad y relaciones públicas, en las empresas e instituciones. | | |
| CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa. | | |
| CE17 - Conocimiento y estudio de los procesos de marketing y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia, entre otras. | | |
| CE19 - Conocimiento de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación publicitaria, de las relaciones públicas y corporativas en la empresa pública y privada. | | |
| CE21 - Conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas, estudiando la metodología necesaria para analizar el estado corporativo, evaluarlo mediante auditoria y diseñar una estrategia específica. | | |
| CE32 - Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa. | | |
| CE33 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma. | | |
| CE36 - Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social. | | |
| CE37 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio. | | |
| CE38 - Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad. | | |
| CE39 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual. | | |
| CE40 - Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos compatibles e incluso sinérgicos. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 56 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 6 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 54 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, | 180 | 0 |



| | | |
|---|------------------------------|------------------------------|
| sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | | |
| Evaluación. | 4 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 60.0 | 70.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 30.0 | 40.0 |
| NIVEL 2: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN PUBLICITARIA Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Obligatoria | |
| ECTS NIVEL 2 | 18 | |
| DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral | | |
| ECTS Cuatrimestral 1 | ECTS Cuatrimestral 2 | ECTS Cuatrimestral 3 |
| ECTS Cuatrimestral 4 | ECTS Cuatrimestral 5 | ECTS Cuatrimestral 6 |
| | 12 | 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 Publicitaria | | |



| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
|--|-----------------------|-----------------------|
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Obligatoria | 12 | Anual |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
| ECTS Anual 1 | ECTS Anual 2 | ECTS Anual 3 |
| | | 12 |
| ECTS Anual 4 | ECTS Anual 5 | ECTS Anual 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: Discurso 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 |
| | | |
| 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 | | |
| <p>La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos.</p> | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Esta materia pretende sistematizar el conjunto de las relaciones existentes entre proceso creador y el proceso estratégico publicitario desde un punto de vista, tanto teórico como práctico y dentro del contexto de la comunicación publicitaria, entendida ésta como praxis profesional y como disciplina académica. Finalmente se aborda el estudio de la comunicación publicitaria, su estructura, análisis y estrategias: retórica, semiótica y mitoanálisis.</p> <p>Descriptor de contenidos.</p> <p>El concepto de creatividad: origen y definiciones del concepto; evolución histórica. Modelos psicológicos sobre el proceso creativo. La creatividad: enfoques teóricos: teorías psicológicas, filosóficas o precientíficas, la creatividad como concepto aplicado a la comunicación publicitaria. La creatividad</p> | | |



publicitaria y sus agentes. El proceso publicitario de creación. Creatividad y nuevas tecnologías. Incentivación de la creatividad. La naturaleza discursiva de la cultura de masas contemporánea. Conceptos de retórica, semiótica y pragmática para la comprensión del discurso publicitario. Textos y discursos publicitarios. El contexto de los discursos publicitarios. Herramientas y procesos para el análisis y la construcción de discursos publicitarios.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Competencias Específicas de materia.

- C100 Conocer y comprender los elementos, formas y procesos de los discursos publicitarios y de otras formas de comunicación, y de su evolución.
- C102 Conocer y utilizar los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación, especialmente publicitaria y de las relaciones públicas
- C103 Conocer, interpretar y aplicar los procesos de elaboración y análisis de los mensajes publicitarios y sus códigos.
- C104 Conocer y poner en práctica las estrategias y procesos encaminados a la creación, producción y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.
- C105 Comprender y adaptarse al sistema de trabajo de los departamentos creativos: redacción, dirección de arte, dirección creativa y producción.
- C106 Analizar la información escrita, audiovisual y digital y de los contenidos de los medios de comunicación en general como marco de referencia.
- C107 Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento del proyecto y la estrategia a seguir.
- C108 Desarrollar de la capacidad de perspicacia, de ingenio y la creatividad para hallar soluciones eficaces a problemas inéditos.
- C109 Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje.
- C110 Crear, diseñar y desarrollar elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.
- C111 Habilidades para la innovación y desarrollo de nuevos medios y soportes.
- C112 Habilidad para comprender y explicar la evolución del concepto de publicidad y de relaciones públicas y su relación con unos determinados modelos discursivos, así como la influencia de esas transformaciones en sus características actuales.
- C113 Seleccionar y aplicar el modelo de análisis más adecuado para cada objeto de estudio.
- C114 Utilizar eficazmente los recursos redaccionales, estilísticos, narrativos y retóricos: escritos y visuales.
- C115 Capacidad para comunicarse con fluidez y riqueza en el contexto profesional (de forma oral y escrita).
- C116 Conocer los principios y procesos de la comunicación analógica y digital para la publicidad y las relaciones públicas.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.

CG2 - Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.

CG3 - Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales.

CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional.

CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional.

CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.

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

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE9 - Conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria: escuelas, métodos y técnicas.

CE10 - Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas.



| | | |
|---|---------------------------|---------------------------|
| CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa. | | |
| CE12 - Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación. | | |
| CE30 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas. | | |
| CE31 - Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos. | | |
| CE34 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes. | | |
| CE39 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 76 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 6 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 68 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 26 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 270 | 0 |
| Evaluación. | 4 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta | 50.0 | 70.0 |



| | | |
|--|------------------------------|------------------------------|
| corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | | |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 20.0 | 40.0 |
| Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros. | 5.0 | 10.0 |
| NIVEL 2: DEONTOLOGÍA Y AUTORREGULACIÓN PROFESIONAL | | |
| 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: Responsabilidad y Autorregulación Publicitarias | | |
| 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Esta materia pretende ofrecer al alumno todo el conocimiento posible sobre las normas éticas que deben regular la actividad publicitaria de este modo, el alumno que curse esta materia conseguirá una base ética, que le será de mucha utilidad para el ejercicio de su profesión en un futuro, ya que es imprescindible su conocimiento para hacer buenos anuncios, efectivos y respetuosos con el consumidor. Como adelanto de los contenidos que se verán a lo largo del curso, destacamos el estudio del marco ético de la actividad publicitaria, a través de los distintos códigos deontológicos presentes en el sector.</p> <p>Descriptor de contenidos.</p> <p>La ética. Aproximación al concepto. Filosofía y publicidad. La persuasión publicitaria. La autorregulación publicitaria. Códigos deontológicos. Legislación publicitaria. De los atributos materiales a los inmateriales. El cambio del paradigma publicitario. Supuestos de publicidad no ética. Autocontrol y AIMC (Asociación para la investigación de medios de comunicación)</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C117 Comprender y valorar críticamente los principios de la deontología profesional de la publicidad y las relaciones públicas. • C118 Conocer y distinguir los procesos e instituciones relativos a la autorregulación de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas, especialmente en España y en el ámbito Europeo. • C119 Conocer y comprender los límites y alcance del marco legal de la actividad publicitaria y de relaciones públicas, así como las problemáticas existentes entre los destinatarios y los emisores de la comunicación persuasiva y cómo éstos se relacionan con las iniciativas y procesos de autorregulación vigentes. • C120 Capacidad para ejercer la práctica profesional respetando los derechos humanos fundamentales y de los valores, individuales y colectivos, enmarcados en distintas corrientes culturales y civilizadoras, que la comunicación persuasiva debe respetar y potenciar. • C121 Aplicar el conocimiento teórico-práctico de los criterios morales y normas, que deben inspirar y que limitan la práctica profesional, y que van a permitir al publicitario y al relaciones públicas actuar con libertad y responsabilidad. • C122 Identificar, analizar, manejar y resolver los conflictos morales que se plantean entre sujetos y objetos del sistema de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas, partiendo de lo individual a lo global. • C123 Destrezas, habilidades y técnicas para la dirección de personas, para el trabajo en equipo y para la asunción de liderazgo en el ámbito de la comunicación comercial y no comercial. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos. | | |
| CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
| CE5 - Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios: sus características, tipologías y problemáticas. | | |
| CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa. | | |
| CE13 - Conocimiento de la ética y deontología profesional de la publicidad y de las relaciones públicas así como de su ordenamiento jurídico, que afecta tanto a la práctica y a la conducta ética que debe presidir el quehacer del profesional. | | |
| CE22 - Conocimiento del ordenamiento jurídico de la comunicación publicitaria y de RR. PP. Estudio de los principios éticos y de las normas deontológicas de la publicidad y de las relaciones públicas. | | |
| CE36 - Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social. | | |
| CE37 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio. | | |
| CE38 - Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 36 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 2 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 9 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 11 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 90 | 0 |
| Evaluación. | 2 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |



| | | |
|--|---------------------------|----------------------------|
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 60.0 | 70.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 30.0 | 40.0 |
| NIVEL 2: PROCESOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN, PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS Y SOPORTES | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Obligatoria | |
| ECTS NIVEL 2 | 12 | |
| DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual | | |
| ECTS Anual 1 | ECTS Anual 2 | ECTS Anual 3 |
| | | 12 |
| ECTS Anual 4 | ECTS Anual 5 | ECTS Anual 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: Planificación de Medios y Soportes | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Obligatoria | 12 | Anual |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
| ECTS Anual 1 | ECTS Anual 2 | ECTS Anual 3 |
| | | 12 |
| ECTS Anual 4 | ECTS Anual 5 | ECTS Anual 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 | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | |
| <p>Esta materia tiene como objetivo que el alumno se familiarice con las actividades de planificación y selección de medios publicitarios así como en la elaboración de un plan de medios óptimo. Al finalizar su estudio, el alumno habrá adquirido una serie de conocimientos que le permitirán comprender la ubicación del plan de medios dentro del plan de publicidad y el plan de marketing de la empresa; conocer los medios publicitarios en cuanto a su estructura, características y formatos, conocer las distintas fuentes de información en el plan de medios (estudios de audiencia, inversión publicitaria, audimetría, tirada y difusión, etc.), dominar los conceptos y parámetros básicos del planificador de medios y elaborar un plan de medios óptimo para una campaña publicitaria. Estos conocimientos permitirán al alumno trabajar en su futuro laboral para las empresas del ámbito de la comunicación.</p> <p>Descriptor de contenidos.</p> <p>Planificación de Medios Publicitarios. Optimizar el Plan de Medios. Integración del Plan de medios en el Plan de Publicidad. Fuentes de información de medios. Dominar los conceptos básicos de la planificación de medios. Realizar campañas publicitarias.</p> | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | |
| <p>Competencias Específicas de materia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • C125 Analizar y seleccionar medios y soportes conforme a la aplicación adecuada de técnicas de planificación. • C126 Conocer y aplicar las técnicas de compra y negociación de espacios • C127 Planificar y desarrollar el análisis e investigación de audiencias, así como evaluar la eficacia de la planificación. • C128 Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrollan el departamento y la central de medios. • C129 Destrezas en la negociación y gestiones administrativas en la compra de medios y soportes convencionales y no convencionales. • C130 Utilizar eficazmente las técnicas y los instrumentos adecuados para la elaboración de la estrategia de medios. • C131 Utilizar las herramientas de medición para la interpretación y previsión de la eficacia del plan de medios teniendo en cuenta el papel cada vez más nuclear del consumidor (customer centric media, interactive media). | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | |
| CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional. | |
| CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional. | |
| CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos. | |
| CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades. | |
| 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 | |
| No existen datos | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | |



| | | |
|---|---------------------------|---------------------------|
| CE2 - Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación. | | |
| CE3 - Estudio del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección. En especial de la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa, y de los mercados y de los productos financieros. | | |
| CE5 - Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios: sus características, tipologías y problemáticas. | | |
| CE7 - Análisis e investigación de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria. Compra de los mismos. | | |
| CE8 - Estudio de los métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones en las áreas de comunicación en general y de publicidad y relaciones públicas, en las empresas e instituciones. | | |
| CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa. | | |
| CE25 - Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación. | | |
| CE28 - Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrolla el departamento de medios de una agencia y en mayor medida las denominadas centrales de medios. | | |
| CE29 - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes. | | |
| CE35 - Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 68 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 4 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 44 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 180 | 0 |
| Evaluación. | 4 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala | 50.0 | 60.0 |



| | | |
|--|------------------------------|------------------------------|
| de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | | |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 20.0 | 30.0 |
| Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros. | 10.0 | 20.0 |
| NIVEL 2: ESCRITURA Y EXPRESIÓN ORAL EN INGLÉS APLICADO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN | | |
| 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 | Sí |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| NIVEL 3: Inglés para la Publicidad | | |
| 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 | Sí |



| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
|--|--------|-----------|
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| 5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>La presente materia llevará al alumno a consolidar el nivel B1 (inicial) y avanzar en el B2, tal como se especifica en el Marco europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación. Así, le proporcionarán herramientas para desenvolverse comunicativamente con fluidez en el mundo de la publicidad y RRPP en el contexto global, donde el inglés se utiliza como medio de intercambio y relación internacionales. Se ejercitarán todas las destrezas lingüísticas de un modo integrado y con un enfoque comunicativo. También se fomentará la reflexión y práctica sobre el sistema lingüístico del inglés y su organización gramatical y fonológica. En las sesiones prácticas, además de consolidar el inglés específico -con atención especial a usos y estructuras convencionales junto con la terminología y fraseología básicas- se ahondará también en el inglés académico-científico en este ámbito, proporcionando una base mínima de cara a la consecución del Trabajo Fin de Grado y de desarrollo de proyectos en el área.</p> <p>Descriptor de contenidos.</p> <p>Skills and qualifications, organisations, stakeholders, job adverts. Audit and objectives, marketing strategy, the marketing mix: strategies and tactics. Cultural attitudes and behaviours, target market segments. Types of research, methodology, describing survey results, understanding trends and changes. Branding, branded content, brand values. Promotional mix, internal communication, presentations.</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de materia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • C132 Capacidad de comprensión fluida del inglés estándar escrito y hablado en los contenidos publicitarios y de las relaciones públicas. • C133 Capacidad de comprensión fluida del inglés escrito en registro culto y/o académico. • C134 Dominio de la expresión oral y escrita en inglés estándar para la redacción de contenidos publicitarios y de las relaciones públicas. • C135 Dominio de la expresión oral y escrita en inglés académico para la redacción y defensa de proyectos profesionales y textos científicos. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG2 - Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos. | | |
| CG3 - Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales. | | |
| CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos. | | |
| CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |



| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
|---|--------------------|--------------------|
| CE1 - Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas. | | |
| CE4 - Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación publicitaria: creativos, empresas, instituciones, agencias de publicidad y de RR.PP., medios, soportes y públicos. | | |
| CE5 - Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios: sus características, tipologías y problemáticas. | | |
| CE6 - Estudio de los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias. Desarrolla los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, asistir a los operadores que tienen que tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa. | | |
| CE9 - Conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria: escuelas, métodos y técnicas. | | |
| CE10 - Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas. | | |
| CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa. | | |
| CE12 - Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación. | | |
| CE39 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 42 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 3 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 12 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 90 | 0 |
| Evaluación. | 3 | 0 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala | 60.0 | 70.0 |



| | | |
|--|------------------------------|------------------------------|
| de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | | |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 10.0 | 20.0 |
| Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros. | 10.0 | 20.0 |
| NIVEL 2: GESTIÓN DE INTANGIBLES | | |
| 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 | Sí |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| NIVEL 3: Gestión de Intangibles | | |
| 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 | Sí |



| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
|--|--------|-----------|
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| 5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Los activos intangibles son los bienes inmateriales de una organización que vienen a aportarle valor en la medida en que logran una relación eficiente con sus <i>stakeholders</i>. Se identifican seis activos intangibles básicos: la imagen corporativa, la marca, la reputación corporativa, el conocimiento o capital intelectual de la empresa, la ética y la responsabilidad corporativa y la cultura corporativa. En esta materia se analizan con detalle cada uno de ellos y se reflexiona acerca de las herramientas para promoverlos y afianzarlos.</p> <p>Descriptor de contenidos.</p> <p>Antecedentes. Gestión de intangibles y gestión de conocimiento. Capital estructural, relacional, intelectual y humano. Cultura organizacional y comunicación institucional. La gestión de la Marca. La difusión de valores. Comunicación estratégica. Imagen y reputación corporativa. RSC y difusión de buenas prácticas. Los intangibles en la nueva sociedad del conocimiento. Branding personal. Inteligencia social y competencias emocionales. El líder emocional. Liderazgo y construcción de equipos. Negociación, liderazgo y comunicación de intangibles.</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> C157 Conocimiento teórico-práctico de la gestión de marcas C158 Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen de las empresas y organizaciones, añadiendo valor a sus activos y reforzándolos. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG2 - Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos. | | |
| CG3 - Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales. | | |
| CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |



| | | |
|---|---------------------------|---------------------------|
| CE33 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma. | | |
| CE34 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 38 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 2 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 18 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 90 | 0 |
| Evaluación. | 2 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 60.0 | 70.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 20.0 | 30.0 |
| NIVEL 2: CONSTRUCCIÓN DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN DIGITAL | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Obligatoria | |
| ECTS NIVEL 2 | 12 | |
| DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual | | |
| ECTS Anual 1 | ECTS Anual 2 | ECTS Anual 3 |



| ECTS Anual 4 | ECTS Anual 5 | ECTS Anual 6 |
|---|------------------------|----------------------------|
| 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: Construcción de Servicios de Información Digital | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Obligatoria | 12 | Anual |
| DESPLIEGUE TEMPORAL | | |
| ECTS Anual 1 | ECTS Anual 2 | ECTS Anual 3 |
| | | |
| ECTS Anual 4 | ECTS Anual 5 | ECTS Anual 6 |
| 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Esta materia ofrece al estudiante una visión introductoria sobre los distintos componentes de los sistemas de información digital, así como conceptos básicos sobre sistemas de almacenamiento y recuperación de información, sistemas hipermedia y sistemas de información a través de Internet. También se introducen conceptos de arquitectura de la información, accesibilidad y usabilidad web. Otro de los objetivos de la asignatura se centra en el aprendizaje por parte del estudiante del manejo herramientas, técnicas, métodos y tecnologías, para la elaboración y gestión de contenidos web.</p> <p>Descriptor de contenidos</p> <p>Internet como plataforma para el desarrollo de servicios de información. Diseño Web. Bases de datos en entornos Web. La gestión de contenidos en la Web. Motores de búsqueda, posicionamiento y marketing en la Web. Metadatos, contenidos multicanal y Web Semántica.</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C164 Conocer la estructura y características del sector de la información digital, los principales agentes (proveedores, distribuidores, operadores, usuarios, etc.), el objeto del que se ocupan (la publicación digital en cualquiera de sus formas) y el sistema de distribución que se utiliza. • C165 Conocer los principios teóricos y metodológicos y adquirir la capacidad de usar y aplicar las técnicas, las normativas y otros instrumentos para la reunión, selección, organización, representación, preservación, recuperación, acceso, difusión e intercambio de la información digital. • C166 Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo de los productos hipermedia en sus diversas fases, desde una perspectiva teórica y práctica. • C167 Comprender y aplicar las técnicas de diseño y construcción de los servicios de información digital y utilizar las herramientas informáticas para la implantación, desarrollo y explotación de estos sistemas. | | |



| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
|---|--------------|-----------------------|
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG2 - Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos. | | |
| CG3 - Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
| CE34 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes. | | |
| CE39 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 40 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 6 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 36 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 34 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 180 | 0 |
| Evaluación. | 4 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean | | |



cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información.

Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos.

Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate.

Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia.

Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
|--|--------------------|--------------------|
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 50.0 | 60.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 40.0 | 50.0 |

NIVEL 2: IMAGEN PUBLICITARIA Y COMUNICACIÓN PERSUASIVA EN LOS NUEVOS ENTORNOS TECNOLÓGICOS

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

| | | |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| CARÁCTER | Optativa | |
| ECTS NIVEL 2 | 18 | |
| 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 |
| 18 | | |
| 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: Nuevas Tendencias en Comunicación Publicitaria

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 | | |
| NIVEL 3: Fotografía Publicitaria | | |
| 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 | | |
| NIVEL 3: Producción y Realización de Formatos Publicitarios en Televisión y Soportes Multimedia | | |
| 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Materia optativa que comienza con el estudio y adquisición de conocimientos teórico-prácticos sobre los cambios en la concepción estratégica, el desarrollo aplicado de nuevos formatos publicitarios, las relaciones de los sujetos implicados en los procesos de creación de campañas y las herramientas de control de la eficacia comunicativa en el contexto tecnológico actual, marcado por la aparición de la web 2.0 y las redes sociales. Prosigue con el análisis de las modalidades de la publicidad en televisión, tanto en su vertiente convencional (¿spots¿), como en los nuevos formatos de publicidad no convencional, contenidos cuya creación aporta la estructura sobre la que transmitir y proyectar ideas a través de un lenguaje audiovisual. En último lugar se analiza la aportación de la fotografía publicitaria al contexto de la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación visual, lo que permitirá entender sus posibilidades y sus diferentes usos, tanto desde el punto de vista teórico como práctico en los heterogéneos medios y soportes comunicativos.</p> <p>Descriptores de contenidos.</p> <p>Concepto y contexto de la comunicación digital. Publicidad en Internet. Redes sociales y procesos de viralidad en Internet. Planificación, desarrollo y medición de campañas digitales. La fotografía en el proceso publicitario: evolución y análisis. Lenguaje, diseño y composición visual. Tratamiento de la Imagen. Elementos técnicos de la fotografía publicitaria. Etapas en el diseño y producción de fotografías publicitarias. Lenguaje audiovisual. Proceso creativo y organizativo de la producción audiovisual. Publicidad en televisión y otros soportes.</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>El estudiante tiene que elegir una de las tres materias optativas del plan de estudios y cursar las tres asignaturas en las que se descompone cada una de estas materias optativas.</p> <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C136 Comprender y analizar el impacto de los nuevos entornos tecnológicos (aplicaciones y herramientas, Internet, Web 2.0, comunicaciones móviles, etc.) en los procesos y estrategias de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas, con especial atención a las innovaciones en formatos, relaciones entre los sujetos implicados, procesos de recepción y herramientas de control y eficacia. • C137 Aplicar de forma creativa e innovadora los nuevos soportes y formatos tecnológicos al campo de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas. • C138 Conocimiento teórico-práctico de las teorías de la imagen publicitaria en función de su inserción en el marco social y cultural de la estética de la imagen, con especial atención a las transformaciones relativas a la imagen digital. • C139 Conocer y valorar las técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y los productos multimedia e hipermedia • C140 Aplicar técnicas y procedimientos de la composición de la imagen a los diferentes soportes gráficos y audiovisuales, a partir del conocimiento de las leyes clásicas y de los movimientos estéticos y culturales mediante las nuevas tecnologías de la información. • C141 Utilizar las técnicas y procesos en la organización de la producción fotográfica, así como las técnicas y procesos de creación en el campo de la imagen fija para la publicidad y las relaciones públicas en entornos digitales. • C142 Conocer y aplicar las técnicas y recursos creativos en la producción de contenidos audiovisuales para la comunicación publicitaria y de relaciones públicas. • C143 Idear, planificar y desarrollar guiones publicitarios para radio y televisión, así como de las técnicas básicas para la dirección y realización de contenidos audiovisuales para la comunicación publicitaria y de relaciones públicas. • C144 Aplicar y utilizar con eficacia las técnicas, herramientas y procesos de edición y posproducción de contenidos audiovisuales y sonoros en entornos analógicos y digitales. | | |



| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
|---|--------------|-----------------------|
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |
| CG2 - Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos. | | |
| CG3 - Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales. | | |
| CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional. | | |
| 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 | | |
| No existen datos | | |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS | | |
| CE11 - Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello las lenguas oficiales del Estado y las extranjeras, especialmente la inglesa. | | |
| CE12 - Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación. | | |
| CE30 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas. | | |
| CE31 - Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos. | | |
| CE34 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes. | | |
| CE39 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 96 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 9 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 15 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 54 | 100 |



| | | |
|---|------------------------------|------------------------------|
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 180 | 0 |
| Evaluación. | 6 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 40.0 | 60.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 30.0 | 50.0 |
| Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros. | 10.0 | 20.0 |
| NIVEL 2: GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES Y MULTIMEDIA | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Optativa | |
| ECTS NIVEL 2 | 18 | |
| 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 |
| 18 | | |
| 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: Contenidos Audiovisuales en el Entorno Digital | | |
| 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 | | |
| NIVEL 3: Gestión de Productos Audiovisuales y Multimedia | | |
| 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 | | |
| NIVEL 3: Comercialización de Productos Audiovisuales y Multimedia | | |
| 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Materia optativa que proporciona al alumno los conocimientos básicos sobre los elementos que forman parte de la producción de contenidos digitales en un medio audiovisual, sobre los procesos del entorno digital y sobre los nuevos perfiles laborales que estos sistemas demandan. La digitalización ha hecho emerger un nuevo tipo de contenidos, y ello obliga a conocer las herramientas propias de este mundo y los modos de trabajo, las técnicas y organizativas de los nuevos sistemas digitales. También se estudia el emprendimiento de proyectos audiovisuales y multimedia. Igualmente, esta materia es una introducción al concepto de marketing cultural y del ocio/entretenimiento, así como una sólida aproximación al proceso de comercialización de productos audiovisuales y multimedia, fundamentalmente los relativos al cine y la televisión.</p> <p>Descriptor de contenidos.</p> <p>Introducción: ecología de los medios y entorno tecnoeconómico. La producción de contenidos audiovisuales: del multimedia al medio híbrido. Nuevos profesionales para nuevas tareas. Sistemas de almacenamiento de los contenidos audiovisuales: del 'offline' a la 'nube'. Aproximación teórica al concepto de marketing cultural y del ocio/entretenimiento. Comercialización de productos cinematográficos. Comercialización de productos televisivos. Comercialización en la industria de los videojuegos. Nuevos modelos de negocio: transformaciones en la cadena de valor del Audiovisual-TIC. El relato audiovisual transmediático como herramienta de comercialización</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |



El estudiante tiene que elegir una de las tres materias optativas del plan de estudios y cursar las tres asignaturas en las que se descompone cada una de estas materias optativas.

Competencias Específicas de la materia

- C145 Conocer y aplicar eficazmente las técnicas de programación y de gestión de la distribución de contenidos.
- C146 Conocer y aplicar eficazmente las técnicas y procesos de producción y gestión de recursos de proyectos en cine, radio y televisión.
- C147 Conocer y aplicar eficazmente las técnicas de investigación de audiencias y de los procedimientos de evaluación de la eficacia y rentabilidad de proyectos audiovisuales y multimedia.
- C148 Conocer y aplicar eficazmente las técnicas de promoción, comercialización y planificación publicitaria sobre productos y proyectos audiovisuales y multimedia.
- C149 Conocer y utilizar las herramientas de análisis del mercado del audiovisual.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.

CG2 - Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.

CG3 - Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales.

CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional.

CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional.

CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.

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

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE7 - Análisis e investigación de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria. Compra de los mismos.

CE8 - Estudio de los métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones en las áreas de comunicación en general y de publicidad y relaciones públicas, en las empresas e instituciones.

CE10 - Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas.

CE12 - Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.

CE17 - Conocimiento y estudio de los procesos de marketing y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia, entre otras.

CE21 - Conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas, estudiando la metodología necesaria para analizar el estado corporativo, evaluarlo mediante auditoria y diseñar una estrategia específica.



| | | |
|---|--------------|-----------------------|
| CE23 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de la atención al cliente de la agencia, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing. | | |
| CE24 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa. Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos, tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual. | | |
| CE26 - Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión, y la docencia prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas. | | |
| CE27 - Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia, analizando las características funcionales de la campaña y su desarrollo operativo. | | |
| CE28 - Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrolla el departamento de medios de una agencia y en mayor medida las denominadas centrales de medios. | | |
| CE29 - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes. | | |
| CE32 - Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa. | | |
| CE33 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma. | | |
| CE36 - Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 106 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 6 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 16 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 46 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 270 | 0 |
| Evaluación. | 6 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |



| | | |
|--|------------------------------|------------------------------|
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 30.0 | 40.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 50.0 | 60.0 |
| Procedimientos de observación del trabajo del estudiante: registros de participación, de realización de actividades, cumplimiento de plazos, participación en foros. | 5.0 | 10.0 |
| NIVEL 2: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Optativa | |
| ECTS NIVEL 2 | 18 | |
| 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 |
| 18 | | |
| 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: Dirección de Comunicación y Portavocía | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Optativa | 6 | Cuatrimstral |
| 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 | | |
| NIVEL 3: Comunicación Política | | |
| 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 | | |
| NIVEL 3: Gestión del Conocimiento y Dirección de Recursos Humanos en las Organizaciones | | |
| 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |
| <p>Materia optativa trata de mostrar al estudiante las principales características, funciones y responsabilidades del órgano de Dirección de Comunicación de empresas y organizaciones y, especialmente, en todo aquello que tenga que ver con el órgano de Portavocía, cuya función principal es la de representar el rostro más visible de las organizaciones, al ser el encargado de transmitir la voz oficial de sus órganos directivos, de sus mandatarios y de la información sustancial generada por la institución. Prosigue con el estudio bajo una perspectiva integral de la Comunicación Política y de las tendencias en la opinión pública mediante el dominio de una serie de herramientas conceptuales, teóricas, analíticas y metodológicas. Se persigue lograr una aproximación a los temas y cuestiones que actualmente son objeto de estudio y reflexión por parte de la comunidad científica cuyo conocimiento será útil a los estudiantes no sólo para poder interpretar adecuadamente los fenómenos políticos del mundo contemporáneo sino para ampliar su capacidad de análisis en el marco de otras áreas y disciplinas profesionales. Por último, se introduce al estudiante en el estudio de las políticas y las propuestas que permiten no solo superar la crisis económica y social en la que nos encontramos inmersos, fijando líneas de actuación que ponen su énfasis en el diseño de implantación de modelos de buen gobierno del conocimiento de las organizaciones. Se trata de provocar con aquél una efectiva y eficiente transferencia tecnológica que permita ser concretada en la generación de innovación y capital intelectual para el tejido empresarial y para la sociedad.</p> <p>Descriptor de contenidos.</p> <p>Dirección de Comunicación y portavocía. La relación fuente-periodista: un baile de conveniencia. La adecuación al canal. Mensaje y estrategia de comunicación. El portavoz en las entrevistas y debates. Herramientas para la relación con los medios de comunicación. La comunicación no verbal en el portavoz. El papel de los medios de comunicación en la construcción de una sociedad democrática. La comunicación política en un contexto mediático cambiante. El análisis de la opinión pública. Tendencias actuales en la comunicación política y la opinión pública. La administración de empresas: capacidades directivas. Gestión del conocimiento y capital intelectual. Capital humano. Prácticas de recursos humanos en las organizaciones. Capital estructural, capital relacional y gestión de relaciones con clientes.</p> | | |
| 5.5.1.4 OBSERVACIONES | | |
| <p>El estudiante tiene que elegir una de las tres materias optativas del plan de estudios y cursar las tres asignaturas en las que se descompone cada una de estas materias optativas.</p> <p>Competencias Específicas de la materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • C150 Comprender y aplicar el pensamiento estratégico de la comunicación y el conocimiento de las áreas y fases de la planificación y gestión avanzada de la comunicación estratégica en instituciones y organizaciones, incluyendo el diseño de la imagen corporativa, el diseño de estrategias en medios, la elaboración e implementación de planes de comunicación, estrategias de branding así como auditorías de comunicación e imagen. • C151 Conocer y aplicar las herramientas y técnicas de planificación y gestión de las campañas de comunicación en instituciones y organizaciones. • C152 Conocer y aplicar las técnicas de gestión del conocimiento en las organizaciones, incluyendo: gestión de recursos humanos, gestión de relaciones con el cliente/usuario, técnicas de minería de datos y técnicas de comunicación interna. • C153 Conocer y aplicar los métodos y técnicas específicas para la toma de decisiones en el área de comunicación de las empresas e instituciones, incluyendo habilidades y técnicas de negociación y habilidades directivas, de liderazgo y de gestión. • C154 Definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis pertinentes en los campos de la comunicación política y el marketing electoral, con especial atención a la comunicación de políticas públicas y de gestión de gobierno. • C155 Diseñar y elaborar estrategias para el desarrollo de campañas institucionales, políticas o electorales en todo tipo de ámbito territorial, así como la promoción de candidatos a elección popular. • C156. Aplicar o recomendar métodos y técnicas, recursos e instrumentos, herramientas y tácticas, inherentes a la planificación de estrategias de comunicación política, así como de la presentación de la imagen de candidatos o la gestión de políticas públicas. | | |
| 5.5.1.5 COMPETENCIAS | | |
| 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES | | |
| CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. | | |



| |
|---|
| CG2 - Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos. |
| CG3 - Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales. |
| CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional. |
| CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos. |
| CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades. |
| 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 |
| No existen datos |
| 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS |
| CE3 - Estudio del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección. En especial de la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa, y de los mercados y de los productos financieros. |
| CE6 - Estudio de los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias. Desarrolla los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, asistir a los operadores que tienen que tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa. |
| CE8 - Estudio de los métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones en las áreas de comunicación en general y de publicidad y relaciones públicas, en las empresas e instituciones. |
| CE9 - Conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria: escuelas, métodos y técnicas. |
| CE10 - Conocimiento de los procesos de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas. |
| CE19 - Conocimiento de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación publicitaria, de las relaciones públicas y corporativas en la empresa pública y privada. |
| CE21 - Conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas, estudiando la metodología necesaria para analizar el estado corporativo, evaluarlo mediante auditoría y diseñar una estrategia específica. |
| CE24 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa. Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos, tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual. |
| CE25 - Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación. |
| CE29 - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes. |
| CE32 - Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa. |
| CE33 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma. |



| | | |
|---|---------------------------|---------------------------|
| CE36 - Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social. | | |
| CE37 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio. | | |
| CE40 - Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos compatibles e incluso sinérgicos. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Exposición teórica | 105 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 6 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 30 | 100 |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 33 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 270 | 0 |
| Evaluación. | 6 | 100 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Actividades de clase expositiva: exposición teórica, clase magistral, proyección, etc. dirigida al grupo completo de estudiantes, con independencia de que su contenido sea teórico o aplicado. Junto a la exposición de conocimientos, en las clases se plantean cuestiones, se aclaran dudas, se realizan ejemplificaciones, se establecen relaciones con las diferentes actividades prácticas que se realizan y se orienta la búsqueda de información. | | |
| Actividades de clase práctica de aula: actividades prácticas de ejercicios y resolución de problemas, estudio de casos, aprendizaje orientado a proyectos, exposición y análisis de trabajos, debates, simulaciones, etc. Suponen la realización de tareas por parte de los alumnos, dirigidas y supervisadas por el profesor, con independencia de que en el aula se realicen individualmente o en grupos reducidos. | | |
| Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. | 50.0 | 70.0 |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con | 30.0 | 50.0 |



| | | |
|--|------------------------------|------------------------------|
| independencia de que se realicen individual o grupalmente | | |
| NIVEL 2: PRÁCTICAS EXTERNAS | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Prácticas Externas | |
| 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 |
| | 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: Prácticas Externas | | |
| 5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3 | | |
| CARÁCTER | ECTS ASIGNATURA | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Prácticas Externas | 9 | 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 |
| | 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 | | |
| La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos. | | |
| 5.5.1.3 CONTENIDOS | | |



Esta materia permite al estudiante la adquisición de experiencia profesional mediante la realización de prácticas formativas externas destinadas a propiciar su integración en un contexto de aprendizaje ubicado en campos reales, relacionados con el ámbito profesional de la titulación. Las prácticas externas deben fomentar al mismo tiempo la adquisición de las competencias específicas del título que garanticen una exitosa inserción en el mundo laboral. Esta actividad se desarrollará en una institución, empresa, o entidad externa y bajo la supervisión tanto de un tutor o tutora externo con experiencia profesional suficiente en el ámbito de la comunicación audiovisual así como de un tutor o tutora interno (profesor de la UMU).

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Competencias Específicas de la materia

- C159 Percepción de la realidad profesional y de la complejidad de la práctica profesional de la comunicación persuasiva en agencias, centrales de medios, departamentos y gabinetes de comunicación en organizaciones e instituciones y como profesionales independientes.
- C160 Comprensión de la dinámica y flujos de trabajo en las organizaciones profesionales de la publicidad y las relaciones públicas
- C161 Desarrollo de razonamiento crítico y de la práctica del diálogo en la práctica laboral de la comunicación persuasiva.
- C162 Autoconocimiento y autocrítica, acompañadas de la asunción de la dimensión ética del profesional de la publicidad y las relaciones públicas
- C163 Fomento de una actitud de respeto hacia el público y los actores de la comunicación persuasiva.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.

CG2 - Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.

CG3 - Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales.

CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional.

CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional.

CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos.

CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.

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

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas.

CE2 - Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación.

CE12 - Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.

CE13 - Conocimiento de la ética y deontología profesional de la publicidad y de las relaciones públicas así como de su ordenamiento jurídico, que afecta tanto a la práctica y a la conducta ética que debe presidir el quehacer del profesional.

CE18 - Conocimiento, análisis y desarrollo de técnicas de comunicación, de investigación motivacional y de evaluación de los efectos psicosociales de la comunicación social.



| | | |
|--|-------------------------------|------------------------------|
| CE20 - Conocimiento y análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas: aspectos jurídicos fiscales y de relaciones laborales. Su relación con el mercado. Financiación y sistemas de información. Conocimiento de la comunicación específica de los mercados y productos financieros. | | |
| CE21 - Conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas, estudiando la metodología necesaria para analizar el estado corporativo, evaluarlo mediante auditoría y diseñar una estrategia específica. | | |
| CE28 - Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrolla el departamento de medios de una agencia y en mayor medida las denominadas centrales de medios. | | |
| CE30 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas. | | |
| CE31 - Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos. | | |
| CE34 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes. | | |
| 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
| Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados. | 200 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 25 | 0 |
| 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES | | |
| Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate. | | |
| Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia. | | |
| Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia | | |
| 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN | | |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 100.0 | 100.0 |
| NIVEL 2: TRABAJO FIN DE GRADO | | |
| 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2 | | |
| CARÁCTER | Trabajo Fin de Grado / Máster | |
| 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 |
| 3 | 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 | Sí |
| 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 | DESPLIEGUE TEMPORAL |
| Trabajo Fin de Grado / Máster | 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 | Sí |
| FRANCÉS | ALEMÁN | PORTUGUÉS |
| No | No | No |
| ITALIANO | OTRAS | |
| No | No | |
| NIVEL 3: Gestión de Trabajos Fin de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas | | |
| 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 |
| | | |
| ECTS Cuatrimestral 7 | ECTS Cuatrimestral 8 | ECTS Cuatrimestral 9 |
| 3 | | |
| 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

La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias que se detallan a continuación se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia consiste en el desarrollo de un trabajo personal y autónomo del estudiante, cuya realización tiene por objeto dar cuenta de forma integrada de los contenidos y competencias que se han adquirido con el resto de asignaturas y/o materias que conforman el plan de estudios. Se desarrollará siempre bajo la supervisión de un tutor o tutora que orientará al estudiante en su elaboración. El trabajo, una vez elaborado, debe presentarse y defenderse de forma individual.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

1. Los estudiantes podrán matricularse del TFG cuando les queden un máximo de 72 de los créditos ECTS para finalizar la titulación. Tanto para el caso de TFG como de TFM los estudiantes habrán de matricularse simultáneamente de todos los créditos que les resten para finalizar.
2. La matrícula del TFG/TFM se llevará a cabo en los mismos plazos y de la misma forma que el resto de asignaturas de la titulación.
3. El régimen de convocatorias del TFG será el establecido con carácter general en las Normas Académicas de la Universidad de Murcia. No obstante, cuando existan situaciones excepcionales, los decanatos podrán autorizar la defensa en la convocatoria de febrero a un estudiante que se haya matriculado por primera vez del TFG/TFM.
4. El desarrollo del TFG está regulado por una **normativa propia** aprobada en la Junta de Facultad.

Competencias Específicas de la materia

- C168 Capacidad para la expresión razonada de ideas complejas, así como para su estructuración y presentación.
- C169 Capacidad para la comprensión y expresión adecuados en lengua española y en lengua inglesa.
- C170 Conocimiento de la estructura básica de una propuesta de proyecto y/o de una propuesta de carácter analítico-descriptivo, así como del uso y presentación de los recursos documentales utilizados en ella.
- C171 Capacidad para la ideación, la fijación de objetivos, la planificación y la sistematización.
- C172 Dominio de las herramientas y fuentes documentales propias del ámbito de la comunicación persuasiva tanto desde la perspectiva profesional como de investigación.
- C173 Desarrollo de habilidades básicas de investigación.

Actividades formativas por asignatura:

Asignatura **GESTIÓN DE TRABAJOS FIN DE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

| ACTIVIDAD FORMATIVA | Horas: | Presencialidad % | |
|---------------------|--|------------------|-----|
| AF1 | Exposición teórica | 14 | 100 |
| AF3 | Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 14 | 100 |
| AF5 | Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 46 | 0 |
| AF6 | Evaluación. | 1 | 100 |
| TOTAL | | 75 | |

Asignatura **TRABAJO FIN DE GRADO**



| ACTIVIDAD FORMATIVA | | Horas: | Presencialidad % |
|---------------------|--|--------|------------------|
| AF2 | Tutorías formativas y resolución de dudas. | 5 | 100 |
| AF6 | Evaluación. | 1 | 100 |
| AF7 | Elaboración del Trabajo de Fin de Grado. | 144 | 0 |
| TOTAL | | 150 | |

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.

CG2 - Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.

CG3 - Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales.

CG4 - Práctica sistemática de autoevaluación crítica de resultados: valoración de la importancia de corregir y ajustar constantemente los errores cometidos en los procesos de producción u organizativos de actividad publicitaria y comunicacional.

CG5 - Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional.

CG6 - Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos.

CG7 - Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir y desarrollar estrategias en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.

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

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE14 - Estudio y evolución de los aspectos industriales, sociales y estéticos que inciden en las transformaciones de los elementos, formas y procesos de la comunicación publicitaria.

CE17 - Conocimiento y estudio de los procesos de marketing y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia, entre otras.

CE18 - Conocimiento, análisis y desarrollo de técnicas de comunicación, de investigación motivacional y de evaluación de los efectos psicosociales de la comunicación social.

CE19 - Conocimiento de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación publicitaria, de las relaciones públicas y corporativas en la empresa pública y privada.



CE34 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.

CE35 - Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.

CE39 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

| ACTIVIDAD FORMATIVA | HORAS | PRESENCIALIDAD |
|--|-------|----------------|
| Exposición teórica | 14 | 100 |
| Tutorías formativas y resolución de dudas. | 5 | 100 |
| Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo. | 14 | 100 |
| Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc. | 46 | 0 |
| Evaluación. | 2 | 100 |
| Elaboración del Trabajo de Fin de Grado. | 144 | 0 |

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Seminarios: trabajo de los alumnos de profundización en una temática concreta, que puede integrar contenidos teóricos y prácticos, realizado en grupos reducidos y supervisado por el profesor, concluyendo con la elaboración y presentación escrita de un informe que, en algunos casos, puede hacerse público mediante exposición oral por parte de los alumnos y debate.

Tutorías individualizadas: sesiones de intercambio individual con el estudiante prevista en el desarrollo de la materia.

Tutoría Online: sesiones en línea destinadas a la resolución de ejercicios, realización guiada de los trabajos de cada materia, seguimiento e intercambio de opiniones, comentarios y sugerencias sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias de cada materia

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

| SISTEMA DE EVALUACIÓN | PONDERACIÓN MÍNIMA | PONDERACIÓN MÁXIMA |
|--|--------------------|--------------------|
| Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente | 70.0 | 80.0 |
| Presentación pública de trabajos: exposición de los resultados obtenidos y procedimientos necesarios para la realización de un trabajo, así como respuestas razonadas a las posibles cuestiones que se plantee sobre el mismo. | 20.0 | 30.0 |



6. PERSONAL ACADÉMICO

| 6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS | | | | |
|--|---|---------|------------|---------|
| Universidad | Categoría | Total % | Doctores % | Horas % |
| Universidad de Murcia | Otro personal docente con contrato laboral | 2.8 | 100 | 66,7 |
| Universidad de Murcia | Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud) | 41.6 | 40 | 68,6 |
| Universidad de Murcia | Profesor Contratado Doctor | 25 | 100 | 24,1 |
| Universidad de Murcia | Catedrático de Escuela Universitaria | 2.8 | 100 | 100 |
| Universidad de Murcia | Catedrático de Universidad | 2.8 | 100 | 50,7 |
| Universidad de Murcia | Profesor Titular de Universidad | 22.2 | 100 | 65,1 |
| Universidad de Murcia | Profesor Titular de Escuela Universitaria | 2.8 | 0 | 63,6 |
| 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 % |
| 55 | 35 | 72,5 |
| CODIGO | TASA | VALOR % |
| No existen datos | | |
| Justificación de los Indicadores Propuestos: | | |
| Ver Apartado 8: Anexo 1. | | |
| 8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS | | |
| <p>La Universidad de Murcia no tiene establecido un procedimiento específico para valorar el progreso de los resultados de aprendizaje de los estudiantes. Se entiende que dicha valoración queda garantizada como consecuencia de la suma de las valoraciones de las diferentes materias que configuran el Plan de Estudios. Los resultados son analizados y se transforman en las correspondientes acciones de mejora siguiendo los diferentes procesos que configuran el SAIC de los centros de la Universidad de Murcia.</p> <p>Nuestro Sistema de Aseguramiento Interno de la Calidad (SAIC) contiene, entre otros, los procedimientos documentados PC01-Planificación y desarrollo de las enseñanzas. Evaluación del aprendizaje y PC05-Resultados académicos.</p> <p>El procedimiento PC01 establece el modo por el cual los centros de la Universidad de Murcia garantizan que las enseñanzas oficiales de grado y máster que ofertan se imparten de acuerdo con lo indicado en sus memorias de verificación aprobadas, para lo que planifican, implantan y desarrollan sus programas formativos de modo que los estudiantes puedan alcanzar los objetivos establecidos en los diferentes planes de estudio. Dentro de esta planificación y seguimiento del desarrollo de su impartición, dado su carácter singular, se dedica interés especial a garantizar que la evaluación del aprendizaje de sus estudiantes se lleva a cabo tal y como se indica en las correspondientes guías docentes de las asignaturas aprobadas y difundidas. Toda la información relativa a la evaluación del aprendizaje (procedimientos, calificación, revisión, reclamación, etc.) se recoge en el Reglamento de Convocatoria, evaluación y actas aprobado por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Murcia en sesión de 12 de abril de 2011 y que el profesorado tendrá en cuenta a la hora de elaborar y mantener actualizados los criterios de evaluación de las asignaturas que tengan asignadas.</p> | | |



El procedimiento de resultados académicos (PC05) recoge cómo los Centros de la Universidad de Murcia garantizan que se miden y analizan los resultados del aprendizaje, y como a partir de los mismos se toman las decisiones para la mejora de la calidad de las enseñanzas impartidas en el Centro.

Además, de cada procedimiento del SAIC deriva un análisis que obliga a las titulaciones a comprobar que se han cumplido todos los requerimientos marcados en los diferentes procedimientos del SAIC, incluyendo la revisión de dicho sistema.

La especificación completa del proceso PC05 y la del resto de procesos del **SAIC** está incluida en el Manual del **Sistema de Aseguramiento Interno de la Calidad (SAIC)** (Ver enlace del apartado 9).

Además, la existencia de un Trabajo Fin de Grado y de Practicas Externas, con una duración prevista **de 6 ECTS y de 9 ECTS respectivamente**, permite valorar, como el RD 1393 de 29/10/2007 y su posterior modificación en el RD 861/2010 indica, las competencias asociadas al título y de una forma directa la aplicación de conocimientos, competencias y habilidades que los alumnos poseen y utilizarlas en la revisión y mejora del título.

PC01:

PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE LAS ENSEÑANZAS - EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

INDICE

1. OBJETO

2. ÁMBITO DE APLICACIÓN

3. DEFINICIONES

4. PARTICIPANTES Y RESPONSABILIDADES

5. DESARROLLO

5.1 Planificación y desarrollo de las enseñanzas

5.2 Evaluación del aprendizaje

6. MEDIDAS, ANÁLISIS Y MEJORA CONTINUA

7. RELACIÓN DE FORMATOS ASOCIADOS

8. EVIDENCIAS

9. RENDICIÓN DE CUENTAS

10. RESUMEN DEL PROCESO

10.1. Ficha resumen

1. OBJETO

Este documento tiene por objeto establecer el modo por el cual los Centros de la Universidad de Murcia garantizan que las enseñanzas oficiales de grado y máster que ofertan se imparten de acuerdo con lo indicado en sus memorias de verificación aprobadas, para lo que planifican, implantan y desarrollan sus programas formativos de modo que los estudiantes puedan alcanzar los objetivos establecidos en los diferentes planes de estudio.

Dentro de esta planificación y seguimiento del desarrollo de su impartición, dado su carácter singular, se dedica interés especial a garantizar que la evaluación del aprendizaje de sus estudiantes se lleva a cabo tal y como se indica en las correspondientes guías docentes de las asignaturas aprobadas y difundidas.

2. ÁMBITO DE APLICACIÓN

Este procedimiento es de aplicación a todas las titulaciones oficiales de grado y máster que se imparten en los Centros de la UMU.

3. DEFINICIONES

No se considera necesario establecer definiciones en este procedimiento.

4. PARTICIPANTES Y RESPONSABILIDADES

Coordinador de Calidad (CC): Propietario del proceso.

Consejo de Gobierno: Elaborar anualmente la planificación de las enseñanzas y el calendario académico del curso siguiente.

Comisión de Garantía de Calidad (CGC): Comprobar la existencia de Guías Docentes actualizadas y difundidas de cada asignatura.



Junta de Centro (JC): Aprobar la programación docente anual del Centro. Aprobar horario y calendario académicos, incluyendo evaluaciones, del Centro. Velar por el correcto desarrollo de la impartición de las enseñanzas oficiales ofertadas.

Consejos de Departamento: Aprobar el Plan de Ordenación Docente de su Departamento. Aprobar las Guías Docentes de las asignaturas bajo su responsabilidad y enviarlas al Equipo Directivo del Centro. Velar por la calidad de la docencia asignada al Departamento.

Equipo Directivo (ED): Realizar la difusión de toda la información relativa a la planificación docente.

Comisiones de Coordinación (o CGC si las anteriores no se han creado): Evitar vacíos o duplicidades en los programas de las asignaturas.

Profesorado: Actualizar las Guías Docentes de las Asignaturas que imparten y aplicarlas tal y como están elaboradas.

5. DESARROLLO

5.1 Planificación y desarrollo de las enseñanzas

El Consejo de Gobierno ha de elaborar anualmente la planificación de las enseñanzas y el calendario académico del curso siguiente. De esta forma queda establecida la oferta formativa de la UMU, que ha de ser difundida convenientemente (PE02 *Diseño, Seguimiento y Acreditación de Titulaciones*), a partir de la cual cada Centro ha de proceder a planificar e implantar las enseñanzas que tiene a su cargo.

Para ello, los Consejos de Departamento (*Art 67 Estatutos de la UMU y Reglamento de convocatoria, evaluación y actas*) han de aprobar su Plan de Ordenación Docente, así como coordinar y aprobar las Guías Docentes de las Asignaturas que tienen adscritas, en las que se especificaran los objetivos docentes, los resultados de aprendizaje esperados, los contenidos, la metodología y el sistema y las características de la evaluación. También han de velar por su cumplimiento en todos los grupos docentes en que se impartan.

Por otro lado, la Junta de Centro (*Art. 54 Estatutos de la UMU*) ha de aprobar el horario de clases y el calendario de exámenes, conocer e informar el Plan de Ordenación Docente y demás propuestas de los Consejos de Departamento que impartan docencia en el Centro y afecten a ésta. Igual que los Departamentos, la Junta de Centro ha de velar por la calidad de la docencia de las titulaciones bajo su responsabilidad así como de la gestión de las mismas.

En consecuencia, antes del inicio del periodo de matrícula de cada curso académico, la Comisión de Garantía de Calidad, o las comisiones de coordinación o de titulación en caso de que se hayan creado, ha de comprobar la actualización de las Guías Docentes de cada Asignatura, así como su coordinación para evitar vacíos o duplicidades.

De esta manera, a partir de las Guías Docentes remitidas por los Departamentos y revisadas como se indicó en el apartado anterior (*Art. 89 de los Estatutos de la UMU y Reglamento de convocatoria, evaluación y actas*), cada Centro, con anterioridad a la apertura del plazo de matrícula, deberá publicar, entre otros, su programación docente anual, que previamente habrá sido aprobada por la Junta de Centro y que incluirá la oferta de grupos, asignaturas a impartir, así como el profesorado asignado. En este sentido, el Equipo de Dirección de cada Centro, se responsabilizará de favorecer la difusión de la información anteriormente indicada para su accesibilidad y utilización por los diferentes grupos de interés de las titulaciones impartidas en el Centro, para lo que la página web es la principal herramienta a tener en cuenta.

5.2 Evaluación del aprendizaje

Teniendo en cuenta el Reglamento de Convocatoria, evaluación y actas, en lo relativo a Guía Docente, procedimientos y criterios de evaluación y calificación, revisión y reclamación, convocatorias, etc. y la Memoria de la Titulación verificada por el Consejo de Universidades, el profesorado elaborará y mantendrá actualizados los criterios de evaluación de las asignaturas que tenga asignadas, y que elevará al Consejo de Departamento para su aprobación, dentro de la Guía Docente de la Asignatura, posteriormente remitida al Equipo de Dirección de la Facultad.

Los criterios de evaluación publicados, serán los que cada profesor habrá de aplicar en la evaluación a sus estudiantes.

Toda la información relativa a la evaluación del aprendizaje (procedimientos, calificación, revisión, reclamación, etc.) se recoge en el continuamente citado Reglamento de Convocatoria, evaluación y actas aprobado por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Murcia en sesión de 12 de abril de 2011.

6. MEDIDAS, ANÁLISIS Y MEJORA CONTINUA

Aunque no se considera necesario establecer indicadores específicos en cuanto a la planificación y desarrollo de las enseñanzas, se pueden considerar como tales las reclamaciones recibidas y la satisfacción de los grupos de interés (profesores y estudiantes) con su desarrollo.

Para cada titulación, los indicadores que sobre la evaluación del aprendizaje, se han de contemplar son:

- Reclamaciones interpuestas en relación con la evaluación (IN01-PC01)
- Reclamaciones admitidas a trámite (generan constitución de tribunal de reclamaciones) (IN02-PC01)
- Asignaturas diferentes implicadas en las reclamaciones admitidas a trámite. (IN03-PC01)

El Coordinador de Calidad del Centro ha de aportar a la Comisión de Garantía de Calidad información sistemática sobre la planificación y el desarrollo de la docencia de grado y máster impartida por el Centro, así como de los valores de los indicadores anteriormente mencionados, que será analizada por la misma que propondrá las acciones de mejora que considere adecuadas tanto respecto de la planificación y desarrollo como de la propia evaluación del aprendizaje e incluso sobre el contenido del presente documento, que alimentarán los procesos PC02 *Revisión y mejora de las titulaciones* y PM01 *Medición, análisis y mejora*

7. RELACIÓN DE FORMATOS ASOCIADOS

La UMU establece formatos para la elaboración del Plan de Ordenación Docente (programa ORMUZ) y para el desarrollo de las Guías Docentes.

F01-PC01 Formato para recogida de indicadores.



8. EVIDENCIAS

| Identificación de las evidencias | Soporte de archivo | Punto de archivo de la evidencia | Tiempo de conservación |
|--|-----------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| Acta de aprobación del POD y Guías Docentes de las Asignaturas. (Consejo Departamento) | Papel y/o informático | Punto de calidad | Permanentemente actualizada |
| Actas de aprobación de la planificación docente del Centro (Junta de Centro) | Papel y/o informático | Punto de calidad | 6 años |
| Actas de las Comisiones de Coordinación (si las hubiera) | Papel y/o informático | Punto de calidad | 6 años |
| Registro de los indicadores (F01-PC01) | Papel y/o Informático | Punto de calidad | Permanentemente actualizada |

9. RENDICIÓN DE CUENTAS

La CGC hará llegar al Equipo de Dirección las consecuencias de su análisis para que éste informe a la Junta de Facultad. Además, por medio del proceso PC09 *Información pública*, se procederá a informar a los grupos de interés internos y externos de forma global.

10. Resumen del Proceso

10.1. Ficha Resumen

| RESPONSABLE | TIPO | OBJETIVO |
|--|------|---|
| Coordinador de Calidad | C | Establecer el modo por el cual los Centros de la Universidad de Murcia garantizan que las enseñanzas oficiales de grado y máster que ofertan se imparten de acuerdo con lo indicado en sus memorias de verificación aprobadas |
| PARTICIPANTES Y RESPONSABILIDADES | | |
| <p>Coordinador de Calidad (CC): Propietario del proceso. Consejo de Gobierno: Elaborar anualmente la planificación de las enseñanzas y el calendario académico del curso siguiente. Comisión de Garantía de Calidad (CGC): Comprobar la existencia de Guías Docentes actualizadas y difundidas de cada asignatura. Junta de Centro (JC): Aprobar la programación docente anual del Centro. Aprobar horario y calendario académicos, incluyendo evaluaciones, del Centro. Velar por el correcto desarrollo de la impartición de las enseñanzas oficiales ofertadas. Consejos de Departamento: Aprobar el Plan de Ordenación Docente de su Departamento. Aprobar las Guías Docentes de las asignaturas bajo su responsabilidad y enviarlas al Equipo Directivo del Centro. Velar por la calidad de la docencia asignada al Departamento. Equipo Directivo (ED): Realizar la difusión de toda la información relativa a la planificación docente. Comisiones de Coordinación (o CGC si las anteriores no se han creado): Evitar vacíos o duplicidades en los programas de las asignaturas. Profesorado: Actualizar las Guías Docentes de las Asignaturas que imparten y aplicarlas tal y como están elaboradas.</p> | | |
| GGII IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Profesores y personal de apoyo, estudiantes y PAS: A través de sus representantes en Junta de Centro y Comisión de Garantía de Calidad. Además participan a nivel personal aportando información, sugerencias, etc Unidad para la Calidad: Recoge datos y elabora informes., Equipo de Dirección: Además de su participación en CGC, Junta de Centro y Consejo de Gobierno, mediante sus propias reuniones, comunicados, etc. | | |
| INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y RESULTADO. | | RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN |
| <ul style="list-style-type: none"> Reclamaciones interpuesta en relación con la evaluación (IN01-PC01) Reclamaciones admitidas a trámite. (IN02-PC01) Asignaturas diferentes implicadas en las reclamaciones admitidas a trámite. (IN03-PC01) | | El CC recoge la información necesaria para que la CGC proceda al análisis de la planificación y desarrollo de la enseñanza y evaluación del aprendizaje de todas las titulaciones de las que el Centro es responsable. Además recoge información de satisfacción y reclamaciones durante el desarrollo de las enseñanzas, estos resultados alimentan al PC02 (Revisión y mejora de las titulaciones). |
| SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y MEJORA. TOMA DE DECISIONES | | |
| La CGC en sus reuniones trimestrales, realiza el seguimiento, control y toma de decisiones del proceso. Además, tras analizar los valores obtenidos de los indicadores, se harán propuestas de mejora. Todo ello atendiendo al PM01 y PC02. | | |



RENDICIÓN DE CUENTAS

La CGC hará llegar al Equipo de Dirección las consecuencias de su análisis para que éste informe a la Junta de Facultad. Además, por medio del proceso PC09 *Información pública*, se procederá a informar a los grupos de interés internos y externos de forma global.

PC05

RESULTADOS ACADÉMICOS

INDICE

- 1. OBJETO
- 2. ÁMBITO DE APLICACIÓN
- 3. DEFINICIONES
- 4. PARTICIPANTES Y RESPONSABILIDADES
- 5. DESARROLLO
 - 5.1. Decisión de los indicadores a analizar
 - 5.2. Recogida de datos y revisión
 - 5.3. Informe de resultados académicos
- 6. MEDIDAS, ANÁLISIS Y MEJORA CONTINUA
- 7. RELACIÓN DE FORMATOS ASOCIADOS
- 8. EVIDENCIAS
- 9. RENDICIÓN DE CUENTAS
- 10. RESUMEN DEL PROCESO
 - 10.1. Ficha resumen

1. OBJETO

El objeto del presente documento es definir cómo los Centros de la Universidad de Murcia garantizan que se miden y analizan los resultados del aprendizaje, se comparan con las estimaciones realizadas en la Memoria de cada título enviado a verificación y cómo se toman decisiones a partir de dicho análisis, para la mejora de la calidad de las enseñanzas oficiales.

2. ÁMBITO DE APLICACIÓN

Este procedimiento es de aplicación a todas las titulaciones oficiales de grado y master que se imparten en los Centros de la UMU.

3. DEFINICIONES

Indicador: Expresión cualitativa o cuantitativa para medir hasta qué punto se consiguen los objetivos fijados previamente en relación a los diferentes criterios a valorar para una enseñanza determinada (cada criterio se puede valorar con uno o varios indicadores asociados).

4. PARTICIPANTES Y RESPONSABILIDADES

Coordinador de Calidad (CC): Propietario del proceso. Revisar la información referente a los resultados académicos de cada una de las titulaciones oficiales de grado y máster del Centro.

Comisión de Garantía de Calidad (CGC): Analizar la documentación facilitada, elaborar un informe anual sobre los resultados académicos incluyendo un plan de mejoras sobre los mismos, que envía al Claustro para su conocimiento.

Unidad para la Calidad (UC): Proponer los indicadores a utilizar y asegurar que llega la información al Centro.



ATICA: Gestionar la aplicación informática a través de la cual se obtienen los indicadores de resultados académicos.

Gestión Académica: Aportar información a la aplicación informática.

5. DESARROLLO

5.1. Indicadores a analizar

La Unidad para la Calidad, a partir de la experiencia de años anteriores, de la opinión recogida de los diferentes Centros de la UMU, del protocolo para el seguimiento y acreditación de las titulaciones y de las indicaciones recogidas en el Cuadro de Mandos incluido en el Plan Estratégico de la Universidad, propone y revisa la propuesta de los indicadores a utilizar para el análisis de resultados académicos de las titulaciones oficiales impartidas en la Universidad de Murcia.

En su propuesta, la UC aporta la definición y ficha para el cálculo de los indicadores de resultados académicos y vela por que estén disponibles los valores de los mismos correspondientes a los cuatro últimos cursos académicos para todas las titulaciones de grado y máster impartidas.

5.2. Recogida de datos y revisión.

El valor de los diferentes indicadores se obtiene a curso cerrado para garantizar su validez, por medio de una aplicación informática que extrae la información directamente de las bases de datos del Área de Gestión Académica de la Universidad de Murcia.

En el momento de elaborar este documento, los indicadores son obtenidos por la UC, por medio de la aplicación ECU 3, para todos los Centros de la UMU, elaborando un informe que se envía a los Coordinadores de Calidad, para que lo revisen y completen, en su caso, antes de remitirlo a la CGC.

5.3. Informe de resultados académicos.

La Comisión de Garantía de Calidad, o las comisiones de titulación si las hubiere, analiza los resultados académicos y los compara con los valores estimados en la Memoria enviada a verificación y propone las acciones de mejora que considere pertinentes, configurando así el Informe de Análisis de Resultados Académicos del Centro.

Estas acciones de mejora han de ser aprobadas en Junta de Centro y habrán de ser incluidas tanto en el Informe de Resultados (PM01 Medición, análisis y mejora de los resultados) como en el Plan Anual de Actuaciones del Equipo de Dirección. Dichas acciones de mejora, también se han de enviar a la comisión de Calidad del Claustro (Estatutos de la Universidad de Murcia, artículo 108).

Además el informe de los resultados académicos, constituye una de las fuentes de información básicas para los procesos PM01 (Medición, análisis y mejora de los resultados) y PC02 (Revisión y mejora del plan de estudios).

6. MEDIDAS, ANÁLISIS Y MEJORA CONTINUA

Para el análisis de los resultados académicos, los indicadores propuestos son siguientes y cuyas fichas de cálculo se exponen en los anexos del proceso,

- Tasa de rendimiento
- Tasa de éxito
- Tasa de graduación (RD)
- Tasa de graduación (UM)
- Tasa de abandono (RD)
- Tasa de abandono (REACU)
- Nº de alumnos matriculados
- Duración media de los estudios
- Tasa de eficiencia

7. RELACIÓN DE FORMATOS ASOCIADOS

Este procedimiento no define formatos específicos, ya que la información se aporta tal y como se obtiene de la aplicación informática.

8. EVIDENCIAS

| Identificación de la evidencia | Soporte de archivo | Punto de archivo de la evidencia | Tiempo de conservación | |
|--|-----------------------|----------------------------------|------------------------|--|
| Resultados Académicos para Centro y titulación | Papel y/o informático | Punto de calidad | 6 años | |



| Informe del análisis de los Resultados Académicos del Centro (CGC) | Papel y/o informático | Punto de calidad | 6 años | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|--------|--|-------------|------|----------|--|--|-----------------------------|---|---|--|--|---|------------------------------------|--|--|--|---|---|--|--|--|
| <p>9. RENDICIÓN DE CUENTAS.</p> <p>Dado el carácter de los resultados del presente procedimiento, como se ha ido indicando a lo largo del mismo, cada Centro ha de realizar un análisis de los mismos en la comisión de Garantía de Calidad del que se obtendrá el informe anual para su presentación al Claustro previa aprobación por la Junta de Centro.</p> <p>Además, teniendo en cuenta el proceso PC09 (<i>Información pública</i>) procederá a informar a los diferentes grupos de interés por los mecanismos considerados.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>10. RESUMEN DEL PROCESO</p> <p>10.1. Ficha resumen</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>RESPONSABLE</th> <th>TIPO</th> <th>OBJETIVO</th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Coordinador de Calidad (CC)</td> <td>C</td> <td>Garantizar que se miden y analizan los resultados del aprendizaje y se toman decisiones para la mejora de la calidad de las enseñanzas impartidas en el Centro.</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>PARTICIPANTES Y RESPONSABILIDADES</p> <p><i>Coordinador de Calidad (CC):</i> Propietario del proceso. Revisar la información referente a los resultados académicos de cada una de las titulaciones oficiales de grado y máster del Centro. <i>Comisión de Garantía de Calidad (CGC):</i> Analizar la documentación facilitada, elaborar un informe anual sobre los resultados académicos incluyendo un plan de mejoras sobre los mismos, que envía al Claustro para su conocimiento. <i>Unidad para la Calidad (UC):</i> Proponer los indicadores a utilizar y asegurar que llega la información al Centro. <i>ATICA:</i> Gestionar la aplicación informática a través de la cual se obtienen los indicadores de resultados académicos. <i>Gestión Académica:</i> Aportar información a la aplicación informática.</p> <p>GGII IMPLICADOS Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>Profesores y personal de apoyo, estudiantes y PAS:</u> A través de sus representantes en Junta de Centro y Comisión de Garantía de Calidad. Además participan a nivel personal aportando información, sugerencias. <u>Unidad para la Calidad:</u> Recoge datos y elabora informes., <u>Equipo de Dirección:</u> Además de su participación en CGC, Junta de Centro y Consejo de Gobierno, mediante sus propias reuniones, comunicados, etc. <table border="1"> <thead> <tr> <th>INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y RESULTADO.</th> <th>RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN</th> <th></th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> Tasa de rendimiento Tasa de éxito Tasa de graduación (RD) Tasa de graduación (UM) Tasa de abandono (RD) Tasa de abandono (REACU) Nº de alumnos matriculados Duración media de los estudios Tasa de eficiencia </td> <td>La CGC analiza los resultados académicos y elabora el informe anual de resultados académicos que envía al Claustro.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y MEJORA. TOMA DE DECISIONES</p> <p>La CGC en sus reuniones trimestrales, realiza el seguimiento, control y toma de decisiones del proceso. Además, tras analizar los valores obtenidos de los indicadores, se harán propuestas de mejora que serán incluidas en el Plan de Actuaciones del Centro. Aparte de las acciones de mejora propuestas sobre los resultados académicos en cada Titulación, la CGC propone acciones de mejora del proceso cuando sea necesario. Todo ello atendiendo al PM01.</p> <p>RENDICIÓN DE CUENTAS</p> <p>El Centro realiza un informe anual para su presentación al Claustro, además de su consideración interna en Junta de Centro Además, teniendo en cuenta el proceso PC09 (Información pública) se informa a los diferentes grupos de interés por los mecanismos considerados.</p> | | | | | RESPONSABLE | TIPO | OBJETIVO | | | Coordinador de Calidad (CC) | C | Garantizar que se miden y analizan los resultados del aprendizaje y se toman decisiones para la mejora de la calidad de las enseñanzas impartidas en el Centro. | | | INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y RESULTADO. | RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN | | | | <ul style="list-style-type: none"> Tasa de rendimiento Tasa de éxito Tasa de graduación (RD) Tasa de graduación (UM) Tasa de abandono (RD) Tasa de abandono (REACU) Nº de alumnos matriculados Duración media de los estudios Tasa de eficiencia | La CGC analiza los resultados académicos y elabora el informe anual de resultados académicos que envía al Claustro. | | | |
| RESPONSABLE | TIPO | OBJETIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Coordinador de Calidad (CC) | C | Garantizar que se miden y analizan los resultados del aprendizaje y se toman decisiones para la mejora de la calidad de las enseñanzas impartidas en el Centro. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y RESULTADO. | RECOGIDA Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Tasa de rendimiento Tasa de éxito Tasa de graduación (RD) Tasa de graduación (UM) Tasa de abandono (RD) Tasa de abandono (REACU) Nº de alumnos matriculados Duración media de los estudios Tasa de eficiencia | La CGC analiza los resultados académicos y elabora el informe anual de resultados académicos que envía al Claustro. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

| | |
|---------------|---|
| ENLACE | http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/calidad |
|---------------|---|

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

| |
|--|
| 10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN |
|--|



| | |
|------------------------|------|
| CURSO DE INICIO | 2010 |
|------------------------|------|

Ver Apartado 10: Anexo 1.

10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

La norma general que rige el proceso de adaptación del alumnado de los estudios existentes al nuevo Plan de Estudios de **Grado en Publicidad y Relaciones Públicas** o garantiza la adquisición de las competencias a que compromete dicho Plan sin que ello suponga un esfuerzo suplementario por parte del estudiante, salvo que se detecten necesidades insalvables en este sentido.

Si bien la Universidad de Murcia no ha llegado a implantar el primer ciclo de **Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas**, cabe la posibilidad de que estudiantes de otras universidades accedan al nuevo título de grado solicitando reconocimiento de estudios previos. Procede confeccionar una tabla de adaptación de los contenidos adquiridos en cada uno de los planes a extinguir a partir del curso 2011/2012 a las competencias y contenidos del nuevo plan, tarea de la cual se encargará la Comisión Académica de la Facultad de Comunicación y Documentación. Estas tablas de adaptación deben revisarse año tras año. Se tendrá en cuenta el procedimiento común establecido por la Universidad de Murcia en el caso de alumnos procedentes de otras Universidades.

| Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2003) | | Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (2009) | |
|---|---|---|--|
| Cód. | Denominación de asignatura | Cód. | Denominación de asignatura |
| | Teoría de la Información y la Comunicación | | Fundamentos de la Comunicación y la Información I |
| | | | Fundamentos de la Comunicación y la Información II |
| | Lengua Española | | Lengua Española Aplicada a los Medios de Comunicación Social |
| | Publicidad y Relaciones Públicas | | Teoría de la Publicidad y las Relaciones Públicas |
| | Planificación y Medios Publicitarios | | Planificación de Medios y Soportes |
| | Derecho de la Información I | | Derecho de la Publicidad |
| | Derecho de la Publicidad | | |
| | Creatividad Publicitaria | | Creatividad Publicitaria |
| | Sistemas y Procesos de la Publicidad y las Relaciones Públicas I | | Empresa y Estructuras de la Publicidad y las Relaciones Públicas |
| | Sistemas y Procesos de la Publicidad y las Relaciones Públicas II | | |
| | - | | Trabajo Fin de Grado |
| | Construcción de Sistemas de Información Digital | | Construcción de Sistemas de Información Digital |
| | Sistemas de Información Digital | | |
| | Comunicación Institucional y Corporativa | | Comunicación Institucional y Corporativa |
| | Comunicación Interna | | |
| | Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas I | | Comunicación Institucional y Corporativa |
| | Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas II | | |
| | Diseño Gráfico | | Tecnologías para la Producción de Contenidos Publicitarios Tecnologías para la Producción de Contenidos Publicitarios I Tecnologías para la Producción de Contenidos Publicitarios II |
| | Diseño Publicitario y Nuevas Tecnologías | | |
| | Tecnologías para los Sistemas Multimedia | | |
| | Estadística Aplicada a la Publicidad | | Estadística |
| | Fotografía Publicitaria | | Fotografía Publicitaria |
| | Fundamentos de Marketing | | Fundamentos de Marketing |
| | Ética y Deontología Profesional | | Responsabilidad y Autorregulación Publicitarias |
| | Historia de la Propaganda | | Historia del Pensamiento y los Movimientos Sociales y Políticos |
| | Marketing Institucional, Social y Político | | Comunicación Política |
| | Análisis de la Realidad Política | | |
| | Semiótica de la Publicidad | | Discurso Publicitario |
| 02CJ | Entornos Audiovisuales Interactivos | | Contenidos Audiovisuales en el Entorno Digital |

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

| CÓDIGO | ESTUDIO - CENTRO |
|------------------|---|
| 3042000-30011430 | Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas-Facultad de Comunicación y Documentación |

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD



| 11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO | | | |
|--|---------------|-----------------|---|
| NIF | NOMBRE | PRIMER APELLIDO | SEGUNDO APELLIDO |
| 34796665B | PEDRO ANTONIO | HELLÍN | ORTUÑO |
| DOMICILIO | CÓDIGO POSTAL | PROVINCIA | MUNICIPIO |
| FACULTAD DE COMUNICACIÓN (CAMPUS DE ESPINARDO) | 30100 | Murcia | Murcia |
| EMAIL | MÓVIL | FAX | CARGO |
| decano_fcd@um.es | 637151845 | 868887868 | DECANO FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN |
| 11.2 REPRESENTANTE LEGAL | | | |
| NIF | NOMBRE | PRIMER APELLIDO | SEGUNDO APELLIDO |
| 48392224V | SONIA | MADRID | CANOVAS |
| DOMICILIO | CÓDIGO POSTAL | PROVINCIA | MUNICIPIO |
| AVDA. TENIENTE FLORESTA Nº 5 | 30003 | Murcia | Murcia |
| EMAIL | MÓVIL | FAX | CARGO |
| vicestudios@um.es | 600595628 | 968363506 | VICERECTORA DE ESTUDIOS |
| El Rector de la Universidad no es el Representante Legal | | | |
| Ver Apartado 11: Anexo 1. | | | |
| 11.3 SOLICITANTE | | | |
| El responsable del título es también el solicitante | | | |
| NIF | NOMBRE | PRIMER APELLIDO | SEGUNDO APELLIDO |
| 34796665B | PEDRO ANTONIO | HELLÍN | ORTUÑO |
| DOMICILIO | CÓDIGO POSTAL | PROVINCIA | MUNICIPIO |
| FACULTAD DE COMUNICACIÓN (CAMPUS DE ESPINARDO) | 30100 | Murcia | Murcia |
| EMAIL | MÓVIL | FAX | CARGO |
| decano_fcd@um.es | 637151845 | 868887868 | DECANO FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN |



Apartado 2: Anexo 1

Nombre :Criterio 2.1 Justificacion.pdf

HASH SHA1 :8A7FFA5AFB6BFADCDD820C33B68B3ED5B69C0060

Código CSV :337701941784753663436344

Ver Fichero: Criterio 2.1 Justificacion.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre : Criterio 4.1 Sistemas de Informació Previo.pdf

HASH SHA1 : 2C3BCC9304AE4FBAAD71A773C10B5C38065A1830

Código CSV : 331476034801254340004484

Ver Fichero: Criterio 4.1 Sistemas de Informació Previo.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre :Criterio 5.1 Descripción del plan de estudios.pdf

HASH SHA1 :57FA89FF9DFC7231B383E28213C57655B50C87AC

Código CSV :331490241959627516507784

Ver Fichero: Criterio 5.1 Descripción del plan de estudios.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre : Criterio 6.1 Profesorado.pdf

HASH SHA1 : 723F9B1CCE0CBDE1756D085C6591DEF6B64D9D48

Código CSV : 216178227343872663919951

Ver Fichero: Criterio 6.1 Profesorado.pdf



Apartado 6: Anexo 2

Nombre :Criterio 6.2 Otros Recursos Humanos.pdf

HASH SHA1 :33FF413609318A42411AC2B0BCBC30E1FF8244B8

Código CSV :331475927496315690128937

Ver Fichero: Criterio 6.2 Otros Recursos Humanos.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre :Criterio 7.1 Justificacion de los medios materiales disponibles.pdf

HASH SHA1 :26C56CEC859F35947A7801431D17B7CB8949D538

Código CSV :331490309275262970761196

Ver Fichero: Criterio 7.1 Justificacion de los medios materiales disponibles.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre : Criterio 8.1 Justificación de la estimación de valores cuantitativos.pdf

HASH SHA1 : A20D19787F5A5956899DD1B5A67D5AF022FDC8BE

Código CSV : 331475944321901386481714

Ver Fichero: Criterio 8.1 Justificación de la estimación de valores cuantitativos.pdf



Apartado 10: Anexo 1

Nombre :Criterio 10.1 Cronograma de implantación.pdf

HASH SHA1 :CCD315BEFF98C7243F6DEB02992DC08F5E059CF3

Código CSV :331476053629103739763648

Ver Fichero: Criterio 10.1 Cronograma de implantación.pdf



Apartado 11: Anexo 1

Nombre :DelegacionFirma2018.pdf

HASH SHA1 :E3CFDB75A76814259336EF81F499B4B2B11D046F

Código CSV :327159934845766683195988

Ver Fichero: DelegacionFirma2018.pdf



