

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

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

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO		CÓDIGO CENTRO
ESIC Universidad		Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales		28054919
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA		
Grado		Publicidad y Relaciones Públicas		
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA				
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la ESIC Universidad				
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO		
Ciencias Sociales y Jurídicas		No		
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN		
No				
SOLICITANTE				
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO		
EDUARDO GÓMEZ MARTÍN		Director General		
Tipo Documento		Número Documento		
NIF		70884328F		
REPRESENTANTE LEGAL				
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO		
EDUARDO GÓMEZ MARTÍN		Director General		
Tipo Documento		Número Documento		
NIF		70884328F		
RESPONSABLE DEL TÍTULO				
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO		
SEGUNDO HUARTE MARTÍN		Decano		
Tipo Documento		Número Documento		
NIF		15233271A		
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	TELÉFONO
Avenida Valdenigrales SN		28223	Pozuelo de Alarcón	664552303
E-MAIL		PROVINCIA		FAX
director.general@esic.edu		Madrid		913528534



### 3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

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

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

	En: Madrid, AM 1 de julio 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 ESIC Universidad	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

#### LISTADO DE MENCIONES

No existen datos

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

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

#### AGENCIA EVALUADORA

Fundación para el Conocimiento Madrimasd

#### UNIVERSIDAD SOLICITANTE

ESIC Universidad

#### LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
087	ESIC Universidad

#### 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	24
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
18	132	6

#### LISTADO DE MENCIONES

MENCIÓN	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

### 1.3. ESIC Universidad

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

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
28054919	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

#### 1.3.2. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

##### 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
120	120	120
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	TIEMPO COMPLETO	
120	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA



<b>PRIMER AÑO</b>	48.0	78.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	48.0	78.0
<b>TIEMPO PARCIAL</b>		
	<b>ECTS MATRÍCULA MÍNIMA</b>	<b>ECTS MATRÍCULA MÁXIMA</b>
<b>PRIMER AÑO</b>	24.0	47.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	24.0	47.0
<b>NORMAS DE PERMANENCIA</b>		
<a href="https://esic.edu/documentos/normativa_de_matricula_y_permanencia/universitaria.pdf">https://esic.edu/documentos/normativa_de_matricula_y_permanencia/universitaria.pdf</a>		
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	



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

Ver Apartado 2: Anexo 1.

### 3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
<b>BÁSICAS</b>
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
<b>GENERALES</b>
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.
CG4 - Aptitud para responsabilizarse de grupos humanos y proyectos de trabajo que involucren diferentes ámbitos de la Publicidad y las Relaciones Públicas, empleando para ello tanto recursos básicos (lenguaje audiovisual, tecnologías y su aplicación en creatividad) como auxiliares (documentación).
CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.
CG7 - Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario.
CG8 - Reconocimiento de las posibilidades y limitaciones que plantea la gestión de recursos limitados propios de todo entramado empresarial, mediante el acercamiento a la realidad profesional que permitirán las prácticas en empresas e instituciones, y en los propios laboratorios docentes.
CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.
CG10 - Capacidad para dirigir y gestionar la comunicación de las empresas, y diseñar modelos empresariales propios de su profesión, distribuir recursos y planificar modelos de gestión económicos y humanos (Dirección de empresas y organizaciones).
<b>3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES</b>
No existen datos
<b>3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
CE1 - Conocer y aplicar las funciones del perfil profesional del creativo publicitario en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.
CE2 - Conocer y aplicar las funciones del perfil profesional del planificador publicitario en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.
CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.
CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.



CE5 - Planificar y evaluar campañas publicitarias en el ámbito de las empresas e instituciones.
CE6 - Conocer las metodologías de análisis e interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.
CE7 - Conocer el desarrollo de la profesión y sus diferentes roles profesionales desde la evolución histórica y teórica.
CE8 - Conocer el funcionamiento de los perfiles profesionales de director de comunicación y relaciones públicas y técnicos de relaciones públicas.
CE9 - Planificar estratégicamente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa.
CE10 - Producir herramientas de comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa utilizando todos los lenguajes y canales no mediáticos y mediáticos &#9472;tradicionales y digitales&#9472; disponibles en la actualidad.
CE11 - Utilizar la documentación y las bases de datos como instrumento auxiliar para el ejercicio profesional del gestor de comunicación.
CE12 - Conocer los elementos y estructuras básicas del lenguaje audiovisual (imagen y sonido), materia expresiva con la que se elabora el discurso persuasivo audiovisual, y ser capaz de utilizar las tecnologías apropiadas para el diseño de tales mensajes en la publicidad o en las relaciones públicas.
CE13 - Conocer las características y potencialidades de la red internet como soporte para el discurso publicitario y persuasivo, y habilitar a los estudiantes en el uso de los instrumentos tecnológicos necesarios para la producción de contenidos en ese soporte.
CE14 - Introducir a los estudiantes en las posibilidades y en el uso de la convergencia multimedia permitida por la red internet para el ejercicio profesional.
CE15 - Conocer el contexto social y sus metodologías de análisis para poder interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.
CE16 - Conocer el contexto social de las profesiones de ejecutivo de cuentas, creativo y planificador publicitario, director de comunicación y relaciones públicas y técnico de relaciones públicas en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial; y el contexto social general en que habrá de ejercerla, en sus dimensiones sociológica y económica.
CE17 - Conocer las aportaciones realizadas por las disciplinas científicas y las humanidades al estudio de los fenómenos contemporáneos de la comunicación.
CE18 - Partiendo de ese conocimiento científico, analizar críticamente el papel de la publicidad y las relaciones públicas en las sociedades contemporáneas.
CE19 - Conocer la legislación aplicable al ejercicio de su profesión y las limitaciones de orden deontológico a las que deberá atenderse.
CE20 - Aplicar el respeto a los derechos humanos y demás valores democráticos en el ejercicio de su profesión, con especial énfasis en los derechos de igualdad entre hombres y mujeres.
CE21 - Aplicar las principales herramientas conceptuales a la comprensión y análisis del sistema económico contemporáneo.
CE22 - Conocer la evolución histórica (política, económica, social, cultural) de las sociedades contemporáneas, e identificar y comprender el origen histórico de los acontecimientos y procesos sociales actuales.
CE23 - Utilizar de manera plena y solvente la lengua española.
CE24 - Conocer las características fundamentales de la estructura de las sociedades contemporáneas, y muy particularmente las de la sociedad española, y, en general, de las sociedades europeas, con particular referencia a cuestiones como las clases sociales, ocio, familia, religión o inmigración.
CE25 - Asegurar el dominio de un idioma moderno para el ejercicio profesional.
CE26 - Aplicar las principales herramientas conceptuales a la comprensión y análisis de las prácticas de consumo en las sociedades contemporáneas.

#### 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

##### 4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

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

El acceso a las enseñanzas oficiales de grado 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. En esta titulación no hay establecidas condiciones o pruebas de acceso especiales.



### 1.- Pruebas de Acceso LOE-LOMCE

Requisitos. Podrán presentarse a la prueba de acceso a la universidad, quienes estén en posesión del título de bachiller I que se refieren los artículos 37 y 50.2 de la Ley Orgánica 2/2006, de Educación.

Objetivos. La prueba se adecuará al currículo del bachillerato y versará sobre las materias, a las que se refieren los artículos 6 y 7 del Real Decreto 1467/2007, de 2 de noviembre, por el que se establece la estructura del bachillerato y se fijan sus enseñanzas mínimas, establecidas para el segundo curso.

Convocatorias. Anualmente se celebrarán, dos convocatorias de la prueba de acceso a la universidad. Los estudiantes podrán presentarse en sucesivas convocatorias para mejorar la calificación de la fase general o de cualquiera de las materias de la fase específica.

Las materias elegidas podrán ser diferentes de las que fueron examinados en convocatorias anteriores.

Se tomará en consideración la calificación obtenida en la nueva convocatoria, siempre que ésta sea superior a la anterior.

Adaptación para alumnos discapacitados. Las comisiones organizadoras determinarán las medidas oportunas que garanticen que los estudiantes que presenten algún tipo de discapacidad puedan realizar, tanto la fase general como la específica en las debidas condiciones de igualdad.

En todo caso la determinación de dichas medidas se hará basándose en las adaptaciones curriculares cursadas en bachillerato, las cuales estarán debidamente informadas por los correspondientes servicios de orientación.

#### Estructura general de la prueba de acceso:

La prueba de acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado se estructura en dos fases denominadas respectivamente fase general, que constará de 4 ejercicios, y fase específica.

El estudiante indicará en la solicitud de inscripción en la prueba la Lengua Extranjera la materia común del segundo ejercicio de la fase general y las materias de modalidad de las que se examinará en la fase general y, en su caso, en la fase específica, las haya, o no, cursado. De esta manera la duración de la prueba de cada alumno dependerá del número de asignaturas en las que se matricule.

#### **FASE GENERAL**

Tiene por objetivo valorar la madurez y destrezas básicas que debe alcanzar el estudiante al finalizar el bachillerato para seguir las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, especialmente en lo que se refiere a la comprensión de mensajes, el uso del lenguaje para analizar, relacionar, sintetizar y expresar los conocimientos o técnicas fundamentales de una materia de modalidad.

Cada ejercicio presentará dos opciones diferentes entre las que el estudiante deberá elegir una.

- Primer ejercicio: Consistirá en el comentario, por escrito, de un texto no especializado y de carácter informativo o divulgativo, relacionado con las capacidades y contenidos de la materia de Lengua castellana y Literatura.
- Segundo ejercicio: Versará sobre las capacidades y contenidos de una de las siguientes materias comunes de 2º de bachillerato: Historia de la Filosofía o Historia de España.
- Tercer ejercicio: Será de lengua extranjera elegida por el alumno (alemán, francés, inglés, italiano y portugués) y tendrá como objetivo valorar la comprensión oral y lectora y la expresión oral y escrita.
- Cuarto ejercicio: Versará sobre los contenidos de una materia de modalidad de segundo de bachillerato. Tendrán preferencia en la admisión los estudiantes cuyo ejercicio se corresponda con una materia vinculada a la rama de conocimiento de la enseñanza que se solicita.

La duración máxima de cada uno de los ejercicios de esta fase será de hora y media. Con un intervalo de 45 minutos como mínimo entre ejercicio y ejercicio.

#### **FASE ESPECÍFICA**

Es de carácter voluntario y sirve para obtener una mejor nota de admisión. La calificación de las materias de la fase específica tendrá validez para la admisión en estudios de grado durante los dos cursos académicos siguientes a la superación de las mismas, siempre que se haya superado la fase general en la misma o anterior convocatoria.

Cada estudiante se podrá examinar de cualquiera de las materias de modalidad de segundo de bachillerato distinta de la elegida para la Fase General, las haya o no cursado. La duración de cada ejercicio será de hora y media, con descanso de 45 minutos entre pruebas.

#### Calificaciones y cálculo de la nota:

Cada fase se califica independientemente.

#### **Calificación Fase General:**

Todos los ejercicios son evaluados de 0 a 10 puntos con dos cifras decimales

- Nota de acceso= 0,4 calificación de fase general\* + 0,6 nota de bachillerato (\*Si la nota es mayor o igual que 4.)
- Calificación fase general (CFG)=media de los 4 ejercicios.
- Si la nota de la fase generales menor de 4 puntos, o la nota de acceso es inferior a 5 puntos, el alumno no ha superado la prueba.



- Los estudiantes podrán presentarse en sucesivas convocatorias para mejorar las calificaciones, tanto en la fase general como en la específica. Las materias elegidas podrán ser diferentes de las que fueron examinados en convocatorias anteriores. Se tomará en consideración la calificación obtenida en la nueva convocatoria siempre que ésta sea superior a la anterior.
- La superación de la fase general tendrá validez indefinida.

#### Calificación Fase Específica:

Una vez superada la fase general y obtenida una nota de acceso, el alumno puede ser admitido directamente en aquellas titulaciones donde la oferta educativa es mayor que la demanda.

Para la admisión en titulaciones donde se produzca un procedimiento de concurrencia competitiva (mayor demanda que oferta), el alumno puede ¿mejorar¿ su nota de acceso mediante la nota de admisión utilizando para ello las notas obtenidas en la fase específica.

Para que tengan validez las notas de la fase específica el alumno debe haber superado la prueba de acceso (fase general) en la misma o anteriores convocatorias.

Nota de admisión= Nota de acceso + a\*M1 + b\*M2

- Para el cálculo de la nota de admisión, se elegirán en su caso, las dos materias de modalidad (M1 y M2) cuyas calificaciones otorguen al estudiante la mejor nota de admisión.
- Estas materias deben estar adscritas a la rama del conocimiento del título al que se quiere ser admitido.
- a y b son parámetros de ponderación de las materias de la fase específica.
- Variarán entre 0,1 y 0,2 en función de la idoneidad de las materias con las enseñanzas universitarias que se pretenden cursar.
- La calificación de estas materias de la fase específica tendrá validez durante los dos cursos académicos siguientes. El alumno podrá presentarse para mejorar sus notas en tantas convocatorias como quiera.

La nota máxima de acceso = 10

La nota máxima de admisión= 14

Pueden solicitar ingreso en el primer curso de los estudios conducentes a la obtención de títulos oficiales reúnan los requisitos exigidos por la legislación vigente para acceder a la Universidad:

1. Estudiantes que hayan superado las Pruebas de Acceso a la Universidad o equivalentes (COU anterior al curso 1974/1975, Preuniversitario y Examen de Estado) en cualquier Universidad española.
2. Estudiantes que reúnan los requisitos exigidos para acceder a la universidad en los sistemas educativos de países miembros de la Unión Europea, incluidos los poseedores del Bachillerato Internacional, Bachillerato Europeo, los procedentes del sistema educativo suizo y alumnos procedentes del sistema educativo chino, además de los sistemas educativos de Islandia, Noruega y Liechtenstein, sin perjuicio de las pruebas específicas que puedan exigirse para el acceso a determinadas enseñanzas.
3. Estudiantes de Formación Profesional en posesión de títulos oficiales de Técnico Superior, Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del sistema educativo español y títulos declarados homologados o equivalentes.
4. Estudiantes en posesión de una titulación universitaria oficial de Grado, Máster, Diplomado Universitario, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico, Licenciado, Arquitecto, Ingeniero o Títulos equivalentes (ver apartado de legislación básica).

Este grado no cuenta con ninguna prueba de acceso especial y se imparte en español (lengua oficial), por tanto, los estudiantes de otros países, que quieran acceder a la titulación, deberán acreditar el conocimiento de español.

Normativa:

**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.

**Real Decreto 558/2010**, de 7 de mayo, por el que se modifica el Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas.

**Orden EDU/1247/2011**, de 12 de mayo, por el que se modifica la orden **EDU/1434/2009** de 29 de mayo, por la que se actualizan los Anexos del Real Decreto 1892/2008.

**Real Decreto 1892/2008**, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas.

**Orden EDU/1434/2009**, de 29 de mayo, por la que se actualizan los anexos del Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas.

**Orden EDU/268/2010**, de 11 de febrero, por la que se modifica la Orden EDU/1434/2009, de 29 de mayo, por la que se actualizan los anexos del Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas.

**Corrección de errores** del Real Decreto. 1892/2008. 28 de marzo 2009

**Corrección de errores** del Real Decreto. 1892/2008. 21 de julio 2009

**Orden 3208/2009**, de 2 de Julio, por la que se desarrollan algunos aspectos dispuestos en el Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre.





**Decreto 67/2008**, de 19 de Junio, del Consejo de Gobierno, por el que se establece para la Comunidad de Madrid el Curriculum de Bachillerato.

**Real Decreto 1467/2007**, de 2 de noviembre, por el que se establece la estructura del Bachillerato y se fijan sus enseñanzas mínimas.

**Orden EDU/3242/2010**, de 9 de diciembre, por la que se determina el contenido de la fase específica de la prueba de acceso a la universidad que podrán realizar quienes estén en posesión de un título de técnico superior de formación profesional, de técnico superior de artes plásticas y diseño o de técnico deportivo superior y equivalentes.

En relación al proceso de admisión, la normativa de ESIC Universidad es la siguiente:

## **NORMATIVA DE ADMISIÓN EN LOS ESTUDIOS DE GRADO**

### **1. INGRESO EN ESIC UNIVERSIDAD**

A efectos del procedimiento de ingreso, ESIC Universidad tiene consideración de Universidad Privada con su normativa propia de acceso, cumpliendo los requisitos de acceso a los Grados que indica el Decreto 412/2014, de 6 de junio (BOE de 7 de junio).

El cien por cien de las plazas de nuestros estudios en ESIC Universidad se ofertan en igualdad de condiciones para todos los alumnos sin tener en cuenta su Distrito de procedencia o el lugar en que residan.

Pueden solicitar ingreso en el primer curso de los estudios conducentes a la obtención de títulos oficiales impartidos los alumnos que reúnan los requisitos exigidos por la legislación vigente para acceder a la Universidad:

- Estudiantes que hayan superado la Prueba o Evaluación de Acceso a la Universidad o equivalentes (COU anterior al curso 1974/ 1975, Preuniversitario y Examen de Estado) en cualquier universidad española. Incluidas las Pruebas organizadas por la UNED.
- Estudiantes que reúnan los requisitos exigidos para acceder a la universidad en los sistemas educativos de países miembros de la Unión Europea, incluidos los poseedores del Bachillerato Internacional, Bachillerato Europeo, los procedentes del sistema educativo suizo y alumnos procedentes del sistema educativo chino, además de los sistemas educativos de Islandia, Noruega y Liechtenstein, sin perjuicio de las pruebas específicas que puedan exigirse para el acceso a determinadas enseñanzas.
- Estudiantes extranjeros que NO procedan de sistemas educativos de países de la UE ni con convenio de reciprocidad, con Acreditación UNED, y modalidad de bachillerato acreditada. Sin perjuicio de los requisitos adicionales que puedan exigirse para la admisión a determinadas enseñanzas
- Estudiantes de Formación Profesional en posesión de títulos oficiales de Técnico Superior, Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del sistema educativo español y títulos declarados homologados o equivalentes.
- Estudiantes en posesión de una titulación universitaria oficial de Grado, Máster, Diplomado Universitario, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico, Licenciado, Arquitecto, Ingeniero o Títulos equivalentes (ver apartado de legislación básica).
- Estudiantes que NO hayan superado ninguna prueba de acceso a la universidad, procedentes de sistemas educativos extranjeros y cuyo título se haya homologado al Título de Bachiller del Sistema Educativo español.

Se **EXCLUYEN** del procedimiento general de Admisión:

- a. Adaptaciones a Grado: Las solicitudes de estudiantes que cursan estudios en un plan de estudios en proceso de extinción y solicitan la adaptación al estudio de grado equivalente.
- b. Las solicitudes de estudiantes pertenecientes a los cupos de acceso a Mayores de 25 años, Mayores de 40 años y Mayores de 45 años.
- c. Admisión por continuación de estudios, con traslado de expediente.
- d. Convalidaciones parciales de estudios extranjeros.

En estos casos, existe un procedimiento específico para solicitar la admisión.

### **2. TRÁMITE A SEGUIR**

#### **2.1 CÓMO REALIZAR LA SOLICITUD**

La solicitud se realizará a través de INTERNET en la página Web habilitada para ello, SOLICITUD DE ADMISIÓN GRADO en ESIC Universidad.



Los estudiantes deben aportar la documentación que se les requiera en las fechas establecidas. La documentación necesaria se subirá cuando realice la admisión, a través de la aplicación habilitada en la web. También se podrá entregar presencialmente en el Dpto. de Admisiones de ESIC-Universidad.

Si la solicitud está completa y cumple todos los requisitos, los interesados recibirán el resguardo de la solicitud en su correo electrónico. Por ello, es muy importante asegurarse de que dicha dirección es correcta.

Si por el contrario hiciera falta algún trámite adicional o aportar documentación, en el resguardo de confirmación, se les informará del procedimiento a seguir y la dirección donde enviarla, advirtiéndole que: **Si no se recibe la documentación requerida, la admisión no se validará y quedará excluida del proceso de admisión.**

Una vez recibida la documentación y validada por Dpto. de Admisiones de ESIC Universidad, el estudiante recibirá el documento definitivo de admisión.

## 2.2 LUGAR DE ENVÍO / ENTREGA DE DOCUMENTACIÓN

La documentación a aportar, tanto la obligatoria como la específica de cada estudio, podrá adjuntarse telemáticamente en cualquier momento del periodo de admisión. En el caso de que se desee enviarla por correo o entregarla personalmente se hará al Dpto. de Admisiones de ESIC Universidad, en el Campus de Pozuelo de Alarcón.

## 2.3 PLAZOS (Admisión, lista de admitidos, reclamaciones)

Para todos los tipos de acceso habrá un único plazo de admisión que comprenderá desde diciembre a septiembre de cada año.

La resolución de admitidos se comunicará en un plazo de siete días naturales desde su solicitud. Se informará de manera personalizada, en la forma a determinar por el Dpto. De Admisiones de ESIC Universidad al solicitante.

La validez de la admisión quedará condicionada al carácter firme de las calificaciones obtenidas en las pruebas de acceso y a la veracidad de los datos consignados en el proceso de admisión. En el caso de que la admisión fuera incorrecta, ESIC Universidad resolverá en qué estudios corresponde admitir al alumno si le correspondiese alguno o la inadmisión / expulsión del mismo.

Podrá reclamar ante esa resolución dentro de un plazo de quince días naturales desde la fecha de resolución.

## 2.4 RECLAMACIONES

Las reclamaciones contra la no admisión, actualización de calificaciones o cambios en la vía se presentarán en ESIC-Universidad en el Campus de Pozuelo dentro del plazo establecido.

## 2.5 DOCUMENTACIÓN NECESARIA

Al grabar su solicitud de admisión vía web, si sus datos no están validados por el sistema y no aporta la documentación vía web, recibirá un correo electrónico con el resguardo de confirmación en el que se indicará qué documentos debe aportar y donde debe entregarlos.

Recuerde que la solicitud no estará validada, y, por tanto, no entrará en el reparto de plazas, hasta que la documentación haya sido verificada por la unidad de admisión correspondiente. En ese momento recibirá un correo con el resguardo de validación.

Como norma general, los documentos necesarios son los siguientes:

### 2.5.1 Todos los alumnos

- DNI, NIE o Pasaporte
- Fotografía en color (tipo carnet)
- Calificaciones Bachillerato
- Documento exigido según grupo de acceso (ver punto 2.5.2)

**Según el grupo de acceso (estudios cursados)**



GRUPO		ESTUDIOS CURSADOS	DOCUMENTACIÓN
GRUPO 1	Subgrupo 1.1	Pruebas / Evaluación de Acceso a la Universidad	Tarjeta de Pruebas o Evaluación de Acceso a la Universidad superadas (deben figurar las calificaciones de todas las materias de las pruebas)
		COU anterior al Curso 1974/75	Libro de Escolaridad
		Preuniversitario	Libro de Escolaridad Tarjeta de Pruebas de Madurez
		Examen de Estado (planes anteriores a 1953)	Libro de escolaridad
		Alumnos procedentes de la UE u otros Estados con convenio	Acreditación expedida por la UNED. (provisional o definitiva)
		Sistemas educativos extranjeros (con pruebas superadas UNED)	Acreditación expedida por la UNED con reconocimiento de modalidad de bachillerato. (provisional o definitiva)
	Subgrupo 1.2	Formación Profesional 2º grado	Certificación académica con calificaciones (divididas por áreas) Título de Técnico Especialista (o resguardo de la solicitud)
		Módulo Profesional Nivel 3	Certificación académica con calificaciones y nota media final Título de Técnico Especialista (o resguardo de la solicitud)
		Ciclo Formativo Grado Superior	Certificación académica con calificaciones y nota media final Título de Técnico Superior (o resguardo de la solicitud) o Libro de Calificaciones
GRUPO 2		Titulados Universitarios (o equivalentes)	Certificado académico con calificaciones Título Universitario (o resguardo de la solicitud)
GRUPO 3		Bachillerato homologado sin prueba de acceso	Credencial de homologación con nota media final (expedida por el MEFPP)

Todos los alumnos subirán la documentación vía web, siendo responsable de la veracidad de los datos facilitados y que la documentación aportada es auténtica.

**Documentación adicional para casos / cupos especiales**

CASOS	DOCUMENTACIÓN ADICIONAL
Estudiantes con discapacidad	Certificado de grado de discapacidad expedido por el IMSERSO o Comunidad Autónoma correspondiente igual o superior al 33%
Deportistas de alto nivel	Acreditación expedida por el Consejo Superior de Deportes
Deportistas de alto rendimiento	Acreditación expedida por el Consejo Superior de Deportes o Credencial expedida por la Comunidad Autónoma
Familia Numerosa	Fotocopia compulsada del libro o tarjeta de familia numerosa general o especial o título acreditativo
N.E.E. (Necesidades Educativas Especiales)	Certificado de grado de discapacidad expedido por el IMSERSO o Comunidad Autónoma correspondiente.

**2.5.4 Documentación adicional según estudios solicitados**

ESTUDIOS SOLICITADOS	DOCUMENTACIÓN ADICIONAL
----------------------	-------------------------



ADE en inglés	Certificado de nivel de idioma B2 con una antigüedad máxima de tres años o Certificado nivel idioma B2 (inglés) emitido por el Centro examinador ESIC-Idiomas.
Marketing en inglés	
Negocios Internacionales	Certificado de nivel de idioma B2 con una antigüedad máxima de tres años o Certificado nivel idioma B2 (inglés) emitido por el Centro examinador ESIC-Idiomas. Si al realizar la solicitud de admisión no se ha alcanzado este nivel, deberá aportar el documento de compromiso firmado obligándose a obtener el certificado acreditativo de nivel de idioma B2 antes del comienzo del segundo curso.
Dirección y Gestión de Empresas en Ámbito Digital (Bilingüe Español-Inglés)	Certificado de nivel de idioma B2 con una antigüedad máxima de tres años o Certificado nivel idioma B2 (inglés) emitido por el Centro examinador ESIC-Idiomas. Si al realizar la solicitud de admisión no se ha alcanzado este nivel, deberá aportar el documento de compromiso firmado obligándose a obtener el certificado acreditativo de nivel de idioma B2 antes del comienzo del tercer curso.

### 3. ADJUDICACIÓN DE PLAZAS

#### 3.1 NORMA GENERAL

La adjudicación de plazas se realiza hasta cubrir todas las plazas ofertadas y siguiendo el criterio de admisión que considere la Dirección de ESIC Universidad para cada año.

#### Plazas ofertadas:

Código Titulación	Titulaciones Gado	Plazas ofertadas
0871	Administración y Dirección de Empresas	210
0872	Administración y Dirección de Empresas (Inglés)	
0873	Dirección y Gestión de Empresas en el Ámbito Digital (Digital Business)	120
0874	Marketing	220
0875	Marketing (Inglés)	
0876	Publicidad y Relaciones Públicas	120
0877	Negocios Internacionales (International Business)	50

#### 3.2 CRITERIOS DE VALORACIÓN. NOTA DE ADMISIÓN

Las solicitudes que se encuentren en igualdad de condiciones, según las prioridades que establece la legislación, se ordenarán en función de su nota de admisión, que resultará de la nota de acceso y la suma de las calificaciones ponderadas de las materias establecidas por las Universidades.

#### Nota de admisión

1. La obtenida en la prueba o evaluación de acceso a la universidad.
2. La resultante de la Acreditación UNED para estudiantes de sistemas educativos de la UE o con convenio de reciprocidad.
3. La obtenida de la Acreditación UNED con MODALIDAD DE BACHILLERATO, para los estudiantes procedentes de sistemas educativos extranjeros que no sean de la UE o países con convenio de reciprocidad.
4. La nota media resultante de promediar la puntuación obtenida en las pruebas de madurez y la media del expediente académico del Bachillerato Superior y del curso Preuniversitario y de añadir, en su caso, la resultante ponderada de la fase voluntaria de la EVAU.
5. La nota media del expediente académico del BUP o, en su caso, del Bachiller Superior y del COU, para los que hayan superado este último con anterioridad al curso 1974-75 y de añadir, en su caso, la resultante ponderada de la fase voluntaria de la EVAU.
6. La nota media del expediente académico de Bachillerato para quienes hayan cursado planes de estudios anteriores al del año 1953 y de añadir, en su caso, la resultante ponderada de la fase voluntaria de la EVAU.
7. La nota media del expediente académico, cuando se acredite estar en posesión de titulación universitaria o equivalente. (GRUPO 2).
8. La nota media del expediente académico de Formación Profesional o equivalente y de añadir, en su caso, la resultante ponderada de la fase voluntaria de la EVAU.
9. La calificación final de bachillerato homologado. (GRUPO 3 -Bachillerato homologado).

#### 3.3 REQUISITOS ESPECIALES DE ADMISIÓN

##### Grados con requisitos específicos de acceso.

Para los Grados en inglés se necesitará acreditar su nivel de inglés mediante Certificado de nivel de idioma B2 con una antigüedad máxima de tres años o Certificado nivel idioma B2 (inglés) emitido por el Centro examinador ESIC-Idiomas.

Para los Grados Bilingües español-inglés se necesitará acreditar su nivel de inglés mediante Certificado de nivel de idioma B2 con una antigüedad máxima de tres años o Certificado nivel idioma B2 (inglés) emitido por el Centro examinador ESIC-Idiomas, antes del comienzo del curso en donde se impartan las materias en inglés.



### 3.4 CUESTIONES Y PLAZOS ESPECÍFICOS RESPECTO A LAS ACREDITACIONES

Los estudiantes que aporten Acreditación Provisional expedida por la UNED, podrán concurrir al proceso de admisión, pero su admisión tendrá un carácter provisional y estará condicionada a la emisión de la acreditación definitiva de calificaciones.

ACREDITACION PROVISIONAL	PLAZO MÁXIMO ENTREGA DE LA ACREDITACIÓN DEFINITIVA
Acreditación provisional mediante documentos basados en predicciones y estimaciones de resultados expedidos a tal efecto por las instituciones acreditadas por el país de origen	1 de diciembre
Acreditación provisional en la que el estudiante deba presentar la homologación de sus estudios al título de bachillerato español y la resolución de la homologación esté en trámite	<b>Lo antes posible, siempre antes de la emisión de actas para la primera convocatoria.</b> Cada Universidad podrá indicar fecha máxima teniendo en cuenta la Orden de 30 de abril de 1996 por la que se adecuan a la nueva ordenación educativa determinados criterios en materia de homologación y convalidación de títulos y estudios extranjeros de niveles no universitarios y se fija el régimen de equivalencias con los correspondientes españoles.

En los casos en los que la acreditación definitiva no otorgue la admisión, bien por la obtención final de una calificación por debajo de la última nota de admitidos en el Grado (nota de corte) bien por resolución no favorable a la solicitud de homologación de Bachiller, se procederá a la resolución de inadmisión y de ineficacia de matrícula y cuantas actuaciones subsiguientes a la misma haya realizado, incluidas las pruebas de evaluación prácticas.

Se recuerda que, cuando se reciba del Ministerio la Credencial definitiva de homologación, **ES NECESARIO QUE SE APORTE INMEDIATAMENTE A LA UNED**, para que puedan expedir la Acreditación definitiva. Una vez se haya conseguido dicha Acreditación, se deberá notificar a ESIC Universidad.

### 3.5 PLAZAS RESERVADAS

CUPOS	PORCENTAJE	NORMATIVA
Titulados Universitarios (o equivalentes)	1%	
Deportistas Alto Nivel y Deportistas Alto Rendimiento	3%	Para deportistas acreditados por: Consejo Superior de Deportes O Comunidad Autónoma
Estudiantes con discapacidad	5%	33% mínimo de discapacidad o - Menoscabo total del habla O - Pérdida total de audición

Los estudiantes que reúnan los requisitos para solicitar admisión por más de una vía de acceso ¿general y/o porcentaje de reserva- podrán optar, a efectos de admisión, por una de entre las varias posibles, a su elección, pero únicamente por una de ellas.

## 4. NORMAS DE LAS UNIVERSIDADES DE MADRID

### 4.1 NORMAS DE PERMANENCIA

[https://esic.edu/documentos/normativa\\_de\\_matricula\\_y\\_permanencia/universitaria.pdf](https://esic.edu/documentos/normativa_de_matricula_y_permanencia/universitaria.pdf)

## 5. LEGISLACIÓN BÁSICA

- Los procedimientos que regulan el ingreso en los Centros Universitarios están recogidos en las siguientes disposiciones legales:
- Resolución de 4 de junio de 2001 (BOE de 12 de junio) que establece las normas para el cálculo de la **nota media** de los alumnos que acceden a la Universidad desde la **Formación Profesional**.
- Real Decreto 777/1998, de 30 de abril (BOE de 8 de mayo). Establece los **accesos a la Universidad** desde Ciclos Formativos Superiores y sus equivalencias con Ramas de FP2 y Módulos de nivel 3, Orden ECI/2527/2005 de 4 de julio que actualiza y amplía la anterior.
- Resolución de 11 de abril de 2008 (BOE 24 de abril) por el que se establece las normas de conversión de las calificaciones cualitativas en calificaciones numéricas del expediente académico del alumnado de bachillerato y cursos anteriores a la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de mayo, de Ordenación del Sistema Educativo.
- Real Decreto 412/2014, de 6 de junio (BOE de 7 de junio) por el que se establece la normativa básica de los procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de grado.

## 6. PONDERACIÓN DE ASIGNATURAS



Para la obtención de la NOTA DE ADMISIÓN, se le sumará a la NOTA DE ACCESO las calificaciones de los exámenes o asignaturas que aportase el estudiante, según el caso:

- A los estudiantes de Bachillerato con EvAU superada o equivalente, se le incorporará a su nota de acceso las dos mejores calificaciones de la Fase Voluntaria o de la asignatura Troncal General de Modalidad de la EvAU, dentro de la vigencia de los dos cursos académicos siguientes a su superación, y atendiendo a lo establecido en las tablas de ponderaciones de las Universidades de Madrid.
- A los estudiantes procedentes de sistemas educativos extranjeros con acreditación de la UNED, se les podrá ponderar, dentro de la vigencia de los dos cursos académicos siguientes a su acreditación, las asignaturas superadas de las Pruebas de Competencia Específica y, en el caso de los sistemas de países de la Unión Europea o de países con convenio de reciprocidad, Bachillerato Europeo o Bachillerato Internacional, de las asignaturas reconocidas de los sistemas de procedencia y asignaturas realizadas en la Fase Voluntaria de la EvAU. Todas ellas en función de las tablas de ponderación de las Universidades de Madrid.
- A los estudiantes de Ciclo Formativo o equivalentes, se le sumará las asignaturas superadas en la Fase Voluntaria de la EvAU, dentro de la vigencia de los dos cursos académicos siguientes a su superación, y atendiendo a lo establecido en las tablas de ponderaciones de las Universidades de Madrid.

#### NOTAS DE CORTE

Código	TITULACIONES DE GRADO	Todos los Grupos en periodo admisión
0871	Administración y Dirección de Empresas	5,000
0872	Administración y Dirección de Empresas (Inglés)	5,000
0873	Dirección y Gestión de Empresas en el Ámbito Digital (Digital Business)	5,000
0874	Marketing	5,000
0875	Marketing (Inglés)	5,000
0876	Publicidad y Relaciones Públicas	5,000
0877	Negocios Internacionales (International Business)	5,000

#### NORMATIVA DE ADMISIÓN

[https://esic.edu/documentos/normativa\\_de\\_admision/universitaria.pdf](https://esic.edu/documentos/normativa_de_admision/universitaria.pdf)

#### Reglamento para la realización de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros ESIC Universidad

#### EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En cumplimiento de la normativa vigente, y ante la creciente movilidad de los alumnos, ya existente con anterioridad pero que ha sufrido un aumento importante tras la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, se ve necesario actualizar la reglamentación de un tipo de acceso cada vez con más solicitudes, como es el acceso por convalidación parcial de estudios extranjeros.

Debido a la implantación progresiva de las titulaciones de grado en ESIC Universidad, solo será efectiva la convalidación parcial de estudios extranjeros para aquellas titulaciones, para aquellos cursos y para aquellas asignaturas que estén implantadas en ese curso académico de la resolución de admisión.

Teniendo en cuenta la legislación vigente, se encuentra necesario, desde ESIC Universidad, realizar las siguientes directrices para la convalidación parcial de estudios extranjeros.

#### 1. LEGISLACIÓN APLICABLE

Para el desarrollo de estas Directrices se tiene que tener en cuenta la siguiente normativa:

- Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre, por el que se establecen los requisitos y el procedimiento para la homologación y declaración de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial y para la convalidación de estudios extranjeros de educación superior.
- Acuerdo de 25 de octubre de 2004, del Consejo de Coordinación Universitaria, por el que se establecen los criterios generales a que habrán de ajustarse las universidades en materia de convalidación y adaptación de estudios cursados en centros académicos españoles o extranjeros.
- Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.
- Reales Decretos 861/2010, de 2 de julio, 43/2015, de 2 de febrero y 195/2016, de 13 de mayo, por los que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.
- 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.

#### Art.1- ÁMBITO DE APLICACIÓN

Las presentes directrices serán de aplicación para las solicitudes de admisión solicitadas a través de convalidación parcial de estudios extranjeros por alumnos con estudios universitarios extranjeros parciales, o totales que no hayan obtenido la homologación de su título en España.

#### Art. 2- REQUISITOS



2.1. Los alumnos estarán en disposición de solicitar convalidación parcial de estudios extranjeros siempre que concurra alguna de las siguientes circunstancias:

- Cuando los estudios extranjeros de educación superior realizados cumplan los criterios que fije el Consejo de Universidades y no hayan concluido con la obtención del correspondiente título.
- Cuando los estudios extranjeros de educación superior realizados, cumplan los criterios que fije el Consejo de Universidades, hayan concluido con la obtención de un título extranjero, y el interesado no haya solicitado la homologación del mismo por un título universitario oficial español o la equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial.
- Cuando habiéndose solicitado la homologación del título extranjero, esta haya sido denegada, siempre que la denegación no se haya fundado en alguna de las causas recogidas en el artículo 3.2 del Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre, por el que se establecen los requisitos y el procedimiento para la homologación y declaración de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial y para la convalidación de estudios extranjeros de educación superior.

2.2. Los alumnos podrán solicitar convalidación parcial de estudios extranjeros en ESIC Universidad para las titulaciones de grado, sabiendo que, debido a la implantación progresiva de las mismas, ni todos los cursos, ni todas las asignaturas del plan pueden estar activadas hasta la implantación total de la titulación.

2.3. Únicamente se podrán reconocer/convalidar las asignaturas superadas por el alumno siempre que el contenido y la carga lectiva sean equivalentes a las correspondientes asignaturas incluidas en un plan de estudios conducente a la obtención de un título oficial al que pretende acceder.

2.4. Las solicitudes de plazas de estudiantes con estudios universitarios extranjeros, parciales o completos, se resolverán por el Decano de ESIC Universidad de acuerdo con las siguientes reglas:

- La admisión de estudiantes a los que se convalide un mínimo de 30 créditos, se hará de acuerdo con las plazas disponibles. Las plazas a cubrir por este sistema se indicarán en cada curso académico. El orden de adjudicación para todos aquellos estudiantes que cumplan con los requisitos establecidos será el siguiente:
  - Mayor número de créditos reconocidos.
  - Nota media del expediente académico.
- Los estudiantes que no obtengan admisión por convalidación parcial deberán superar la prueba de acceso a las universidades españolas, salvo que los estudios preuniversitarios que les hubiesen sido homologados o convalidados den acceso directo a la universidad sin necesidad de superar pruebas de acceso, sin perjuicio de las prioridades temporales y criterios de valoración establecidos en el 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.

2.5. Para la homologación de estudios preuniversitarios y de bachillerato, los alumnos deberán dirigirse al Ministerio de Educación.

### Art. 3- PROCEDIMIENTO

3.1. Los interesados solicitarán la admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros, en el plazo establecido, a través de la plataforma informática de solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros, de acuerdo con lo establecido en estas directrices.

3.2. Revisada la documentación presentada por el interesado, y estando completa la misma, el expediente de solicitud se remitirá, desde el Dpto. de Admisiones al Decano de ESIC Universidad o la persona delegada por él para tal efecto.

En caso de falta de documentación, se le solicitará la misma al interesado, teniendo un plazo de 15 días para subsanar los errores y las faltas de documentación apreciados. Si en el plazo establecido no se presenta la documentación solicitada, se entenderá como desistida por el interesado la solicitud de convalidación parcial de estudios extranjeros.

3.3. Una vez resueltas, las posibles convalidaciones/reconocimientos de asignaturas por parte de la Comisión correspondiente, el expediente completo se trasladará al Dpto. de Admisión, antes del 15 de julio.

3.4. En el caso de resultar admitido en el grado solicitado el alumno deberá formalizar la matrícula en los plazos y forma que proceda.

Debiendo abonar una cuota establecida para solicitantes de convalidación parcial de estudios extranjeros. El cálculo de esta cuota será establecido por la Dirección de ESIC Universidad cada año.

3.5. En el caso de no cumplir alguno de los requisitos legalmente establecidos, o no tener convalidados/reconocidos el número mínimo de créditos fijado por la normativa vigente o no haber resultado adjudicatario de una plaza en el grado solicitado, el alumno recibirá una resolución negativa.

En este caso podrá ejercer su derecho a la reclamación según lo establecido en la resolución recibida, ante el Decano de ESIC Universidad.

3.6. En el caso de que el alumno solicite un grado impartido en inglés en ESIC Universidad, y obtenga una resolución favorable a su solicitud de admisión, tendrá que realizar una prueba de evaluación de aptitud. Se le comunicará la fecha y el lugar de realización de esa prueba de evaluación después de resolver su solicitud de admisión.

3.7. Teniendo en cuenta la progresiva implantación de los grados en ESIC Universidad, los alumnos que accedan a estos estudios solo se podrán matricular en las asignaturas que estén ofertadas.

### Art. 4- PLAZOS

4.1. El plazo de presentación de solicitudes de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros será establecido por ESIC Universidad para cada curso académico, y publicado a través de la página web de la universidad una vez aprobado el mismo.



4.2. La Solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros será previa a la matrícula, ya que la resolución favorable de la misma es la que da acceso a los estudios solicitados.

4.3. La resolución favorable de la solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros quedará sin efecto si el interesado no formaliza la matrícula en el curso académico en el que le fue concedida, o en el siguiente curso académico inmediatamente posterior.

#### Art.5- DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

5.1. Todos los documentos que se presenten deberán ser oficiales, expedidos por una autoridad competente y legalizados por vía diplomática, en las Embajadas o Consulados de España existentes en cada país de donde procedan los documentos, y con el visto bueno del Ministerio de Asuntos Exteriores de España (no será preciso el visto bueno de Ministerio de Asuntos Exteriores de España en los documentos debidamente legalizados que tengan incorporada la etiqueta transparente de seguridad sobre la última firma de legalización). Se acompañará, en su caso, de su traducción al español realizada por un Traductor Jurado o por un Representante Diplomático.

No necesitarán el visto bueno del Ministerio de Asuntos Exteriores de España los documentos que habiendo sido expedidos en países que han suscrito el Convenio Andrés Bello (Bolivia, Colombia, Chile, Cuba, Ecuador, Panamá, Paraguay, Perú y Venezuela) hubieran sido legalizados por vía diplomática con fecha anterior al 10 de junio de 2013.

No es necesaria la legalización para los documentos expedidos en países de la Unión Europea y espacio Económico Europeo, ni los documentos que estén sellados con la *¿APOSTILLE¿* (Convenio de La Haya).

5.2. La documentación a presentar por el interesado, en su solicitud telemática a través de la plataforma informática de solicitud de admisión por convalidación parcial de estudios extranjeros de ESIC Universidad, siendo la siguiente:

- D.N.I., Pasaporte o Tarjeta de Residencia en vigor.
- Certificado acreditativo del nivel y clase de estudios que se pretende convalidar y donde consten las asignaturas cursadas y aprobadas (Certificado Académico).
- Declaración de Equivalencia de la Nota Media del Expediente Académico de estudios cursados en el extranjero, otorgada por el Ministerio español de Educación Cultura y Deporte. Esta declaración se solicita en la dirección web:

<http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/general/educacion/203615/ficha.html>

- Plan de estudios o cuadro de materias, expedido o publicado por el Centro correspondiente, comprensivo de las asignaturas que se exigen para alcanzar la titulación de origen que se pretende convalidar, sellado por el centro de procedencia.
- Programa de cada una de las asignaturas a convalidar, en el que figure el contenido y la amplitud con que han sido cursadas, sellado por el centro de procedencia.
- En caso de estudios parciales, declaración jurada de no haber finalizados los estudios que se quieren convalidar.
- En caso de estudios totales:
  - Denegación de homologación del Ministerio de Educación. por causa distinta de las mencionadas el artículo 3.2 del Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre (BOE de 22 de noviembre), en la que conste expresamente la posibilidad de convalidar parcialmente.
  - Declaración jurada de que no se ha iniciado simultáneamente un procedimiento de homologación o de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial del título en España.

5.3. Para los estudiantes que no sean nacionales de estados que tengan como lengua oficial el castellano, ESIC Universidad podrá establecer la prueba de idioma que consideren oportuna.

#### Art. 6- RESOLUCIÓN

6.1. Finalizado el proceso de revisión de expediente para la convalidación/reconocimiento, la Comisión de Convalidación Parcial de Estudios Extranjeros remitirá informe al Dpto. de Admisión, quién emitirá una carta de aceptación o denegación de la convalidación parcial de estudios extranjeros que será remitida al alumno.

6.2. Los interesados podrán formular las reclamaciones que estimen oportunas ante el Decano.

#### 2.- Otras formas de acceso

##### 2.1- Pruebas de Acceso para Mayores de 25 años

#### **ACCESO A MAYORES DE 25 AÑOS**

##### **LEGISLACIÓN**

La legislación por la que se regula la Prueba de Acceso a la Universidad para mayores de 25 años en ESIC-Universidad se rige por el 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 y por la RESOLUCIÓN de 26 de noviembre de 2014, de la Dirección General de Universidades e Investigación, por la que se da publicidad al Acuerdo de la Comisión Organizadora por el que se dictan las normas e instrucciones reguladoras de la prueba de acceso a la universidad para mayores de veinticinco años en el ámbito de la Comunidad de Madrid (BOCM del lunes 15 de diciembre de 2014)

##### **CONDICIONES Y REQUISITOS**

- Solo podrán concurrir a la citada prueba de acceso:
  - Quienes cumplan, o hayan cumplido, los 25 años de edad durante el año en el que se celebre la Prueba





- Quienes no cuenten ya con un título que les dé acceso a la Universidad.

- Los candidatos que realicen la Prueba de Acceso para mayores de 25 años en ESIC-Universidad y quieran matricularse, deberán resultar APTOS en dichas pruebas y, posteriormente, superar el proceso de admisión de ESIC-Universidad establecido para todos los posibles alumnos. Estos alumnos quedarán exentos de abonar la apertura de expediente, para el caso de los Grados.

#### ESTRUCTURA DE LA PRUEBA

- PRUEBA COMÚN: Constará de tres ejercicios:
  - [Comentario de texto](#)
  - [Lengua castellana](#)
  - [Lengua extranjera \(inglés\)](#)
- PRUEBA ESPECÍFICA: Opciones y modelos de examen:

A) ARTES Y HUMANIDADES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Historia de España</a></li> <li>• <a href="#">Historia del Arte</a></li> <li>• <a href="#">Historia de la Filosofía</a></li> </ul>
B) CIENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Matemáticas II</a></li> <li>• <a href="#">Física</a></li> <li>• <a href="#">Química</a></li> </ul>
C) CIENCIAS DE LA SALUD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Química</a></li> <li>• <a href="#">Biología</a></li> <li>• <a href="#">Matemáticas II</a></li> </ul>
D) CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Matemáticas aplicadas a las CC Sociales</a></li> <li>• <a href="#">Historia de España</a></li> <li>• <a href="#">Historia de la Filosofía</a></li> </ul>
E) INGENIERÍA Y ARQUITECTURA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Matemáticas II</a></li> <li>• <a href="#">Física</a></li> <li>• <a href="#">Química</a></li> </ul>

#### CALIFICACIÓN DE LAS PRUEBAS DE ACCESO

Cada una de las materias objeto de examen será calificada de 0 a 10 puntos y expresada con 2 cifras decimales.

La calificación definitiva será la media aritmética de las calificaciones obtenidas en la fase general y en la específica. El candidato ha superado la prueba de acceso cuando obtenga un mínimo de 5 puntos en la calificación final, no pudiéndose en ningún caso promediar cuando no se obtenga una puntuación mínima de 4 puntos tanto en la fase general como en la específica.

Una vez publicadas las calificaciones, se concederá un plazo de tres días hábiles para presentar reclamación dirigida al Rector.

#### INSCRIPCIÓN EN LA PRUEBA

La inscripción en la PRUEBA DE ACCESO 25 incluye la documentación de estudio. Para ello el alumno tendrá que elegir previamente las opciones de estudio por las que vaya a presentarse.

Si el alumno una vez superada la PRUEBA DE ACCESO 25 y las Pruebas de Admisión ESIC-Universidad, decide matricularse en un Grado, no tendría que abonar las tasas correspondientes a la apertura de expediente.

Se realizará en cada curso una única convocatoria para mayores de veinticinco años que tendrá lugar entre el 1 de marzo y el 30 de abril del año de la convocatoria.

#### 2.2.- Pruebas de Acceso para Mayores de 40 años

#### **ACCESO A MAYORES DE 40 AÑOS**

##### LEGISLACIÓN

La legislación por la que se regula la Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 40 años, es:

- Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre, por el que regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas.

En el Capítulo V, Artículo 36. Acceso mediante acreditación de experiencia laboral o profesional.

1. Podrán acceder a la universidad por esta vía quienes cumplan los requisitos establecidos en la presente norma.

2. Sólo podrán acceder por esta vía los candidatos con experiencia laboral y profesional en relación con una enseñanza, que no posean ninguna titulación académica habilitante para acceder a la universidad por otras vías y cumplan o hayan cumplido los 40 años de edad antes del día 1 de octubre del año de comienzo del curso académico.



3. El acceso se realizará respecto a unas enseñanzas concretas, ofertadas por la universidad, a cuyo efecto el interesado dirigirá la correspondiente solicitud al Rector de la universidad.

4. A efectos de lo dispuesto en este artículo, las universidades incluirán en la memoria del plan de estudios verificado, de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, los criterios de acreditación y ámbito de la experiencia laboral y profesional en relación con cada una de las enseñanzas, de forma que permitan ordenar a los solicitantes. Entre dichos criterios se incluirá, en todo caso, la realización de una entrevista personal con el candidato. Artículo 37. Acceso a la universidad para mayores de 45.

### ESTRUCTURA DE LA PRUEBA

Una vez finalizado el plazo de presentación de solicitudes de inscripción se remitirán a las distintas Comisiones Evaluadoras y se publicará en la página web de la Universidad, en el apartado de Pruebas de Acceso para mayores de 40.

Posteriormente será la Comisión Evaluadora la que convoque a los candidatos para la realización de la entrevista. Los horarios y el lugar de la entrevista se publicarán en la página web de la Universidad.

La entrevista tendrá una duración no superior a 10 minutos, en la que los candidatos deben defender la adecuación de su perfil y experiencia profesional a la titulación/es a las cuáles desean acceder.

Se considerará que el candidato ha superado el acceso por ésta vía cuando obtenga una calificación igual o superior a cinco puntos, lo cual no garantiza la obtención de plaza en la titulación elegida, ya que es un proceso de concurrencia competitiva.

### INSCRIPCIÓN EN LA PRUEBA

Para poder inscribirse en la prueba de mayores de 40 años, los interesados tendrán que presentar en el plazo del 15 al 25 enero del año de la convocatoria

El impreso de solicitud de inscripción será facilitado por la Universidad (documento en pdf). En dicho impreso se hará constar las enseñanzas concretas por la universidad para las que solicita el acceso:

- Impreso normalizado de presentación de curriculum vitae, en el que el candidato consignará la experiencia que quiera acreditar junto con los títulos, cursos, etc.
- Original y fotocopia legible del Documento Nacional de Identidad, si es de nacionalidad española, o de la Tarjeta de Identidad de Extranjero, de tener otra nacionalidad.
- Declaración jurada de no estar en posesión de ninguna titulación académica habilitante para acceder a la universidad por otras vías.
- Informe de vida laboral

Toda la documentación se presentará en el Dpto. de Admisión de ESIC-Universidad.

El día 1 de febrero del año de la convocatoria saldrá publicada en la página web, el día lugar y hora exacta en la que los alumnos están convocados.

Las entrevistas se realizarán a partir del 15 de febrero en ESIC-Universidad, publicación de notas el 25 febrero del año de la convocatoria.

### 2.3.- Pruebas de Acceso para Mayores de 45 años

### ACCESO A MAYORES DE 45 AÑOS

#### LEGISLACIÓN

La legislación por la que se regula la Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 45 años, es:

- 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
- RESOLUCIÓN de 26 de noviembre de 2014, de la Dirección General de Universidades e Investigación, por la que se da publicidad al acuerdo de la Comisión Organizadora por el que se dictan las normas e instrucciones reguladoras de la prueba de acceso a la Universidad para mayores de 45 años en el ámbito de la Comunidad de Madrid (BOCM del lunes 15 de diciembre de 2014).

#### CONDICIONES Y REQUISITOS

- Sólo podrán concurrir a la citada prueba de acceso quienes cumplan, o hayan cumplido, los 45 años de edad antes del día 1 de octubre del año natural en que aquella se celebre y no cuenten ya con un título que les dé acceso a la Universidad.



- Los candidatos podrán realizar la prueba de acceso para mayores de 45 años, en la universidad de su elección, siempre que existan en ésta los estudios que deseen cursar. El candidato solo se podrá matricular en la Universidad donde haya realizado las Pruebas de acceso para mayores de 45 años.
- No se podrá realizar la prueba de acceso para mayores de 45, para un mismo curso académico, en más de una universidad. En caso contrario, quedarán automáticamente anuladas todas las pruebas realizadas.

#### ESTRUCTURA DE LA PRUEBA

- FASE 1: Consta de dos ejercicios escritos
  - Lengua castellana
  - Comentario de texto

La calificación final de esta fase será la media aritmética de las calificaciones obtenidas en cada ejercicio, que serán calificados de 0 a 10 puntos, expresad con dos cifras decimales, no pudiendo promediar si en cada uno de ellos no se alcanza la calificación de 4 puntos. Se considerará superada esta fase si el candidato obtiene un mínimo de 5 puntos en la calificación final.

- FASE 2: Entrevista personal
  - Los candidatos que hayan superado los ejercicios de la primera fase serán convocados a una entrevista personal en la que se plantearán cuestiones generales sobre el currículum del candidato, con el fin de conocer su motivación y detectar sus habilidades y competencias básicas para hacer frente a los estudios universitario que desea realizar
  - Del resultado de la entrevista se elevará una resolución de apto o no apto para el acceso a los estudios solicitados, otorgándose en caso de aptitud y como calificación final de la Prueba la obtenida en la fase de los ejercicios escritos.

#### INSCRIPCIÓN EN LA PRUEBA

La inscripción en la PAU45 incluye la documentación de estudio.

Si el alumno una vez superada la PAU45 decide matricularse en un Grado sí tendrá que abonar las tasas correspondientes a la apertura de expediente, o reserva de plaza.

Se realizará en cada curso una única convocatoria para mayores de veinticinco años que tendrá lugar entre el 1 de marzo y el 30 de abril del año de la convocatoria.

[https://esic.edu/documentos/normativa\\_de\\_admision\\_mayores\\_25\\_40\\_45/universitaria.pdf](https://esic.edu/documentos/normativa_de_admision_mayores_25_40_45/universitaria.pdf)

#### NORMATIVA DE ADMISIÓN POR TRASLADO

[https://esic.edu/documentos/normativa\\_de\\_admision\\_por\\_traslado/universitaria.pdf](https://esic.edu/documentos/normativa_de_admision_por_traslado/universitaria.pdf)

#### NORMATIVA DE PERMANENCIA

A continuación, se incluye la normativa de permanencia para los estudios de Grado:

[https://esic.edu/documentos/normativa\\_de\\_matricula\\_y\\_permanencia/universitaria.pdf](https://esic.edu/documentos/normativa_de_matricula_y_permanencia/universitaria.pdf)

#### ARTÍCULO 1. OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

La presente normativa tiene por objeto regular el régimen de matrícula y permanencia de los estudiantes en los estudios oficiales de Grado de ESIC Universidad, referidos en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre.

#### ARTÍCULO 2. DEDICACIÓN A TIEMPO COMPLETO Y A TIEMPO PARCIAL

- 2.1. Los estudiantes, con independencia del curso en el que se encuentren, podrán elegir la condición de Estudiantes a Tiempo Completo o Estudiantes a Tiempo Parcial.
- 2.2 Estudiantes a Tiempo Completo serán aquellos que se encuentren matriculados, durante un curso académico, en un número de créditos que oscile entre 48 y 78. Por defecto, todos los estudiantes de Grado en la Universidad, se considerarán Estudiantes a Tiempo Completo.
- 2.3. Estudiantes a Tiempo Parcial serán aquellos que se encuentren matriculados, durante un curso académico, entre 24 y 47 créditos. Los estudiantes que se matriculen en esta modalidad, tienen que indicar la condición de Estudiante a Tiempo Parcial al realizar la matrícula.
- 2.4. El límite inferior de créditos para Estudiantes a Tiempo Parcial no será aplicable a aquellos a quienes les falten menos de 24 ECTS para terminar su titulación, sin que se pueda alterar el tiempo de permanencia recogido en el artículo 6.



2.5. Los Estudiantes a Tiempo Parcial podrán solicitar al Decanato y Dirección Académica del Área, a través de Ordenación Académica una "Dispensa Académica Especial" que les exima de la asistencia a clase de aquellas asignaturas, o partes de asignaturas, en las que se admita la Dispensa en su Guía Docente sin que afecte al proceso de Evaluación. En caso de ser concedida, se comunicará desde Ordenación Académica.

### ARTÍCULO 3. NÚMERO MÁXIMO DE CRÉDITOS MATRICULABLES

3.1. El número máximo de créditos en los que podrá matricularse un Estudiante a Tiempo Completo de nuevo ingreso en primer curso será de 78. Quedan excluidos de este cómputo los créditos referidos a las Prácticas Externas y el Trabajo Fin de Grado.

3.2. Los Estudiantes a Tiempo Completo podrán matricularse hasta un máximo de 78 créditos, siempre que el horario sea compatible.

3.3. Los estudiantes a Tiempo Parcial no podrán superar nunca el número de 47 créditos matriculados.

### ARTÍCULO 4. RÉGIMEN DE MATRICULACIÓN

Período de matrícula. La matrícula se realizará dentro de los períodos y plazos fijados, y en la forma determinada por la Universidad. Los plazos y procedimientos de matrícula y preinscripción se harán públicos antes del comienzo del curso académico.

### ARTÍCULO 5. PERMANENCIA EN LOS ESTUDIOS DE GRADO

5.1. La permanencia de los estudiantes en los estudios de Grado será de un máximo de ocho años para estudiantes a tiempo completo. Los estudiantes a tiempo parcial podrán solicitar a la Universidad una prórroga de hasta dos años más. Se entenderá por estudiante a tiempo parcial el que hubiera solicitado esta condición durante al menos dos cursos académicos.

5.2. En los Grados de duración superior a 240 créditos (4 años), el máximo del apartado anterior se incrementará en un año más por cada 60 créditos ECTS que se adicione a los 240 ECTS.

5.3. Cuentan como años de permanencia aquellos en que el estudiante haya formalizado su matrícula y no la haya anulado o se le haya anulado la matrícula por impago.

5.4. Los estudiantes habrán de superar en el primer curso un mínimo de dos asignaturas. Los estudiantes que cursen estudios a tiempo parcial, deberán superar al menos una asignatura en su primer año académico. La no obtención de este número mínimo de asignaturas determinará la imposibilidad de continuar los estudios iniciados.

5.5. No obstante lo anterior, con carácter extraordinario, se podrá autorizar, a petición del interesado, la continuación de los estudios en aquellos casos particulares en los que causas de fuerza mayor debidamente probadas hubieran afectado al rendimiento académico del estudiante.

### ARTÍCULO 6. NÚMERO DE MATRÍCULAS

6.1. Los estudiantes que estén cursando cualquier titulación oficial de Grado de ESIC Universidad podrán realizar un máximo de cuatro matrículas para la superación de cada una de las asignaturas del plan de estudios, sin contar anulaciones anteriores de las mismas.

6.2. Previa solicitud motivada del estudiante, la Universidad podrá conceder una matrícula adicional y de forma excepcional una matrícula adicional extraordinaria.

6.3. Régimen de evaluación. Con carácter general, la matrícula en una asignatura da lugar al derecho a ser evaluado y calificado a lo largo del curso de conformidad con el régimen de evaluación establecido en la Guía Docente de cada asignatura, y cuya calificación se recogerá en el acta ordinaria o extraordinaria correspondiente.

6.4. Las asignaturas correspondientes al primer semestre se calificarán en el acta de evaluación ordinaria en las fechas establecidas en el calendario académico oficial aprobado.

6.5. Las asignaturas correspondientes al segundo semestre se calificarán en el acta ordinaria en las fechas establecidas en el calendario académico oficial aprobado.

6.6. Durante el período establecido en el calendario oficial los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la evaluación ordinaria, podrán ser evaluados de aquellos conocimientos y competencias que puedan ser reevaluables, según lo establecido en la Guía Docente, en una evaluación extraordinaria.

### ARTÍCULO 7. DISCAPACIDAD Y SITUACIONES EXCEPCIONALES

La Universidad promoverá la efectiva adecuación de la normativa de permanencia y matrícula a las necesidades de los estudiantes con discapacidad mediante la valoración de cada caso concreto y la adopción de las medidas específicas adecuadas. Asimismo, la Universidad velará por la flexibilización de estas normas cuando el estudiante sufra una enfermedad grave durante un tiempo prolongado, o cuando se produzca alguna otra situación excepcional. A estos efectos, previa solicitud del estudiante.

#### Disposición Final

La presente normativa se publicará al día siguiente de su aprobación y será de aplicación a partir del curso académico 2019/2020.

#### 4.3 APOYO A ESTUDIANTES



ESIC Universidad, conocedora del cambio tan importante que supone para el alumno de primera matriculación su entrada en la universidad, ha puesto en marcha diversos sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados:

1.- Plan de Acción Tutorial (Programa de Tutorías Integrales (PTI) en URJC): El Plan de Acción Tutorial es un mecanismo de acogida, orientación, integración y apoyo para los estudiantes.

La Universidad, consciente de la necesidad de desarrollar programas de tutorías específicos que orienten y motiven a los alumnos para su mejor rendimiento académico y su implicación en la Universidad y en su programa formativo, y dentro de las recomendaciones de los distintos programas de Evaluación Institucional de la ANECA, decidió implantar en el curso 2005-06 un Plan Piloto de Tutorías Integrales.

En el curso académico 2008-2009, dicho programa se incorpora a los títulos de Grado como una actuación que todo profesor debe desempeñar dentro de su actividad docente y en la que todo alumno tiene la obligación y el derecho de participar activamente.

2.- Jornada de Bienvenida al estudiante (Jornadas de Acogida en URJC): Las Jornadas de Acogida consistirán en un Acto de Bienvenida y Presentación por parte de ESIC Universidad, encuentro con los tutores integrales de grupo, y visita a las principales instalaciones del campus.

3.- La Unidad de Desarrollo Profesional (UDP) (La Oficina de Egresados en URJC): tiene como objetivo establecer una estrategia de seguimiento a egresados de ESIC Universidad con la que se pretende fortalecer las relaciones con nuestros titulados y desarrollar un vínculo más activo, ofreciéndoles ventajas y beneficios en todas las actividades y servicios que se generan desde ESIC Alumni y la Universidad en general.

La UDP (Unidad de Desarrollo Profesional): cuenta con un Plan Estratégico de Empleo y Emprendimiento encargado de diseñar acciones y programas que promuevan el desarrollo integral de sus titulados y favorezcan y faciliten su inserción laboral. El citado Plan abarca fundamentalmente cuatro ejes estratégicos específicos de actuación y de interés profesional:

- 1) Plan de orientación y asesoramiento para el empleo
- 2) Plan de información y formación para el empleo
- 3) Plan para el autoempleo o emprendimiento (a través de ESIC Emprendedores)
- 4) Plan para la relación con empresas y oportunidades de empleo

El Plan Estratégico de Empleo y Emprendimiento va dirigido a los egresados y tiene como objetivo principal establecer vínculos permanentes en el sector productivo de la economía nacional e internacional, que permitan satisfacer las necesidades de colocación y desarrollo profesional de nuestros titulados, así como la demanda de personas cualificadas y profesionales que requieran las empresas.

A través de la web de ESIC Universidad ([www.esic.edu/empleabilidad](http://www.esic.edu/empleabilidad) y [www.esic.edu/alumni](http://www.esic.edu/alumni)) se ofrece a los ex alumnos egresados de la Universidad toda la información sobre las ventajas de pertenecer a la red de antiguos alumnos. Pueden acceder al servicio de intermediación laboral, bolsa de trabajo, convocatoria de becas, información y formación para el empleo, orientación y asesoramiento para el autoempleo y el emprendimiento, actualización de datos, información general de egresados destacados, movilidad internacional, buscador de egresados, redes profesionales y demás asuntos de interés profesional y laboral. Se dedica especial atención a la inserción laboral de las personas con discapacidad (a través de la Unidad de Diversidad), por lo que hay un espacio específico sobre empleo y discapacidad. Asimismo, se cuenta con un observatorio de situación laboral con el que se pretende el seguimiento de la empleabilidad y trayectoria profesional de los egresados.

#### 4.- Unidad de Diversidad (Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en URJC)

Tiene como objetivo ofrecer apoyo, asesoramiento y asistencia en materia de integración sociolaboral a aquellas personas de la comunidad universitaria que presenten cualquier diversidad funcional como consecuencia de una discapacidad. La Unidad de Diversidad se dirige a los tres colectivos que constituyen la Universidad: Personal Docente, Personas de Administración y Servicios, y Estudiantes, siendo este último grupo el más numeroso y por tanto hacia el que más acciones se dirigen.

Las actuaciones de la Unidad de Diversidad se encuentran reguladas por Normativa Propia de ESIC Universidad a fin de clarificar el compromiso adquirido por la Universidad hacia la consecución de los objetivos generales de inclusión educativa y normalización de la discapacidad en las aulas universitarias, garantizando la igualdad de oportunidades en la vida académica de los estudiantes o en el desempeño de sus puestos de trabajo de los trabajadores con discapacidad.

Las líneas de acción de la Unidad de Diversidad, tal como se presenta en su web ([www.esic.edu/institucion/diversidad/](http://www.esic.edu/institucion/diversidad/)), incluyen:

- Accesibilidad física, administrativa y de comunicación.
- Formación docente en materia de discapacidad.
- MASESIC (Extensión Universitaria y Servicio Social en URJC).

Asesoramiento para el acceso, desempeño y mantenimiento del empleo.

Una vez abordados todas las áreas anteriormente expuestas, ESIC Universidad en su compromiso con las personas con discapacidad, quiere profundizar aún más en sus acciones, planteando como objetivo fomentar la empleabilidad, el acceso al mercado laboral y la permanencia en el mismo.



## ATENCIÓN AL ALUMNO

ESIC, conocedora del cambio tan importante que supone para el alumno de primera matriculación su entrada en la universidad, ha puesto en marcha diversos sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados, recogidos en la web bajo el epígrafe *¿Atención al Estudiante?*

1.- **Cursos Cero:** para ayudar a los alumnos a eliminar las posibles deficiencias de conocimientos con las que pueden encontrarse al iniciar estudios en determinadas titulaciones, ESIC anualmente realiza los Cursos Cero de preparación. El contenido de estos cursos se determina tanto por los resultados de las pruebas realizadas al inicio, como por las sugerencias recibidas por los Tutores de Curso y el Director/ Coordinador de la Titulación.

2.- **Programa de Tutorías:** ESIC cuenta con un Plan de Acción Tutorial (P.A.T.) para la *¿acogida?* al alumno del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en su proceso de ingreso y adaptación a la Escuela.

Al inicio del curso, se le asignará a cada alumno y alumna un Tutor, que será su referente en los ámbitos personal y académico. Ambos mantendrán una serie de reuniones y entrevistas de orientación durante el curso escolar, con el objeto de llevar un correcto seguimiento y que el alumno se encuentre arropado en su proceso de adaptación a la vida universitaria.

Las funciones del Tutor serán las de dar a conocer al alumno la Escuela (filosofía y recursos), facilitarle información del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, dinamizar su proceso universitario y posibilitar su integración tanto grupal como personal.

3.- **Departamento de Prácticas y Carreras Profesionales (Unidad de Desarrollo Profesional):** es un servicio de ESIC, cuyo fin es potenciar la cooperación estrecha entre la Universidad y la empresa para favorecer la calidad en la formación y el empleo de los estudiantes de la Universidad. En su labor dirigida a los estudiantes universitarios, les provee de información sobre convocatorias de oferta de empleo público y privado, planes de estudios, salidas profesionales, inclusión en la bolsa de empleo, orientación profesional y prácticas en empresas. En relación a los alumnos ya titulados les ofrece información sobre ofertas de empleo, estudios de especialización, master, etc. Asimismo, realiza labores de asesoramiento en la elaboración del *curriculum vitae*, facilita ofertas de cursos de formación especializada orientados a mejorar el desarrollo profesional y la inserción en el mundo laboral y realiza anualmente foros de empleo que sirvan de encuentro directo entre las empresas y los alumnos.

### 4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

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

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

#### Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

#### Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

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

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Además de lo establecido en el artículo 6 del Real Decreto 1393/2007, la transferencia y reconocimiento de créditos en las enseñanzas de grado deberán respetar las siguientes reglas básicas:

- Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a las materias de formación básica de dicha rama (MODULO DE CONOCIMIENTO BÁSICOS DE RAMA).

El RD 1393/2007 establece lo siguiente: *Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento un número de créditos que sea al menos el 15 por ciento del total de los créditos del título, correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.*

- Serán también de objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas otras materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento del título al que se pretende acceder (MÓDULO DE CONOCIMIENTO BÁSICOS COMUNES).
- El resto de los créditos podrán ser de reconocimiento por la Universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o bien que tengan carácter transversal.

De acuerdo con el artículo 46.2.i) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades, los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico 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 cursado a través de la asignatura obligatoria *¿reconocimiento académico de créditos?*



[https://esic.edu/documentos/normativa\\_de\\_transferencia\\_y\\_reconocimiento\\_de\\_creditos/universitaria.pdf](https://esic.edu/documentos/normativa_de_transferencia_y_reconocimiento_de_creditos/universitaria.pdf)

A continuación, se adjunta el Reglamento de ESIC Universidad.

## **REGLAMENTO DE ESIC Universidad PARA LAS CONVALIDACIONES, RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS**

### **BLOQUE I. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

El artículo 36 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, modificado por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, dispone que el Gobierno, previo informe del Consejo de Universidades, regulará los criterios generales a que habrán de ajustarse las Universidades en materia de convalidación y adaptación de estudios cursados en centros académicos españoles o extranjeros.

La Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, introduce la posibilidad de validar a efectos académicos, la experiencia laboral o profesional, siguiendo los criterios y recomendaciones de las declaraciones europeas.

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, señala en su artículo 6 que *¿las universidades elaborarán y harán pública su normativa sobre el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos, con sujeción a los criterios generales que sobre el particular se establecen en este real decreto¿.*

En el mencionado Real Decreto 1393/2007, se recoge y desarrolla la figura del reconocimiento de créditos, mediante la cual se produce la aceptación por parte de una Universidad de los créditos obtenidos en otras enseñanzas oficiales, de tal modo que sean computados a efectos de la obtención de un Título Oficial.

El Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre, que regula el reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior.

También se establece la transferencia de créditos que implica la inclusión en los documentos académicos oficiales de la totalidad de los créditos obtenidos por el alumno en enseñanzas oficiales que no hayan conducido a la obtención de un Título Oficial.

### **BLOQUE II. CONSIDERACIONES GENERALES**

#### **1. Objetivo**

Para que los alumnos que se matriculan en ESIC-UNIVERSIDAD habiendo ya iniciado estudios universitarios o habiendo obtenido CFGS (con independencia de la modalidad de acceso Preinscripción o Traslado) pueden solicitar la convalidación /equivalencia de asignaturas aprobadas en la Titulación anterior.

#### **1. Proceso de admisión de alumnos solicitantes de convalidaciones**

El mismo que cualquier otro alumno que acceda mediante preinscripción o traslado.

#### **1. Petición oficial de Convalidaciones, plazos y documentación.**

Una vez que el alumno abona la reserva de plaza, se le trata como un alumno más de nuevo ingreso, según el procedimiento establecido.

Al ya disponer del acceso al Campus Virtual de ESIC-Universidad, podrá solicitar la convalidación/equivalencia oficial de asignaturas a través de la plataforma creada para ello. El alumno tendrá que solicitar la convalidación antes de formalizar la matrícula, dentro de un periodo establecido para ello por la Dirección de ESIC-Universidad.

Debiendo seguir los pasos establecidos en la plataforma:

1. Acceder a la plataforma, validarse como alumno.



2. Introducción de los datos de la Titulación de procedencia: nacional o extranjera, universidad y titulación.
3. Se oferta la Titulación que cursará en ESIC-Universidad, debiendo marcar las asignaturas que solicita convalidar. No se podrán solicitar reconocimiento de créditos de aquellas asignaturas que hayan sido superadas por el alumno en cursos anteriores de la Titulación cursada.
4. Deberá subir la documentación exigida en formato PDF:
  - a. **Certificado Académico Oficial** que contenga las calificaciones, tipología, créditos. Debiendo estar firmado y sellado por la Universidad de origen.
  - b. **Plan de estudios** completo de la Titulación de origen. Debiendo estar sellado por la Universidad de origen.
  - c. **Guías Docentes** de cada una de las asignaturas que van a usarse para las equivalencias. Debiendo estar firmado y sellado por la Universidad de origen.
5. Rellenar el resto de información solicitada, y cerrar la petición.
6. Pagar el importe de solicitud de convalidación, es una cuota fija que se establece cada año por la Dirección del Centro. Pudiendo descargarse el recibo para su abono al cerrar la solicitud en la plataforma.

#### 1. Resolución de solicitudes de convalidación

La resolución y aprobación de las solicitudes de reconocimientos de créditos o transferencias de créditos realizadas por los alumnos, serán competencia de la Comisión de Reconocimiento y Transferencias, creadas a tal efecto por el Decano de ESIC Universidad.

Una vez solicitadas y habiéndose cerrado cada petición se revisan, comprobando que la solicitud es correcta.

- Si es correcta, se traslada la solicitud la Comisión de Reconocimiento y Transferencias, creadas a tal efecto por el Decano de ESIC Universidad.
- Si no es correcta, se informa al alumno a través de la plataforma de que su solicitud no es válida, detallándole el motivo y su posible solución. Pudiendo recurrir mediante la misma solicitud en la plataforma en un plazo de quince días naturales desde esta comunicación. Si no lo hace, la solicitud se desestima automáticamente.

ESIC Universidad podrá solicitar al alumno, en cualquier momento documentación adicional que considere necesaria para el estudio de la convalidación, así como la documentación original o fotocopia compulsada.

La Comisión de Reconocimiento y Transferencias a través de la propia plataforma, mediante su perfil de *experto*, procede a revisar, confirmar o denegar las solicitudes. Esta Comisión se reúne periódicamente para ir resolviendo las solicitudes hasta la finalización del periodo de solicitud

El alumno conocerá la resolución a través de la plataforma. Se le facilitará las condiciones para que estas convalidaciones se formalicen en su expediente. En un plazo de quince días desde la resolución deberá aportar en la secretaría de universitaria:

- los originales o copias compulsadas de la documentación aportada en la plataforma al hacer la solicitud
- el resguardo del abono del importe de solicitud de convalidación.

Una vez entregada esta documentación por el alumno, se válida y se da por definitiva la convalidación del solicitante en la plataforma. Generándose un recibo de reconocimiento de créditos que el alumno podrá descargarse y abonarlas. Este importe es variable, dependiendo de los créditos reconocidos multiplicado por una cuota fija que se establece cada año por la Dirección del Centro.

La falta de pago de estos importes de reconocimiento de créditos conllevará la anulación de las convalidaciones/reconocimientos concedidas.

#### 1. Reclamaciones

Contra la resolución de convalidaciones o equivalencias de la Comisión, el alumno podrá interponer una reclamación, a través de la plataforma habilitada para ello, en el plazo establecido de quince días naturales a partir de la publicación en la plataforma de convalidaciones. No se podrá reclamar el reconocimiento de aquellas asignaturas no solicitadas en primera instancia.

El Decano de ESIC Universidad resolverá las reclamaciones, en virtud de la resolución correspondiente que establezca la Comisión de Expertos en relación a la reclamación del alumno. Siendo esta la única reclamación posible que puede ejercer el alumno, cerrándose la reclamación una vez resuelta.

Este recurso deberá ser presentado por el alumno a través del procedimiento habilitado en la plataforma. Y se comunicará su resolución a través de este mismo medio.





## BLOQUE II. CONSIDERACIONES DEL REAL DECRETO 1393/2007 Y ANTERIORES

### 1. Del reconocimiento de créditos en Titulaciones de Grado reguladas por el Real Decreto 1393/2007

#### Concepto de reconocimiento de créditos en Titulaciones de Grado

Se entiende por reconocimiento de créditos en Titulaciones de Grado la aceptación de los créditos que, habiendo sido obtenidos en enseñanzas oficiales, en ESIC Universidad o en otra Universidad (enseñanzas de origen), son computados en otra enseñanza (enseñanza de destino) a efectos de la obtención del correspondiente Título Oficial.

#### Reconocimiento de créditos en Titulaciones de Grado de asignaturas cursadas en otras Titulaciones de Grado

En el caso de que las Titulaciones de origen y de destino no pertenezcan a la misma rama de conocimiento, se reconocerán también los créditos obtenidos en las asignaturas de formación básica pertenecientes a la rama del Título de destino siempre y cuando exista coincidencia en el número de créditos y de contenido entre asignaturas.

Siempre que el alumno tenga superada la totalidad de las asignaturas que componen el módulo de formación básica de la rama de conocimiento, y las Titulaciones de origen y de destino pertenezcan a la misma rama de conocimiento, se reconocerá automáticamente el módulo de formación básica siempre y cuando exista coincidencia en el número de créditos y de contenido entre asignaturas.

Las asignaturas que no pertenezcan al módulo de formación básica de la rama de conocimiento, se podrán reconocer, asignatura por asignatura, siempre que el contenido y la carga lectiva sean equivalentes en las Titulaciones de origen y de destino.

No será necesario matricular por parte del alumno las asignaturas para las que solicita el reconocimiento.

#### Convalidaciones de Estudios Universitarios cursados en el extranjero

Serán susceptibles de convalidación las asignaturas aprobadas en un plan de estudios conducente a la obtención de un Título extranjero de educación superior obtenido en una universidad oficial o reconocida, cuando el contenido y carga lectiva de las mismas sean equivalentes a los de las correspondientes asignaturas incluidas en un plan de estudios conducente a la obtención del Título Oficial que cursa el alumno en ESIC Universidad.

La convalidación de estudios parciales a que se refiere el apartado anterior podrá solicitarse en los siguientes supuestos:

1. Cuando los estudios realizados con arreglo a un sistema extranjero no hayan concluido con la obtención del correspondiente Título.
2. Cuando los estudios hayan concluido con la obtención de un Título extranjero y el interesado no haya solicitado la homologación del mismo por un Título Universitario Oficial español.
3. Cuando habiéndose solicitado la homologación del Título extranjero, ésta haya sido denegada, siempre que la denegación no se haya fundado en alguna de las causas recogidas en el artículo por el que se regulan las condiciones de homologación y convalidación de títulos y estudios extranjeros de educación superior.

Para los estudiantes que no sean Nacionales de Estados que tengan como lengua oficial una distinta a la de la titulación elegida, podrán establecerse las pruebas de idioma que consideren pertinentes.

### 1. Del reconocimiento de créditos en Titulaciones de Grado de asignaturas cursadas en Titulaciones anteriores al R.D. 1393/2007.

#### Reconocimiento de créditos en titulaciones de Grado:

- los alumnos que acceden a un Título de Grado, y que tienen estudios previos pertenecientes a Titulaciones anteriores al R. D. 1393/2007, podrán solicitar reconocimiento de asignaturas en virtud de las tablas de reconocimiento elaboradas a tal efecto y aprobadas por ESIC Universidad.
- Se podrán reconocer asignaturas, en el caso de que no estén incluidas en las tablas de reconocimiento citadas en el anterior apartado, siempre que exista una equivalencia, en cuanto a contenidos y carga lectiva, entre la asignatura en el plan de estudios de origen y perteneciente a sistemas anteriores a la entrada en vigor del Real Decreto 1393/2007 y el estudio de destino de Grado, y siempre que la Comisión de Reconocimiento y Transferencias así lo considere.

### 1. De la transferencia de créditos en Titulaciones de Grado reguladas por el Real Decreto 1393/2007. Concepto de transferencia de créditos en Titulaciones de Grado.



Se entiende por transferencia de créditos la inclusión, en el expediente académico del alumno, de la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas anteriormente en una Universidad, y que no hayan conducido a la obtención de un Título Oficial.

**1. De la calificación e incorporación al expediente de las asignaturas convalidadas, adaptadas, reconocidas en Titulaciones anteriores al R. D. 1393/2007 y de las asignaturas y créditos reconocidos en Titulaciones de Grado**

Calificación de asignaturas convalidadas en Titulaciones pertenecientes a sistemas anteriores al Real Decreto 1393/2007 por estudios extranjeros

Las asignaturas convalidadas en Titulaciones pertenecientes a sistemas anteriores al R. D. 1393/2007 por estudios extranjeros tendrán la equivalencia en puntos correspondiente a la calificación obtenida en el centro extranjero de procedencia, siguiendo el sistema de calificaciones establecido en el artículo 5.4 del R.D. 1125/2003. A estos efectos, de ESIC-Universidad establecerá las correspondientes equivalencias entre las calificaciones numéricas o cualitativas obtenidas en el centro extranjero y las calificaciones previstas en el R.D. 1125/2003.

Calificación de asignaturas y créditos reconocidos en Titulaciones de Grado

Las asignaturas y los créditos reconocidos en Titulaciones de Grado figurarán en el expediente académico con la calificación correspondiente, siguiendo el sistema de calificaciones establecido en el artículo 5.4 del R.D. 1125/2003.

Incorporación de la transferencia de créditos en Titulaciones de Grado

Las transferencias de créditos en las Titulaciones de Grado no se computarán para la obtención del Título al que se incorporan, ni se tendrán en cuenta en el baremo de la nota media de la Titulación.

Incorporación de créditos en el 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.

En la certificación académica de ESIC Universidad, las asignaturas reconocidas y transferidas aparecerán en bloques diferenciados con su correspondiente calificación, a excepción de las asignaturas transferidas en las que no figurará calificación, debido a que no computan para la obtención del Título Oficial.

**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
Clase teórica
Clase práctica
Clase práctica en espacios técnicos y profesionales
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos,
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).
Debates y crítica constructiva
Tutorías académicas individuales y/o grupales
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)
Prácticas pre-profesionales
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica
Sesiones de prácticas supervisadas por el profesor/a (desarrolladas en espacios técnicos y con equipamiento especializado: laboratorios informáticos, laboratorios de idiomas, platós de radio o TV, salas de edición, etc.)
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)
Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)
Seguimiento, supervisión y retroalimentación de prácticas pre-profesionales
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.
Trabajo escrito.
Presentación oral.
Prácticas en laboratorio.
Resolución de problemas y casos.
Participación en el aula.
Participación en foros de debate.
Asistencia a clase.
Actividad extraacadémica: asistencia a jornadas, seminarios,
Prueba oral de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.
Evaluación de participación significativa en actividades complementarias relacionadas. (Mediante presentación de justificantes de asistencia y/o de memorias de actividad).



Evaluación de prácticas pre-profesionales, mediante técnicas de observación de la actividad del estudiante y/o de presentación de informes o memorias de actividad		
Evaluación y/o defensa ante tutor, comisión o tribunal		
<b>5.5 NIVEL 1: Publicidad</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Marketing</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3</b>		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Al mismo tiempo que se introducen las primeras nociones de Marketing, se pretende preparar a los estudiantes para adquirir conocimientos más profundos sobre esta disciplina en los siguientes cursos del Grado.</p> <p>Se busca que el estudiante tenga un conocimiento básico del departamento de Marketing, el cual integra la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas y se convierte en el lugar de encuentro de todas las profesiones publicitarias en el ámbito de la empresa anunciante.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>Asignatura del área de Comercialización e Investigación de Mercados, de carácter introductorio, que tiene como principal objetivo iniciar a los alumnos del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en los conceptos básicos, instrumentos y decisiones de Marketing.</p> <p>La materia se estructura en dos partes: la primera orientada a los conceptos básicos y característicos del Marketing en el ámbito del mercado y de la empresa y la segunda considera las principales variables y acciones comerciales.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		



CG4 - Aptitud para responsabilizarse de grupos humanos y proyectos de trabajo que involucren diferentes ámbitos de la Publicidad y las Relaciones Públicas, empleando para ello tanto recursos básicos (lenguaje audiovisual, tecnologías y su aplicación en creatividad) como auxiliares (documentación).		
CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.		
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.		
CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE2 - Conocer y aplicar las funciones del perfil profesional del planificador publicitario en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.		
CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.		
CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.		
CE5 - Planificar y evaluar campañas publicitarias en el ámbito de las empresas e instituciones.		
CE10 - Producir herramientas de comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa utilizando todos los lenguajes y canales no mediáticos y mediáticos &#9472;tradicionales y digitales&#9472; disponibles en la actualidad.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	33	100
Clase práctica	25	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	34	0
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos;	68	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	18	100
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	2	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		



SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	60.0	80.0
Trabajo escrito.	10.0	30.0
Resolución de problemas y casos.	10.0	30.0
<b>NIVEL 2: Fundamentos de la Publicidad</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Además de permitir una aproximación conceptual a la Publicidad, la asignatura favorece el conocimiento amplio y actualizado de la estructura básica del mercado publicitario y las relaciones entre los principales agentes (agencias, anunciantes, medios y consumidores) así como del proceso general de planificación de las campañas de publicidad. Adicionalmente, y como parte esencial de esta asignatura, se orienta desde el principio la futura actividad profesional del alumno favoreciendo la búsqueda y el conocimiento de los sectores y empresas en donde desarrollar su actividad profesional. En definitiva, Fundamentos de la Publicidad sienta las bases necesarias para la mejor comprensión y aprendizaje de las demás disciplinas especializadas que componen el plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>La asignatura Fundamentos de la Publicidad proporciona al alumno en los inicios del Grado una visión de conjunto de la actividad publicitaria y da un primer paso en su incursión en la organización profesional, a través de la presentación del concepto de publicidad (mensaje publicitario, marca), de la descripción del mercado publicitario (anunciantes, agencias de publicidad, medios publicitarios y consumidores) y de una introducción a la planificación publicitaria (planificación estratégica y estudio de campañas de éxito).</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		



CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE7 - Conocer el desarrollo de la profesión y sus diferentes roles profesionales desde la evolución histórica y teórica.		
CE18 - Partiendo de ese conocimiento científico, analizar críticamente el papel de la publicidad y las relaciones públicas en las sociedades contemporáneas.		
CE20 - Aplicar el respeto a los derechos humanos y demás valores democráticos en el ejercicio de su profesión, con especial énfasis en los derechos de igualdad entre hombres y mujeres.		
CE23 - Utilizar de manera plena y solvente la lengua española.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	34	100
Clase práctica	22	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	40	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	62	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	10	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	8	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	4	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	50.0	70.0
Resolución de problemas y casos.	20.0	50.0
<b>NIVEL 2: Planificación Estratégica Publicitaria</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	



<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Los alumnos deben ser capaces de comprender cómo implementar estrategias publicitarias dentro del proceso publicitario, adquiriendo los conocimientos necesarios para desarrollar métodos de trabajo que les permitan formular estrategias innovadoras.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>Estudio teórico-práctico de los procesos de planificación estratégica de la comunicación publicitaria. La asignatura tiene como objetivo potenciar el pensamiento estratégico, y dotar a los alumnos de una buena preparación para desempeñar las funciones de planificador estratégico en la realidad actual de la comunicación. El enfoque propuesto en el desarrollo de la asignatura es eminentemente práctico, actual y profesional, profundizando en todo el proceso, utilizando para ello documentación profesional propia.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.		
CG10 - Capacidad para dirigir y gestionar la comunicación de las empresas, y diseñar modelos empresariales propios de su profesión, distribuir recursos y planificar modelos de gestión económicos y humanos (Dirección de empresas y organizaciones).		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE7 - Conocer el desarrollo de la profesión y sus diferentes roles profesionales desde la evolución histórica y teórica.		
CE9 - Planificar estratégicamente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa.		
CE15 - Conocer el contexto social y sus metodologías de análisis para poder interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.		





CE16 - Conocer el contexto social de las profesiones de ejecutivo de cuentas, creativo y planificador publicitario, director de comunicación y relaciones públicas y técnico de relaciones públicas en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial; y el contexto social general en que habrá de ejercerla, en sus dimensiones sociológica y económica.		
CE19 - Conocer la legislación aplicable al ejercicio de su profesión y las limitaciones de orden deontológico a las que deberá atenderse.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	30	100
Clase práctica	28	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	40	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	62	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	9	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	9	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	2	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	40.0	70.0
Trabajo escrito.	10.0	30.0
Resolución de problemas y casos.	10.0	30.0
<b>NIVEL 2: Estrategias Creativas en Publicidad</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Conocer qué es la creatividad publicitaria (la actividad más característica de la comunicación comercial) y sus procesos de elaboración en agencias de publicidad.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>La creatividad es una cualidad central dentro de la actividad publicitaria. Por ello en esta asignatura se partirá de la descripción del concepto de creatividad y sus principales líneas de investigación; se abordará la creatividad en la comunicación publicitaria dentro de la actividad profesional y la elaboración del mensaje desde una perspectiva teórica.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG7 - Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario.		
CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Conocer y aplicar las funciones del perfil profesional del creativo publicitario en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.		
CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.		
CE5 - Planificar y evaluar campañas publicitarias en el ámbito de las empresas e instituciones.		
CE16 - Conocer el contexto social de las profesiones de ejecutivo de cuentas, creativo y planificador publicitario, director de comunicación y relaciones públicas y técnico de relaciones públicas en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial; y el contexto social general en que habrá de ejercerla, en sus dimensiones sociológica y económica.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	25	100
Clase práctica	25	100



Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	30	0
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos;	30	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	42	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	14	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	4	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	10	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	20.0	70.0
Trabajo escrito.	10.0	40.0
Presentación oral.	0.0	20.0
Resolución de problemas y casos.	0.0	30.0
<b>NIVEL 2: Creatividad en la Elaboración del Mensaje Publicitario</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Básica	Otras Ramas	Otra Materia...
<b>NUEVA MATERIA</b>		
<b>ECTS NIVEL2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>



LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Se pretende que los alumnos sean capaces de idear y configurar creativamente mensajes y piezas publicitarias. Que adquiera habilidades y competencias creativas demandadas en el ámbito de los nuevos perfiles profesionales, fundamentalmente digitales, que se instalan en un contexto marcado por el impacto de las redes sociales, de la web 2.0 y de la nueva generación de móviles.</p> <p>Aplicar la creatividad no sólo orientada a hacer anuncios para los medios convencionales, sino dentro de las nuevas profesiones con futuro, entre otras: Community manager, experto en Social Media Optimization, experto en Search Engine Marketing o experto en Search Engine Optimization.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Aplicación de las técnicas y procesos creativos en la elaboración del mensaje publicitario. Aplicación de las técnicas de investigación a la elaboración creativa del mensaje publicitario, adaptado a los diferentes públicos y medios.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG4 - Aptitud para responsabilizarse de grupos humanos y proyectos de trabajo que involucren diferentes ámbitos de la Publicidad y las Relaciones Públicas, empleando para ello tanto recursos básicos (lenguaje audiovisual, tecnologías y su aplicación en creatividad) como auxiliares (documentación).		
CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.		
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.		
CG7 - Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario.		
CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Conocer y aplicar las funciones del perfil profesional del creativo publicitario en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.		
CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.		



CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.		
CE5 - Planificar y evaluar campañas publicitarias en el ámbito de las empresas e instituciones.		
CE7 - Conocer el desarrollo de la profesión y sus diferentes roles profesionales desde la evolución histórica y teórica.		
CE8 - Conocer el funcionamiento de los perfiles profesionales de director de comunicación y relaciones públicas y técnicos de relaciones públicas.		
CE11 - Utilizar la documentación y las bases de datos como instrumento auxiliar para el ejercicio profesional del gestor de comunicación.		
CE12 - Conocer los elementos y estructuras básicas del lenguaje audiovisual (imagen y sonido), materia expresiva con la que se elabora el discurso persuasivo audiovisual, y ser capaz de utilizar las tecnologías apropiadas para el diseño de tales mensajes en la publicidad o en las relaciones públicas.		
CE23 - Utilizar de manera plena y solvente la lengua española.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	28	100
Clase práctica	28	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	50	25
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos,	26	25
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	26	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	6	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	12	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	4	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Sesiones de prácticas supervisadas por el profesor/a (desarrolladas en espacios técnicos y con equipamiento especializado: laboratorios informáticos, laboratorios de idiomas, platós de radio o TV, salas de edición, etc.)		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>



Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	60.0	80.0
Trabajo escrito.	20.0	40.0
<b>NIVEL 2: Empresa Publicitaria y Gestión de Cuentas</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3</b>		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Conocer los elementos específicos que identifican a las empresas de publicidad y relaciones públicas. Adquirir la capacidad para actuar dentro de un marco de relaciones empresariales e institucionales. Conocimiento de los aspectos principales del negocio de la publicidad en España. Obtener la capacidad de presupuestar y planificar un proyecto de comunicación, destinado a obtener beneficios económicos. Aprender la manera de presentar un proyecto empresarial para conseguir financiación o clientes. Fomentar la creatividad y diferenciación en la presentación de proyectos. Enfrentarse a presentaciones orales consiguiendo diferenciarse y atraer la atención de los oyentes.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>La asignatura Empresa Publicitaria y Gestión de Cuentas, aporta a los alumnos una visión completa sobre el funcionamiento, la gestión y la organización de las empresas, con especial énfasis en el área de estudio. A su vez, su ubicación en el segundo semestre del tercer curso de grado, hace posible que sirva de reflexión sobre otros contenidos adquiridos y busque acercar al alumno a la realidad empresarial con el fin de facilitar su integración al entorno profesional.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.		



CG10 - Capacidad para dirigir y gestionar la comunicación de las empresas, y diseñar modelos empresariales propios de su profesión, distribuir recursos y planificar modelos de gestión económicos y humanos (Dirección de empresas y organizaciones).		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE7 - Conocer el desarrollo de la profesión y sus diferentes roles profesionales desde la evolución histórica y teórica.		
CE8 - Conocer el funcionamiento de los perfiles profesionales de director de comunicación y relaciones públicas y técnicos de relaciones públicas.		
CE11 - Utilizar la documentación y las bases de datos como instrumento auxiliar para el ejercicio profesional del gestor de comunicación.		
CE15 - Conocer el contexto social y sus metodologías de análisis para poder interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.		
CE16 - Conocer el contexto social de las profesiones de ejecutivo de cuentas, creativo y planificador publicitario, director de comunicación y relaciones públicas y técnico de relaciones públicas en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial; y el contexto social general en que habrá de ejercerla, en sus dimensiones sociológica y económica.		
CE17 - Conocer las aportaciones realizadas por las disciplinas científicas y las humanidades al estudio de los fenómenos contemporáneos de la comunicación.		
CE18 - Partiendo de ese conocimiento científico, analizar críticamente el papel de la publicidad y las relaciones públicas en las sociedades contemporáneas.		
CE21 - Aplicar las principales herramientas conceptuales a la comprensión y análisis del sistema económico contemporáneo.		
CE22 - Conocer la evolución histórica (política, económica, social, cultural) de las sociedades contemporáneas, e identificar y comprender el origen histórico de los acontecimientos y procesos sociales actuales.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	35	100
Clase práctica	15	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	50	0
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos;	32	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	20	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	6	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	12	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	10	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		



Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	30.0	60.0
Trabajo escrito.	20.0	60.0
Presentación oral.	0.0	40.0
Resolución de problemas y casos.	0.0	20.0
<b>NIVEL 2: Investigación de Audiencias y Planificación de Medios</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Resultados de aprendizajes: Se busca introducir a los estudiantes en las diferentes vertientes de este campo de estudio, las distintas tradiciones de investigación, los métodos utilizados en la misma, las fuentes fundamentales, y los datos ofrecidos. Para ello las clases teóricas estarán trufadas de ejemplos prácticos y datos, y se buscará la participación activa del alumno en el análisis de las investigaciones presentadas.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
Breve descripción de los contenidos: La investigación de audiencias constituye una de las áreas fundamentales de estudio de los medios de comunicación de masas, tanto desde el punto de vista académico como desde el punto de vista profesional. Como empresas informativas inmersas en un mercado cada vez más competitivo, la búsqueda de audiencia y la fidelización de la misma se presentan como indispensable para la supervivencia del medio, que ve en la publicidad que atrae dicha audiencia, la respuesta económica a sus demandas financieras. En esta asignatura se parte de un conocimiento previo del alumno o alumna de las Teorías de la Comunicación, si bien en este curso se hace hincapié en aquellas teorías que resaltan la importancia de la audiencia en el proceso comunicativo.		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		





CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE2 - Conocer y aplicar las funciones del perfil profesional del planificador publicitario en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.		
CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.		
CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.		
CE5 - Planificar y evaluar campañas publicitarias en el ámbito de las empresas e instituciones.		
CE11 - Utilizar la documentación y las bases de datos como instrumento auxiliar para el ejercicio profesional del gestor de comunicación.		
CE14 - Introducir a los estudiantes en las posibilidades y en el uso de la convergencia multimedia permitida por la red internet para el ejercicio profesional.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	35	100
Clase práctica	15	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	32	0
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos,	20	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	50	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	12	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	6	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	10	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		



Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	30.0	60.0
Trabajo escrito.	20.0	40.0
Resolución de problemas y casos.	10.0	30.0
<b>NIVEL 2: Publicidad y Cultura de Masas</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Conocer y adquirir un análisis crítico sobre la relación entre la publicidad y la cultura de masas en la que desarrolla. Dotar a los alumnos/as de las herramientas teórico-prácticas necesarias para el análisis en profundidad de la relación entre la publicidad y la cultura de masas.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>Aproximación a la comunicación y a los medios de comunicación de masas, la relación entre los emisores y receptores de la cultura de masas y a las industrias culturales como generadores de discursos publicitarios.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		



CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE21 - Aplicar las principales herramientas conceptuales a la comprensión y análisis del sistema económico contemporáneo.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	30	100
Clase práctica	40	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	5	25
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	5	0
Debates y crítica constructiva	10	100
Tutorías académicas individuales y/o grupales	10	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	10	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	40	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	20.0	80.0
Trabajo escrito.	0.0	40.0
Prácticas en laboratorio.	0.0	20.0
Resolución de problemas y casos.	0.0	20.0
Asistencia a clase.	0.0	20.0
Actividad extraacadémica: asistencia a jornadas, seminarios;	5.0	20.0



Prueba oral de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	0.0	10.0
Evaluación de participación significativa en actividades complementarias relacionadas. (Mediante presentación de justificantes de asistencia y/o de memorias de actividad).	5.0	10.0
<b>NIVEL 2: Publicidad Interactiva</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Esta asignatura se orienta hacia la capacitación del alumnado para el diseño y la producción de creaciones y soluciones publicitarias en soportes y formatos interactivos.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>A partir de los conocimientos y competencias adquiridos en la asignatura obligatoria de tercer curso Comunicación Multimedia, se profundiza en la potencialidad comunicativa y en los límites legales y deontológicos de los mensajes y productos publicitarios desarrollados en los nuevos soportes y formatos digitales interactivos.</p> <p>Desde un enfoque eminentemente práctico, se guiará al estudiante en la ideación y producción de mensajes y productos interactivos óptimos para su integración en campañas y acciones publicitarias.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		



CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.		
CG7 - Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario.		
CG8 - Reconocimiento de las posibilidades y limitaciones que plantea la gestión de recursos limitados propios de todo entramado empresarial, mediante el acercamiento a la realidad profesional que permitirán las prácticas en empresas e instituciones, y en los propios laboratorios docentes.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.		
CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.		
CE5 - Planificar y evaluar campañas publicitarias en el ámbito de las empresas e instituciones.		
CE6 - Conocer las metodologías de análisis e interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.		
CE9 - Planificar estratégicamente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa.		
CE14 - Introducir a los estudiantes en las posibilidades y en el uso de la convergencia multimedia permitida por la red internet para el ejercicio profesional.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	25	100
Clase práctica	25	100
Clase práctica en espacios técnicos y profesionales	5	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	15	0
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos,	12	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	75	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	10	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	8	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	5	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		



Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	30.0	60.0
Trabajo escrito.	50.0	70.0
Presentación oral.	0.0	50.0
Resolución de problemas y casos.	0.0	50.0
<b>NIVEL 2: Redacción Publicitaria</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Conocimiento y realización de una adecuada redacción publicitaria.</p> <p>La asignatura tiene como objetivo que el alumno conozca los elementos para elaborar mensajes publicitarios.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>Los contenidos abordan: la definición del lenguaje publicitario, la investigación sobre el estudio del lenguaje publicitario, al análisis del lenguaje publicitario desde la semiótica, el análisis de las sintáctica del lenguaje publicitario, el análisis de la semántica del mensaje publicitario y el análisis de la pragmática del discurso publicitario.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		



<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG7 - Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario.		
CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE2 - Conocer y aplicar las funciones del perfil profesional del planificador publicitario en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.		
CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	20	100
Clase práctica	40	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	10	25
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos,	30	25
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	10	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	10	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	10	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	20	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		



SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	20.0	40.0
Trabajo escrito.	0.0	40.0
Prácticas en laboratorio.	10.0	20.0
Resolución de problemas y casos.	0.0	20.0
Participación en el aula.	30.0	40.0
Participación en foros de debate.	0.0	40.0
Asistencia a clase.	5.0	10.0
Prueba oral de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	0.0	10.0
Evaluación de participación significativa en actividades complementarias relacionadas. (Mediante presentación de justificantes de asistencia y/o de memorias de actividad).	5.0	10.0
<b>5.5 NIVEL 1: Relaciones Públicas</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Fundamentos de las Relaciones Públicas</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3</b>		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Poner en conocimiento de los alumnos las principales perspectivas teóricas e históricas de Relaciones Públicas, sus fundamentos científicos dentro de las Ciencias de la Comunicación y las Ciencias Sociales, la evolución histórica de la profesión y la investigación y los aspectos básicos de la estructura del sector en España y en el mundo. Esta primera aproximación sirve para que los alumnos puedan trazar un mapa de lo que serán los roles profesionales de relaciones públicas y el contexto de dichos roles que tendrán que representar en su desarrollo profesional.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
Breve descripción de los contenidos:		





Introducción teórico-práctica a las relaciones públicas, así como a sus estructuras organizativas. Fundamentos y práctica de las relaciones públicas en empresas e instituciones. Principios para la resolución de problemas básicos de relaciones públicas.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.

CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.

CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE7 - Conocer el desarrollo de la profesión y sus diferentes roles profesionales desde la evolución histórica y teórica.

CE8 - Conocer el funcionamiento de los perfiles profesionales de director de comunicación y relaciones públicas y técnicos de relaciones públicas.

CE16 - Conocer el contexto social de las profesiones de ejecutivo de cuentas, creativo y planificador publicitario, director de comunicación y relaciones públicas y técnico de relaciones públicas en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial; y el contexto social general en que habrá de ejercerla, en sus dimensiones sociológica y económica.

CE18 - Partiendo de ese conocimiento científico, analizar críticamente el papel de la publicidad y las relaciones públicas en las sociedades contemporáneas.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	25	100
Clase práctica	25	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	30	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	72	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	14	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	4	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	10	100

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)

Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica

Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)

Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.

Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)

Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales



Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	30.0	60.0
Trabajo escrito.	20.0	40.0
Resolución de problemas y casos.	20.0	40.0
<b>NIVEL 2: Dirección de Comunicación</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3</b>		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Esta asignatura pretende que el alumno se haga consciente de la importancia estratégica que alcanza la función de comunicación en las organizaciones, empresas y otras instituciones de carácter público y privado.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>La asignatura tiene por objeto general abordar la Dirección de Comunicación de las empresas y organizaciones. Entre sus objetivos específicos se analiza la comunicación realizada por las organizaciones con sus públicos internos y externos, el funcionamiento y estructura de la comunicación en las empresas, así, como una aproximación a la planificación de la comunicación empresarial.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		



CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG4 - Aptitud para responsabilizarse de grupos humanos y proyectos de trabajo que involucren diferentes ámbitos de la Publicidad y las Relaciones Públicas, empleando para ello tanto recursos básicos (lenguaje audiovisual, tecnologías y su aplicación en creatividad) como auxiliares (documentación).		
CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.		
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.		
CG8 - Reconocimiento de las posibilidades y limitaciones que plantea la gestión de recursos limitados propios de todo entramado empresarial, mediante el acercamiento a la realidad profesional que permitirán las prácticas en empresas e instituciones, y en los propios laboratorios docentes.		
CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.		
CG10 - Capacidad para dirigir y gestionar la comunicación de las empresas, y diseñar modelos empresariales propios de su profesión, distribuir recursos y planificar modelos de gestión económicos y humanos (Dirección de empresas y organizaciones).		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE7 - Conocer el desarrollo de la profesión y sus diferentes roles profesionales desde la evolución histórica y teórica.		
CE8 - Conocer el funcionamiento de los perfiles profesionales de director de comunicación y relaciones públicas y técnicos de relaciones públicas.		
CE9 - Planificar estratégicamente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa.		
CE10 - Producir herramientas de comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa utilizando todos los lenguajes y canales no mediáticos y mediáticos &#9472;tradicionales y digitales&#9472; disponibles en la actualidad.		
CE11 - Utilizar la documentación y las bases de datos como instrumento auxiliar para el ejercicio profesional del gestor de comunicación.		
CE15 - Conocer el contexto social y sus metodologías de análisis para poder interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.		
CE16 - Conocer el contexto social de las profesiones de ejecutivo de cuentas, creativo y planificador publicitario, director de comunicación y relaciones públicas y técnico de relaciones públicas en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial; y el contexto social general en que habrá de ejercerla, en sus dimensiones sociológica y económica.		
CE19 - Conocer la legislación aplicable al ejercicio de su profesión y las limitaciones de orden deontológico a las que deberá atenerse.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	30	100
Clase práctica	20	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	20	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	82	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	14	100



Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	4	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	10	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	40.0	70.0
Trabajo escrito.	10.0	50.0
Resolución de problemas y casos.	10.0	50.0
<b>NIVEL 2: Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
En la asignatura de Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas, el/la alumno/a adquirirá las destrezas necesarias para planificar, gestionar y evaluar programas y campañas de Relaciones Públicas.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		



La planificación estratégica implica conocer en profundidad las distintas fases para la elaboración de un plan de comunicación: investigación, determinación de problemas, objetivos y públicos, estrategias y tácticas, gestión de recursos e investigación evaluativa. Con estas fases se recorren los métodos y procedimientos para poder investigar la situación comunicativa de una organización de manera que se pueda ofrecer un diagnóstico fundamentado de sus problemas comunicativos. Estos problemas determinan unas carencias que habrá que priorizar en objetivos mesurables.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.

CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.

CG4 - Aptitud para responsabilizarse de grupos humanos y proyectos de trabajo que involucren diferentes ámbitos de la Publicidad y las Relaciones Públicas, empleando para ello tanto recursos básicos (lenguaje audiovisual, tecnologías y su aplicación en creatividad) como auxiliares (documentación).

CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.

CG10 - Capacidad para dirigir y gestionar la comunicación de las empresas, y diseñar modelos empresariales propios de su profesión, distribuir recursos y planificar modelos de gestión económicos y humanos (Dirección de empresas y organizaciones).

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.

CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.

CE6 - Conocer las metodologías de análisis e interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.

CE7 - Conocer el desarrollo de la profesión y sus diferentes roles profesionales desde la evolución histórica y teórica.

CE9 - Planificar estratégicamente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	30	100
Clase práctica	20	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	30	0
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos,	22	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	50	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	12	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	6	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	10	100

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES



Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	30.0	70.0
Trabajo escrito.	20.0	40.0
Resolución de problemas y casos.	10.0	40.0
<b>NIVEL 2: Técnicas y Recursos de las Relaciones Públicas</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Con la asignatura de Técnicas y Recursos de las Relaciones Públicas el alumno adquirirá los conocimientos y aprenderá a elaborar los materiales necesarios básicos para poner en práctica herramientas y tácticas de relaciones públicas.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		



Esta asignatura tiene como propósito describir y analizar las diferentes herramientas de las que se vale las Relaciones Públicas con sus públicos. Redacción de notas de prensa, organización de ruedas de prensa y de eventos, web corporativa, blog, redes sociales, así como otras herramientas de las relaciones públicas son los contenidos fundamentales.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.

CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.

CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.

CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE2 - Conocer y aplicar las funciones del perfil profesional del planificador publicitario en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.

CE6 - Conocer las metodologías de análisis e interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.

CE9 - Planificar estratégicamente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa.

CE13 - Conocer las características y potencialidades de la red internet como soporte para el discurso publicitario y persuasivo, y habilitar a los estudiantes en el uso de los instrumentos tecnológicos necesarios para la producción de contenidos en ese soporte.

CE23 - Utilizar de manera plena y solvente la lengua española.

##### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	26	100
Clase práctica	30	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	42	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	60	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	9	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	9	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	4	100

##### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)

Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica

Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)



Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	40.0	70.0
Resolución de problemas y casos.	30.0	60.0
<b>NIVEL 2: Gestión de la Comunicación</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Resultados de aprendizajes:  Los alumnos obtendrán capacidades para saber cómo gestionar la comunicación corporativa de una organización o entidad.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
Breve descripción de los contenidos:  La asignatura tiene como objetivo general profundizar en el conocimiento de la gestión de la comunicación corporativa, optimizando ante los diferentes públicos los recursos tangibles e intangibles de una organización. Así mismo pretende integrar los conocimientos adquiridos en la contribución de la comunicación a las organizaciones a través de los denominados outflows como la reputación o la responsabilidad social corporativa.		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		





CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.
CG4 - Aptitud para responsabilizarse de grupos humanos y proyectos de trabajo que involucren diferentes ámbitos de la Publicidad y las Relaciones Públicas, empleando para ello tanto recursos básicos (lenguaje audiovisual, tecnologías y su aplicación en creatividad) como auxiliares (documentación).
CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.
CG8 - Reconocimiento de las posibilidades y limitaciones que plantea la gestión de recursos limitados propios de todo entramado empresarial, mediante el acercamiento a la realidad profesional que permitirán las prácticas en empresas e instituciones, y en los propios laboratorios docentes.
CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.
CG10 - Capacidad para dirigir y gestionar la comunicación de las empresas, y diseñar modelos empresariales propios de su profesión, distribuir recursos y planificar modelos de gestión económicos y humanos (Dirección de empresas y organizaciones).
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>
No existen datos
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>
CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.
CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.
CE6 - Conocer las metodologías de análisis e interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.
CE9 - Planificar estratégicamente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa.
CE10 - Producir herramientas de comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa utilizando todos los lenguajes y canales no mediáticos y mediáticos &#9472;tradicionales y digitales&#9472; disponibles en la actualidad.
CE11 - Utilizar la documentación y las bases de datos como instrumento auxiliar para el ejercicio profesional del gestor de comunicación.
CE14 - Introducir a los estudiantes en las posibilidades y en el uso de la convergencia multimedia permitida por la red internet para el ejercicio profesional.
CE15 - Conocer el contexto social y sus metodologías de análisis para poder interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.
CE18 - Partiendo de ese conocimiento científico, analizar críticamente el papel de la publicidad y las relaciones públicas en las sociedades contemporáneas.
CE20 - Aplicar el respeto a los derechos humanos y demás valores democráticos en el ejercicio de su profesión, con especial énfasis en los derechos de igualdad entre hombres y mujeres.
CE23 - Utilizar de manera plena y solvente la lengua española.
CE24 - Conocer las características fundamentales de la estructura de las sociedades contemporáneas, y muy particularmente las de la sociedad española, y, en general, de las sociedades europeas, con particular referencia a cuestiones como las clases sociales, ocio, familia, religión o inmigración.
CE25 - Asegurar el dominio de un idioma moderno para el ejercicio profesional.
CE26 - Aplicar las principales herramientas conceptuales a la comprensión y análisis de las prácticas de consumo en las sociedades contemporáneas.



<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	30	100
Clase práctica	20	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	30	0
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos;	52	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	20	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	14	10
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	4	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	10	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	40.0	60.0
Trabajo escrito.	20.0	60.0
Resolución de problemas y casos.	20.0	60.0
<b>NIVEL 2: Procesos Periodísticos y Relaciones con los Medios</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Los alumnos obtendrán capacidades para redactar textos periodísticos y conocer herramientas de interacción real entre el proceso informativo, los medios y la publicidad.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>Pretende formar al alumno a la hora de comprender la importancia informativa de todas las rutinas periodísticas en los procesos comunicativos.</p> <p>Bajo esta perspectiva, se enseñarán las diferentes bases que sustentan las labores periodísticas que abarcarán desde los criterios de noticia, los géneros informativos e interpretativos o las fuentes de información, así como todo aquello relativo a los efectos de la información institucional que un alumno de publicidad y relaciones públicas debe conocer para el ejercicio de su profesión.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG8 - Reconocimiento de las posibilidades y limitaciones que plantea la gestión de recursos limitados propios de todo entramado empresarial, mediante el acercamiento a la realidad profesional que permitirán las prácticas en empresas e instituciones, y en los propios laboratorios docentes.		
CG10 - Capacidad para dirigir y gestionar la comunicación de las empresas, y diseñar modelos empresariales propios de su profesión, distribuir recursos y planificar modelos de gestión económicos y humanos (Dirección de empresas y organizaciones).		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.		
CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.		
CE8 - Conocer el funcionamiento de los perfiles profesionales de director de comunicación y relaciones públicas y técnicos de relaciones públicas.		
CE9 - Planificar estratégicamente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa.		
CE10 - Producir herramientas de comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa utilizando todos los lenguajes y canales no mediáticos y mediáticos &#9472;tradicionales y digitales&#9472; disponibles en la actualidad.		



CE15 - Conocer el contexto social y sus metodologías de análisis para poder interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.		
CE23 - Utilizar de manera plena y solvente la lengua española.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	28	100
Clase práctica	28	100
Clase práctica en espacios técnicos y profesionales	2	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	45	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	57	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	14	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	4	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	2	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	50.0	70.0
Trabajo escrito.	20.0	40.0
Resolución de problemas y casos.	0.0	20.0
<b>NIVEL 2: Cultura e Imagen de la Empresa</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9



6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>La imagen, identidad y comunicación de las empresas son un intangible que debe ser conocido por los alumnos para ser capaces de analizar, diferenciar y posicionar una empresa en el mercado global, así como, comprender la creación y desarrollo de las marcas asociadas a empresas.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>Se partirá de una breve descripción de la Identidad, cultura e imagen corporativa para abordar cómo se genera y planifica la imagen corporativa de una empresa u organización.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE7 - Conocer el desarrollo de la profesión y sus diferentes roles profesionales desde la evolución histórica y teórica.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	30	100
Clase práctica	40	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	5	25
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	5	0
Debates y crítica constructiva	10	100
Tutorías académicas individuales y/o grupales	10	100



Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	10	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	40	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	20.0	80.0
Trabajo escrito.	0.0	40.0
Prácticas en laboratorio.	0.0	20.0
Resolución de problemas y casos.	0.0	20.0
Asistencia a clase.	0.0	20.0
Actividad extraacadémica: asistencia a jornadas, seminarios,	5.0	20.0
Prueba oral de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	0.0	10.0
Evaluación de participación significativa en actividades complementarias relacionadas. (Mediante presentación de justificantes de asistencia y/o de memorias de actividad).	5.0	10.0
<b>NIVEL 2: Estadística Aplicada a la Comunicación</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No



GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
Resultados de aprendizajes: Proporcionar a los alumnos los conocimientos estadísticos básicos para poder manejar estudios cuantitativos relativos a la comunicación. Dotar al alumnado de una visión global de los fundamentos de las estadísticas y de capacidad en el manejo de las técnicas básicas utilizadas en los estudios de mercados, las audiencias y los medios de comunicación, para que interprete y aplique el análisis estadístico en la comunicación.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Breve descripción de los contenidos: Se partirá de una breve explicación de los elementos básicos del análisis de la publicidad para abordar las funciones de las estadísticas, análisis de datos, relaciones entre variables, series temporales, muestreo y la estadística en soportes informáticos.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE7 - Conocer el desarrollo de la profesión y sus diferentes roles profesionales desde la evolución histórica y teórica.		
CE13 - Conocer las características y potencialidades de la red internet como soporte para el discurso publicitario y persuasivo, y habilitar a los estudiantes en el uso de los instrumentos tecnológicos necesarios para la producción de contenidos en ese soporte.		
CE18 - Partiendo de ese conocimiento científico, analizar críticamente el papel de la publicidad y las relaciones públicas en las sociedades contemporáneas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	20	100
Clase práctica	30	100
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos,	40	25
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	15	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	10	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	5	0



Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	30	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	20.0	40.0
Trabajo escrito.	0.0	40.0
Participación en el aula.	30.0	40.0
Participación en foros de debate.	10.0	20.0
Asistencia a clase.	5.0	20.0
Prueba oral de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	0.0	10.0
Evaluación de participación significativa en actividades complementarias relacionadas. (Mediante presentación de justificantes de asistencia y/o de memorias de actividad).	0.0	10.0
<b>NIVEL 2: Relaciones Públicas Especializadas</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	





No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Potenciar la capacidad analítica, la observación y el análisis de entornos empresariales complejos y diversos para desarrollar estrategias comunicativas desde las relaciones públicas especializadas.</p> <p>Aproximarse y comprender las relaciones públicas especializadas como un factor de las estrategias dentro de la gestión empresarial.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>Esta asignatura tiene como propósito describir y analizar las especializaciones actuales de las Relaciones Públicas. Aprovecha los conocimientos y competencias adquiridos con las asignaturas obligatorias de la Materia de Relaciones Públicas para su aplicación a las áreas especializadas de las relaciones públicas.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG4 - Aptitud para responsabilizarse de grupos humanos y proyectos de trabajo que involucren diferentes ámbitos de la Publicidad y las Relaciones Públicas, empleando para ello tanto recursos básicos (lenguaje audiovisual, tecnologías y su aplicación en creatividad) como auxiliares (documentación).		
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.		
CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.		
CE6 - Conocer las metodologías de análisis e interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.		
CE8 - Conocer el funcionamiento de los perfiles profesionales de director de comunicación y relaciones públicas y técnicos de relaciones públicas.		
CE9 - Planificar estratégicamente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	25	100
Clase práctica	25	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	42	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	60	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	9	100



Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	9	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	10	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	10.0	60.0
Trabajo escrito.	10.0	60.0
Resolución de problemas y casos.	20.0	50.0
<b>5.5 NIVEL 1: Recursos profesionales</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Documentación Informativa</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	



NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Resultados de aprendizajes:		
Los alumnos deben ser capaces de conocer diferentes fuentes de información, así como saber reconocer su aplicación. También deben estar capacitados para gestionar las diferentes herramientas documentales para obtener y recuperar información.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
Breve descripción de los contenidos:		
Introducción a la disciplina multidisciplinar de la Documentación, con sus correspondientes métodos y técnicas, que permite mejorar la calidad y eficacia de las diferentes funciones en el contexto audiovisual. Esto afecta tanto al uso adecuado de las fuentes de información y a su aplicación en el ámbito audiovisual (radio, televisión, cine, fotografía, e internet) tomando también los nuevos espacios, como a la gestión de los métodos y herramientas documentales y de recuperación de la información. La clave se sitúa en el conocimiento y posterior aplicación de las principales fases del proceso documental en un medio de comunicación audiovisual: selección de fuentes internas y externas, análisis y almacenamiento de las mismas, así como las técnicas para localizar y utilizar la información, sea cual sea su soporte, codificación o medio de transmisión.		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG4 - Aptitud para responsabilizarse de grupos humanos y proyectos de trabajo que involucren diferentes ámbitos de la Publicidad y las Relaciones Públicas, empleando para ello tanto recursos básicos (lenguaje audiovisual, tecnologías y su aplicación en creatividad) como auxiliares (documentación).		
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva apprehendida.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.		
CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.		
CE9 - Planificar estratégicamente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa.		
CE11 - Utilizar la documentación y las bases de datos como instrumento auxiliar para el ejercicio profesional del gestor de comunicación.		
CE15 - Conocer el contexto social y sus metodologías de análisis para poder interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	28	100
Clase práctica	30	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	30	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	72	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	11	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	7	0



Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	2	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	30.0	60.0
Trabajo escrito.	40.0	80.0
<b>NIVEL 2: Lenguaje y Tecnologías Audiovisuales</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Resultados de aprendizajes:  Tomar contacto con las Tecnologías Audiovisuales, reflexionar sobre el uso de las mismas y su repercusión social, y aprender el manejo de algunas mediante prácticas de cámara y edición digital principalmente.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
Breve descripción de los contenidos:		



La asignatura tiene un carácter introductorio que se inicia con los principios básicos del lenguaje y tecnología audiovisual como es la luz, la óptica y el sonido, espacio, tiempo y movimiento, para después describir los sistemas y técnicas de captación y edición de la imagen y el sonido.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.

CG8 - Reconocimiento de las posibilidades y limitaciones que plantea la gestión de recursos limitados propios de todo entramado empresarial, mediante el acercamiento a la realidad profesional que permitirán las prácticas en empresas e instituciones, y en los propios laboratorios docentes.

CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE6 - Conocer las metodologías de análisis e interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.

CE8 - Conocer el funcionamiento de los perfiles profesionales de director de comunicación y relaciones públicas y técnicos de relaciones públicas.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	24	100
Clase práctica	6	100
Clase práctica en espacios técnicos y profesionales	24	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	35	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	32	0
Debates y crítica constructiva	35	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	9	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	9	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	6	100

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)

Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica

Sesiones de prácticas supervisadas por el profesor/a (desarrolladas en espacios técnicos y con equipamiento especializado: laboratorios informáticos, laboratorios de idiomas, platós de radio o TV, salas de edición, etc.)

Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)



Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	30.0	60.0
Trabajo escrito.	20.0	40.0
Prácticas en laboratorio.	20.0	40.0
<b>NIVEL 2: Diseño Gráfico y Dirección de Arte</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Se dotará al estudiante de los conocimientos básicos teóricos (referentes a los signos visuales) y prácticos (aplicaciones informáticas de dibujo vectorial y tratamiento de imágenes) que le permitan elaborar sus propios proyectos, ideando primero soluciones comunicativas eficaces que deberán plasmarse después mediante la realización de diseños gráficos. Se repasarán las técnicas tradicionales y los más recientes recursos utilizados en la actualidad para comunicar de forma eficaz y atractiva el mensaje publicitario. Por consiguiente, se tratarán las relaciones entre el diseño gráfico y la dirección de arte de manera extensa y detallada, así como, los procesos orientados a comunicar un mensaje publicitario para que éste capte la atención del público potencial, resulte atractivo visualmente y sea coherente con los objetivos creativos y estratégicos de la marca.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>La asignatura Diseño gráfico y dirección de arte pretende introducir al alumno en los procesos que la dirección de arte aplica en proyectos de publicidad creativa. Esta asignatura describe al alumno los diversos factores que intervienen en la comunicación visual, centrándose especialmente en las particularidades de la composición gráfica. Durante el curso se forma al alumno para que éste pueda tener una actitud crítica ante las comunicaciones visuales que recibe. Al mismo tiempo, el estudiante desarrolla, mediante las actividades propuestas, su capacidad para concebir y ejecutar, con criterios adecuados, composiciones gráficas propias, de manera que transmitan eficazmente el mensaje pretendido, a través del uso de diferentes medios.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		



<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.		
CG7 - Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario.		
CG8 - Reconocimiento de las posibilidades y limitaciones que plantea la gestión de recursos limitados propios de todo entramado empresarial, mediante el acercamiento a la realidad profesional que permitirán las prácticas en empresas e instituciones, y en los propios laboratorios docentes.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.		
CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.		
CE5 - Planificar y evaluar campañas publicitarias en el ámbito de las empresas e instituciones.		
CE7 - Conocer el desarrollo de la profesión y sus diferentes roles profesionales desde la evolución histórica y teórica.		
CE17 - Conocer las aportaciones realizadas por las disciplinas científicas y las humanidades al estudio de los fenómenos contemporáneos de la comunicación.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	12	100
Clase práctica	16	100
Clase práctica en espacios técnicos y profesionales	20	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	40	0
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos,	22	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	40	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	6	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	12	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	12	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		



Sesiones de prácticas supervisadas por el profesor/a (desarrolladas en espacios técnicos y con equipamiento especializado: laboratorios informáticos, laboratorios de idiomas, platós de radio o TV, salas de edición, etc.)		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	40.0	60.0
Prácticas en laboratorio.	40.0	60.0
<b>NIVEL 2: Comunicación Multimedia</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>La comunicación multimedia ha experimentado un crecimiento extraordinario en los últimos años hasta situarse como un fenómeno de gran relevancia en el ámbito profesional. Estratégicamente, se ha convertido en la punta de lanza del proceso de introducción efectiva de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y, creativamente, la evolución tecnológica, la simplificación de sus procesos, el abaratamiento de sus costes, y la implicación de los profesionales de la Comunicación está impulsando un crecimiento sostenido de la ampliación del lenguaje y de las soluciones que aporta. En este contexto, el objetivo general de la asignatura de Comunicación Multimedia es que el estudiante disponga de las claves esenciales de este nuevo escenario en su aplicación al campo de la Publicidad y las Relaciones Públicas, desde la dimensión global del Marketing y la comunicación digital. Se trata de que el alumnado conozca cuáles son los rasgos diferenciales y las características que definen las acciones de comunicación en los entornos digitales considerando los nuevos perfiles de los usuarios, el nuevo modelo publicitario y sus estrategias.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
A partir de una primera contextualización del sector, los agentes y procesos de trabajo, se introduce al estudiante en los nuevos soportes, formatos y herramientas de la Comunicación Multimedia, reparando en los medios interactivos y las redes publicitarias. Posteriormente, se profundiza en tres de		





los principales ámbitos de la acción de comunicación digital: la publicidad y el marketing interactivo en Internet; los Social Media y el Marketing móvil. Por último, se dedica un bloque completo a la planificación, diseño y realización de una campaña de comunicación digital.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.

CG4 - Aptitud para responsabilizarse de grupos humanos y proyectos de trabajo que involucren diferentes ámbitos de la Publicidad y las Relaciones Públicas, empleando para ello tanto recursos básicos (lenguaje audiovisual, tecnologías y su aplicación en creatividad) como auxiliares (documentación).

CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.

CG7 - Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario.

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.

CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.

CE5 - Planificar y evaluar campañas publicitarias en el ámbito de las empresas e instituciones.

CE13 - Conocer las características y potencialidades de la red internet como soporte para el discurso publicitario y persuasivo, y habilitar a los estudiantes en el uso de los instrumentos tecnológicos necesarios para la producción de contenidos en ese soporte.

CE14 - Introducir a los estudiantes en las posibilidades y en el uso de la convergencia multimedia permitida por la red internet para el ejercicio profesional.

##### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	10	100
Clase práctica	15	100
Clase práctica en espacios técnicos y profesionales	30	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	72	25
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos;	20	25
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	10	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	14	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	4	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	5	100

##### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)



Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (demostraciones, obras, planes, memorias, etc., a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	20.0	50.0
Trabajo escrito.	20.0	40.0
Presentación oral.	0.0	40.0
Prácticas en laboratorio.	20.0	40.0
<b>5.5 NIVEL 1: Comunicación</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Teorías de la Comunicación</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Resultados de aprendizajes:		
Comprensión y asimilación de los siguientes fenómenos y conceptos: presencia social de la comunicación, persuasión mediática e información en el sistema social; comportamiento de los públicos ante los medios de comunicación, formas de influencia social de los medios, producción cultural de los		



medios de comunicación, papel de los medios de comunicación en la Sociedad de la Información, criterios básicos de valoración de fenómenos de comunicación, conocimiento científico del proceso comunicativo y de su impacto.

### 5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

Asignatura del área de Comunicación, pretende sentar las bases teóricas de este módulo de conocimiento del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas: aborda, para ello, el papel de la comunicación en la sociedad actual y estudia la comunicación social como disciplina científica y académica, sirviéndose de la presentación de las teorías y paradigmas clásicos y contrastándolos con sus desarrollos actuales.

### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

#### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.

CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.

#### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

#### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE2 - Conocer y aplicar las funciones del perfil profesional del planificador publicitario en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.

CE6 - Conocer las metodologías de análisis e interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.

CE15 - Conocer el contexto social y sus metodologías de análisis para poder interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.

CE17 - Conocer las aportaciones realizadas por las disciplinas científicas y las humanidades al estudio de los fenómenos contemporáneos de la comunicación.

CE18 - Partiendo de ese conocimiento científico, analizar críticamente el papel de la publicidad y las relaciones públicas en las sociedades contemporáneas.

### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	48	100
Clase práctica	10	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	40	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	62	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	9	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	9	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	2	100

### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)

Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica

Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)



Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	60.0	90.0
Resolución de problemas y casos.	10.0	40.0
<b>NIVEL 2: Teoría de la Información</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Que el alumnado obtenga una base teórica que le permita comprender, desde un enfoque interdisciplinar, los fenómenos característicos de la Sociedad de la Información y los procesos relacionados con la comunicación y la cultura de masas.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>Esta asignatura aporta herramientas conceptuales fundamentales de las Ciencias Sociales para el entendimiento y la reflexión crítica sobre las prácticas comunicativas actuales, la Sociedad de la Información, la cultura de masas y la globalización.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		



CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.		
CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.		
CE5 - Planificar y evaluar campañas publicitarias en el ámbito de las empresas e instituciones.		
CE6 - Conocer las metodologías de análisis e interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.		
CE7 - Conocer el desarrollo de la profesión y sus diferentes roles profesionales desde la evolución histórica y teórica.		
CE9 - Planificar estratégicamente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	40	100
Clase práctica	15	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	12	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	90	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	9	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	9	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	5	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	60.0	90.0
Resolución de problemas y casos.	10.0	40.0
<b>NIVEL 2: Estructura del Sistema de Medios</b>		



5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>El propósito es asegurar que los estudiantes conozcan la estructura del sistema de los medios de comunicación en sus diversos niveles (español, europeo y mundial), de forma tal que pueda reconocer los principales actores empresariales de la comunicación social, y los flujos del intercambio comunicativo en aquellos niveles.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Esta asignatura se encuentra interrelacionada con todas y cada una de las asignaturas del plan docente; saber y conocer el quién es quién de la comunicación resulta imprescindible en el mundo, no sólo de la comunicación, sino de igual forma del mundo empresarial.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE20 - Aplicar el respeto a los derechos humanos y demás valores democráticos en el ejercicio de su profesión, con especial énfasis en los derechos de igualdad entre hombres y mujeres.		
CE21 - Aplicar las principales herramientas conceptuales a la comprensión y análisis del sistema económico contemporáneo.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	40	100
Clase práctica	20	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	20	0



Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	80	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	8	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	10	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	2	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	60.0	100.0
Trabajo escrito.	0.0	40.0
Resolución de problemas y casos.	0.0	20.0
<b>NIVEL 2: Métodos de Investigación en Comunicación</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	



NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Resultados de aprendizajes: Capacidad para diseñar y ejecutar investigaciones empíricas sobre los fenómenos de la comunicación.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
Breve descripción de los contenidos: Introducción a las herramientas conceptuales y metodológicas necesarias para una comprensión rigurosa de los fenómenos comunicativos contemporáneos y para el análisis y la generación de conocimiento científicamente válido sobre los mismos.		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE17 - Conocer las aportaciones realizadas por las disciplinas científicas y las humanidades al estudio de los fenómenos contemporáneos de la comunicación.		
CE18 - Partiendo de ese conocimiento científico, analizar críticamente el papel de la publicidad y las relaciones públicas en las sociedades contemporáneas.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	45	100
Clase práctica	12	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	40	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	62	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	18	100
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	3	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA





Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	50.0	80.0
Trabajo escrito.	20.0	40.0
<b>NIVEL 2: Arte y Cultura Contemporánea</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Resultados de aprendizajes: La asignatura tiene como objetivo abordar el arte y la cultura contemporánea como elementos esenciales para la ideación y creación publicitaria.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
Breve descripción de los contenidos: Los contenidos abordan los diferentes movimientos artísticos contemporáneos y su influencia en las diferentes manifestaciones publicitarias.		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG7 - Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.		
CE25 - Asegurar el dominio de un idioma moderno para el ejercicio profesional.		



<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	30	100
Clase práctica	10	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	35	25
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	15	0
Debates y crítica constructiva	5	100
Tutorías académicas individuales y/o grupales	10	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	5	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	40	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	30.0	50.0
Trabajo escrito.	0.0	40.0
Prácticas en laboratorio.	10.0	20.0
Resolución de problemas y casos.	10.0	20.0
Asistencia a clase.	5.0	20.0
Actividad extraacadémica: asistencia a jornadas, seminarios;	0.0	10.0
Prueba oral de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	0.0	10.0
Evaluación de participación significativa en actividades complementarias relacionadas. (Mediante presentación de justificantes de asistencia y/o de memorias de actividad).	0.0	10.0
<b>NIVEL 2: Opinión Pública</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		



<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>El alumnado avanzará en el conocimiento de la Opinión Pública, adquiriendo el marco teórico necesario para analizar cómo la expresan y gestionan los medios, la industria cultural, el mercado, las encuestas y las distintas formas de representación política.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>Se realizará una aproximación eminentemente práctica, en la que se hará uso de ejemplos y análisis de casos de la información actual. De este modo, el alumnado podrá reflexionar sobre los efectos de su trabajo en el ejercicio de su futura profesión, sobre los valores y actitudes de la ciudadanía, y sus relaciones de independencia o subordinación respecto a los centros del poder político y económico.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.		
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		



CE1 - Conocer y aplicar las funciones del perfil profesional del creativo publicitario en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.		
CE2 - Conocer y aplicar las funciones del perfil profesional del planificador publicitario en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.		
CE5 - Planificar y evaluar campañas publicitarias en el ámbito de las empresas e instituciones.		
CE6 - Conocer las metodologías de análisis e interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.		
CE7 - Conocer el desarrollo de la profesión y sus diferentes roles profesionales desde la evolución histórica y teórica.		
CE14 - Introducir a los estudiantes en las posibilidades y en el uso de la convergencia multimedia permitida por la red internet para el ejercicio profesional.		
CE15 - Conocer el contexto social y sus metodologías de análisis para poder interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.		
CE17 - Conocer las aportaciones realizadas por las disciplinas científicas y las humanidades al estudio de los fenómenos contemporáneos de la comunicación.		
CE18 - Partiendo de ese conocimiento científico, analizar críticamente el papel de la publicidad y las relaciones públicas en las sociedades contemporáneas.		
CE20 - Aplicar el respeto a los derechos humanos y demás valores democráticos en el ejercicio de su profesión, con especial énfasis en los derechos de igualdad entre hombres y mujeres.		
CE22 - Conocer la evolución histórica (política, económica, social, cultural) de las sociedades contemporáneas, e identificar y comprender el origen histórico de los acontecimientos y procesos sociales actuales.		
CE26 - Aplicar las principales herramientas conceptuales a la comprensión y análisis de las prácticas de consumo en las sociedades contemporáneas.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	40	100
Clase práctica	10	100
Clase práctica en espacios técnicos y profesionales	6	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	40	0
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos;	7	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	55	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	8	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	10	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	4	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		



Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	30.0	80.0
Trabajo escrito.	20.0	50.0
Resolución de problemas y casos.	0.0	30.0
<b>5.5 NIVEL 1: Ciencias Sociales</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Sociología del Consumo</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Sociología
<b>ECTS NIVEL2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>El objetivo principal de esta asignatura es la aportación de un conocimiento detallado de las prácticas sociales de consumo desde una perspectiva multidisciplinar donde se destaca el análisis sociológico.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>Proporcionar la mejor formación para afrontar esta realidad, el presente programa incluye materiales sobre fundamentos teóricos de este saber disciplinar, una visión general sobre la actualidad de los estudios en esta materia, y la revisión de la metodología y las técnicas de análisis e investigación sobre la misma. La pretensión de tal propuesta de trabajo intelectual busca, en todo momento, enriquecer la orientación académica del estudiante de cara a su proyección profesional.</p>		



5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE15 - Conocer el contexto social y sus metodologías de análisis para poder interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.		
CE16 - Conocer el contexto social de las profesiones de ejecutivo de cuentas, creativo y planificador publicitario, director de comunicación y relaciones públicas y técnico de relaciones públicas en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial; y el contexto social general en que habrá de ejercerla, en sus dimensiones sociológica y económica.		
CE22 - Conocer la evolución histórica (política, económica, social, cultural) de las sociedades contemporáneas, e identificar y comprender el origen histórico de los acontecimientos y procesos sociales actuales.		
CE26 - Aplicar las principales herramientas conceptuales a la comprensión y análisis de las prácticas de consumo en las sociedades contemporáneas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	40	100
Clase práctica	14	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	40	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	62	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	18	100
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	6	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	30.0	80.0
Trabajo escrito.	0.0	40.0
Resolución de problemas y casos.	0.0	40.0



<b>5.5 NIVEL 1: Derecho</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Derecho de la Comunicación</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Derecho
<b>ECTS NIVEL2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3</b>		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes: Es objetivo prioritario de la asignatura el adquirir un conocimiento del régimen jurídico de los sujetos que participan en la actividad publicitaria (anunciantes, agencias, medios de publicidad, etc...) y de los contratos típicamente publicitarios, utilizados para llevar a cabo su actividad publicitaria. Un lugar destacado ocupa el tratamiento de los distintos supuestos de publicidad ilícita y de las acciones que pueden ejercitarse frente a ella, incluidas las acciones penales en los casos más graves de publicidad engañosa. Todo ello, sin olvidar las técnicas de autocontrol publicitario, como método alternativo para la resolución de conflictos en materia publicitaria.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos: La asignatura Derecho de la Comunicación pretende transmitir al estudiante del Grado de Publicidad un conocimiento de las normas jurídicas que gobiernan la actividad publicitaria, tanto las que proceden de la Unión Europea, como las nacionales. Un interés especial revisten en este sentido, las normas del derecho de los consumidores y usuarios y las de competencia en el mercado. El análisis de la actividad publicitaria parte del concepto de publicidad, en tanto actividad dirigida a promover la compra de bienes y servicios en el mercado, en contraposición al de otras figuras afines, como la publicidad electoral o la publicidad institucional.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.		
CG7 - Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario.		
CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.		



<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE11 - Utilizar la documentación y las bases de datos como instrumento auxiliar para el ejercicio profesional del gestor de comunicación.		
CE19 - Conocer la legislación aplicable al ejercicio de su profesión y las limitaciones de orden deontológico a las que deberá atenderse.		
CE20 - Aplicar el respeto a los derechos humanos y demás valores democráticos en el ejercicio de su profesión, con especial énfasis en los derechos de igualdad entre hombres y mujeres.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	34	100
Clase práctica	24	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	35	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	67	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	12	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	6	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	2	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	50.0	80.0
Resolución de problemas y casos.	10.0	40.0
Participación en el aula.	10.0	40.0
Actividad extraacadémica: asistencia a jornadas, seminarios;	0.0	20.0
<b>5.5 NIVEL 1: Economía</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Principios de Economía</b>		





5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Economía
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Introducir al alumno en las herramientas conceptuales para la comprensión y análisis del sistema económico contemporáneo. Que el alumno pueda presentar y discutir los hechos económicos fundamentales de su entorno.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>Esta asignatura trata de ocupar el espacio teórico y empírico de carácter económico que debe completar la formación multidisciplinar del título de Grado. El carácter de la asignatura es plenamente introductorio y pretende resaltar las estructuras, procesos e instituciones económicas, que configuran el ámbito natural de ejercicio de la publicidad y de las relaciones públicas. Además, se busca profundizar en el estudio de fenómenos económicos cotidianos que afectan a los diferentes agentes económicos (consumidores, empresas, Sector Público) y a la economía en su conjunto (crecimiento y desarrollo, inflación, desempleo, procesos de integración económica, etc.).</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.		
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.		
CG7 - Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario.		
CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.		



<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE2 - Conocer y aplicar las funciones del perfil profesional del planificador publicitario en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.		
CE8 - Conocer el funcionamiento de los perfiles profesionales de director de comunicación y relaciones públicas y técnicos de relaciones públicas.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	40	100
Clase práctica	12	100
Clase práctica en espacios técnicos y profesionales	5	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	40	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	62	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	12	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	6	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	3	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	50.0	100.0
Trabajo escrito.	10.0	30.0
Resolución de problemas y casos.	5.0	10.0
<b>5.5 NIVEL 1: Empresa</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Organización y Administración de Empresas</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>



Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
<b>ECTS NIVEL2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes: El objetivo principal de la asignatura Organización y Administración de Empresas es proporcionar una visión de la realidad en la que se desenvuelven las empresas, lugar donde los alumnos van a prestar sus servicios profesionales. Se pretende que el alumno comprenda y analice la tarea básica de la dirección como función principal a desempeñar en su vida profesional, también que conozca el funcionamiento básico y las interrelaciones de las áreas funcionales de la empresa. Se trata por tanto, de formar a profesionales que además de la competencia técnica específica, posean una formación personal y humana que les permita desenvolverse y relacionarse adecuadamente en su trabajo.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos: La asignatura Organización y Administración de Empresas se centra en proporcionar una visión de la realidad en la que se desenvuelven las empresas desde una perspectiva económica y empresarial. Para ello es necesario tener un conocimiento básico sobre la organización empresarial en relación a la dirección de las empresas, estilos de dirección y principales sistemas de gestión. Se pretende que el alumno comprenda la estructura, funcionamiento y dirección de las empresas en las que en un futuro se incorporará. Además la adquisición de estos conocimientos y competencias directivas facilitará a los alumnos desarrollar y analizar situaciones empresariales cotidianas, permitiendo una visión multidisciplinar de las tareas a desarrollar por los nuevos graduados. Se proporciona la visión empresarial necesaria para el desarrollo de profesional como directivo de cualquier empresa.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.		
CG6 - Capacidad para adaptar la tecnología disponible a las posibilidades y necesidades de una comunicación estratégica eficaz, mediante la actitud crítica y reflexiva aprehendida.		
CG7 - Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario.		
CG8 - Reconocimiento de las posibilidades y limitaciones que plantea la gestión de recursos limitados propios de todo entramado empresarial, mediante el acercamiento a la realidad profesional que permitirán las prácticas en empresas e instituciones, y en los propios laboratorios docentes.		
CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		



CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.		
CE8 - Conocer el funcionamiento de los perfiles profesionales de director de comunicación y relaciones públicas y técnicos de relaciones públicas.		
CE10 - Producir herramientas de comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa utilizando todos los lenguajes y canales no mediáticos y mediáticos &#9472;tradicionales y digitales&#9472; disponibles en la actualidad.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	42	100
Clase práctica	16	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	30	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	72	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	18	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	2	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	50.0	90.0
Trabajo escrito.	10.0	40.0
<b>5.5 NIVEL 1: Historia</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Historia del Mundo Actual</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Historia
<b>ECTS NIVEL2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes: Conocimiento adecuado, sólido y cabal, de los acontecimientos y transformaciones experimentados en el mundo en el transcurso del periodo abarcado por la Historia del Mundo Actual. Ese conocimiento debe servir de base para entender la actualidad internacional con una perspectiva fundamentada y crítica.</p> <p>Manejo por el estudiante de la terminología y los vocablos propios de la Historia del Mundo Actual, así como de los procesos de transición en el mundo de hoy, y las razones y fundamentos de los grandes cambios en la sociedad tras la Segunda Guerra Mundial y hasta el momento. De esta forma, los hechos históricos se estudiarán en sus rasgos más significativos y determinantes.</p> <p>Se pretende ser fuente de información y formación para los futuros profesionales del ámbito de la Publicidad y las Relaciones Públicas, formación que les permita intervenir críticamente en la sociedad contemporánea con garantías de calidad.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>La asignatura abarca las cuestiones sociales, políticas, ideológicas, económicas y culturales del periodo comprendido entre el final de la Segunda Guerra Mundial (1945) y nuestros días, cuando asistimos a relevantes procesos de transformación de nuestro entorno individual, al tiempo que una parte del acontecer sociopolítico y cultural hunde sus raíces en fenómenos del pasado.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE11 - Utilizar la documentación y las bases de datos como instrumento auxiliar para el ejercicio profesional del gestor de comunicación.		
CE17 - Conocer las aportaciones realizadas por las disciplinas científicas y las humanidades al estudio de los fenómenos contemporáneos de la comunicación.		
CE18 - Partiendo de ese conocimiento científico, analizar críticamente el papel de la publicidad y las relaciones públicas en las sociedades contemporáneas.		
CE20 - Aplicar el respeto a los derechos humanos y demás valores democráticos en el ejercicio de su profesión, con especial énfasis en los derechos de igualdad entre hombres y mujeres.		
CE21 - Aplicar las principales herramientas conceptuales a la comprensión y análisis del sistema económico contemporáneo.		
CE22 - Conocer la evolución histórica (política, económica, social, cultural) de las sociedades contemporáneas, e identificar y comprender el origen histórico de los acontecimientos y procesos sociales actuales.		



CE24 - Conocer las características fundamentales de la estructura de las sociedades contemporáneas, y muy particularmente las de la sociedad española, y, en general, de las sociedades europeas, con particular referencia a cuestiones como las clases sociales, ocio, familia, religión o inmigración.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	28	100
Clase práctica	28	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	42	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	60	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	18	100
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	4	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	30.0	70.0
Prácticas en laboratorio.	1.0	10.0
Resolución de problemas y casos.	30.0	60.0
<b>5.5 NIVEL 1: Humanidades</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: LENGUAJE EN LA PUBLICIDAD Y LA EMPRESA</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Básica	Otras Ramas	Otra Materia...
<b>NUEVA MATERIA</b>		
<b>ECTS NIVEL2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>Lenguas en las que se imparte</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Conocimiento y dominio de las herramientas lingüísticas, tanto en el plano de la teoría de la comunicación, como en el aspecto más práctico que se deriva de aplicar las técnicas adecuadas al mensaje publicitario y al lenguaje de la empresa. Este conocimiento debe ser profundo, como exige el protagonismo que ejerce la publicidad en nuestros días, especialmente en el ámbito de una sociedad desarrollada capaz de producir gran cantidad de bienes de consumo.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>A través de un enfoque descriptivo, se estudian los usos del idioma en la publicidad y en la empresa, agrupados según los distintos niveles (grafofónico, morfosintáctico, lexicosemántico y pragmático-textual).</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG4 - Aptitud para responsabilizarse de grupos humanos y proyectos de trabajo que involucren diferentes ámbitos de la Publicidad y las Relaciones Públicas, empleando para ello tanto recursos básicos (lenguaje audiovisual, tecnologías y su aplicación en creatividad) como auxiliares (documentación).		
CG7 - Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario.		
CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE23 - Utilizar de manera plena y solvente la lengua española.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	22	100
Clase práctica	30	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	55	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	47	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	16	100



Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	2	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	8	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	60.0	90.0
Resolución de problemas y casos.	10.0	20.0
Actividad extraacadémica: asistencia a jornadas, seminarios;	10.0	20.0
<b>5.5 NIVEL 1: Idioma</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Idioma Moderno</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Básica	Otras Ramas	Otra Materia...
<b>NUEVA MATERIA</b>		
<b>ECTS NIVEL2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual</b>		
<b>ECTS Anual 1</b>	<b>ECTS Anual 2</b>	<b>ECTS Anual 3</b>
	6	
<b>ECTS Anual 4</b>	<b>ECTS Anual 5</b>	<b>ECTS Anual 6</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
Sí	Sí	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		





Resultados de aprendizajes:

Al terminar con éxito esta asignatura/enseñanza, los estudiantes serán capaces de demostrar un nivel mínimo B1 según MCER del idioma elegido.

#### 5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

El objetivo fundamental del curso para la asignatura de Formación Básica Idioma Moderno (inglés, francés, alemán e italiano) es proporcionar a los estudiantes de las nuevas titulaciones de grado la preparación necesaria para superar un examen oficial de uno de dichos idiomas, teniéndose que presentar a la convocatoria oficial del examen establecido para cada idioma (TOEIC para inglés, TFI para francés, CILS para italiano y Zertifikat Deutsch para alemán). Asimismo, con los resultados del examen oficial se establecerá la equiparación que corresponda con las calificaciones universitarias, teniendo en cuenta que para poder presentarse al examen oficial el alumno tiene que haber cumplido los requisitos previos que se establecen en el programa del idioma elegido.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG9 - Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE25 - Asegurar el dominio de un idioma moderno para el ejercicio profesional.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	40	100
Clase práctica	10	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	20	50
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos,	50	50
Debates y crítica constructiva	10	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	10	100

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)

Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica

Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales

#### 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	5.0	40.0
Trabajo escrito.	5.0	40.0
Presentación oral.	5.0	40.0
Resolución de problemas y casos.	5.0	40.0

#### 5.5 NIVEL 1: Informática

##### 5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1



<b>NIVEL 2: Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Básica	Otras Ramas	Otra Materia...
<b>NUEVA MATERIA</b>		
<b>ECTS NIVEL2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3</b>		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Que el alumnado sea capaz de comprender y analizar los procesos históricos, sociales, económicos, tecnológicos y culturales que posibilitaron el desarrollo de la Sociedad de la Información; los cambios profundos provocados en el sistema de comunicación y las tendencias de desarrollo de los nuevos medios de comunicación digitales.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>La asignatura trata sobre el surgimiento y desarrollo de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTICs) dentro del contexto de la llamada Sociedad de la Información, y está planteada como una introducción crítica al conocimiento y las repercusiones sociales de las NTICs. Introduce de manera general el desarrollo de las NTICs y de la Sociedad de la Información y las transformaciones profundas desde los medios de comunicación de masas hasta los nuevos medios de comunicación en Red. La asignatura está relacionada con Estructura del Sistema de Medios, Teorías de la Comunicación e Historia de la Comunicación, e introduce temas fundamentales de la asignatura Periodismo Multimedia.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG4 - Aptitud para responsabilizarse de grupos humanos y proyectos de trabajo que involucren diferentes ámbitos de la Publicidad y las Relaciones Públicas, empleando para ello tanto recursos básicos (lenguaje audiovisual, tecnologías y su aplicación en creatividad) como auxiliares (documentación).		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		



CE16 - Conocer el contexto social de las profesiones de ejecutivo de cuentas, creativo y planificador publicitario, director de comunicación y relaciones públicas y técnico de relaciones públicas en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial; y el contexto social general en que habrá de ejercerla, en sus dimensiones sociológica y económica.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	20	100
Clase práctica	20	100
Clase práctica en espacios técnicos y profesionales	10	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	40	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	62	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	16	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	2	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	10	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Sesiones de prácticas supervisadas por el profesor/a (desarrolladas en espacios técnicos y con equipamiento especializado: laboratorios informáticos, laboratorios de idiomas, platós de radio o TV, salas de edición, etc.)		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	50.0	80.0
Trabajo escrito.	10.0	40.0
Resolución de problemas y casos.	10.0	40.0
<b>5.5 NIVEL 1: Principios Jurídicos básicos: Deontología profesional e igualdad</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Principios Jurídicos Básicos: Deontología Profesional e Igualdad</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Básica	Otras Ramas	Otra Materia...
<b>NUEVA MATERIA</b>		



<b>ECTS NIVEL2</b>		6
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Resultados de aprendizajes: Conseguir una aproximación a la dimensión ético-jurídica del ejercicio de la actividad publicitaria y de las relaciones públicas.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
Breve descripción de los contenidos: Aproximación al Ordenamiento Jurídico, y más particularmente al Derecho privado, en el cual se abordan los aspectos básicos del Derecho de la persona y su patrimonio, el negocio jurídico y la representación.		
Conceptos ético-jurídicos del ejercicio de la actividad publicitaria y de las relaciones públicas. Esta cuestión se aborda en el último bloque del temario, por considerarse necesaria una asimilación previa de conceptos jurídicos, pero a partir del primer día se facilitarán unas nociones generales de la cuestión al objeto de facilitar la comprensión de la interrelación con otras cuestiones del temario.		
Asimismo, en el desarrollo de las explicaciones se trasladará al alumno una visión trasversal del principio de igualdad, como uno de los pilares en que se asienta nuestro Ordenamiento Jurídico.		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE19 - Conocer la legislación aplicable al ejercicio de su profesión y las limitaciones de orden deontológico a las que deberá atenderse.		
CE20 - Aplicar el respeto a los derechos humanos y demás valores democráticos en el ejercicio de su profesión, con especial énfasis en los derechos de igualdad entre hombres y mujeres.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		



ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	50	100
Clase práctica	5	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	15	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	87	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	16	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	2	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	5	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	60.0	100.0
Trabajo escrito.	0.0	40.0
<b>5.5 NIVEL 1: Psicología</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Psicología de la Comunicación</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>



Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>El objetivo de la asignatura es que el estudiante conozca las diferentes aportaciones que la psicología y más especialmente la psicología social han realizado sobre el estudio de la comunicación en general: atendiendo a los fenómenos psicosociales implicados tanto en la comunicación interpersonal y grupal, como en el ámbito específico de la comunicación mediada y de masas.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>Introducción a los diferentes modelos teóricos de psicología de la comunicación, analizando los aspectos generales así como los factores psicosociales que favorecen la comunicación y los procesos sociales en la comunicación.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE20 - Aplicar el respeto a los derechos humanos y demás valores democráticos en el ejercicio de su profesión, con especial énfasis en los derechos de igualdad entre hombres y mujeres.		
CE21 - Aplicar las principales herramientas conceptuales a la comprensión y análisis del sistema económico contemporáneo.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase teórica	30	100
Clase práctica	20	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	50	25
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	5	0
Debates y crítica constructiva	5	100
Tutorías académicas individuales y/o grupales	5	100



Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	5	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	30	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	20.0	40.0
Trabajo escrito.	0.0	40.0
Prácticas en laboratorio.	40.0	60.0
Resolución de problemas y casos.	0.0	40.0
Asistencia a clase.	0.0	20.0
Actividad extraacadémica: asistencia a jornadas, seminarios,	0.0	10.0
Prueba oral de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	0.0	10.0
Evaluación de participación significativa en actividades complementarias relacionadas. (Mediante presentación de justificantes de asistencia y/o de memorias de actividad).	0.0	10.0
<b>5.5 NIVEL 1: Sociología</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Estructura Social Contemporánea</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Sociología
<b>ECTS NIVEL2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>



LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>Que el alumnado adquiera la capacidad de analizar e interpretar, correctamente, el medio social en el que transcurre la actividad del profesional de la Publicidad y las Relaciones Públicas, facilitándole una visión de conjunto, contrastada y relacionada: introducción a la estructura social contemporánea; población y espacio urbano; estratificación y desigualdad sociales; cambio y conflicto sociales; familia y parentesco; educación y religión; poder político y movimientos sociales; sociedad de la información y del conocimiento.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>El contenido de la asignatura Estructura Social Contemporánea queda contextualizado en el área de conocimiento de Sociología, y comprende el estudio comparado de las instituciones y los procesos básicos de la sociedad contemporánea, haciendo especial énfasis en el análisis de la sociedad Castellana actual. De este modo se analizan las bases teóricas, la estructura y la dinámica del entramado social de las sociedades avanzadas contemporáneas.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG2 - Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE6 - Conocer las metodologías de análisis e interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.		
CE15 - Conocer el contexto social y sus metodologías de análisis para poder interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.		
CE16 - Conocer el contexto social de las profesiones de ejecutivo de cuentas, creativo y planificador publicitario, director de comunicación y relaciones públicas y técnico de relaciones públicas en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial; y el contexto social general en que habrá de ejercerla, en sus dimensiones sociológica y económica.		
CE17 - Conocer las aportaciones realizadas por las disciplinas científicas y las humanidades al estudio de los fenómenos contemporáneos de la comunicación.		
CE18 - Partiendo de ese conocimiento científico, analizar críticamente el papel de la publicidad y las relaciones públicas en las sociedades contemporáneas.		
CE20 - Aplicar el respeto a los derechos humanos y demás valores democráticos en el ejercicio de su profesión, con especial énfasis en los derechos de igualdad entre hombres y mujeres.		





CE22 - Conocer la evolución histórica (política, económica, social, cultural) de las sociedades contemporáneas, e identificar y comprender el origen histórico de los acontecimientos y procesos sociales actuales.		
CE23 - Utilizar de manera plena y solvente la lengua española.		
CE24 - Conocer las características fundamentales de la estructura de las sociedades contemporáneas, y muy particularmente las de la sociedad española, y, en general, de las sociedades europeas, con particular referencia a cuestiones como las clases sociales, ocio, familia, religión o inmigración.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica	36	100
Clase práctica	20	100
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	30	0
Lecturas y visionados (Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web, indicado para la materia).	72	0
Tutorías académicas individuales y/o grupales	10	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	8	0
Pruebas de evaluación (Pruebas de conocimiento teórico y/o práctico)	4	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición y explicación de contenidos teóricos (en aula teórica)		
Exposición de contenidos teóricos combinados con ejercicios de aplicación (resolución y/o análisis de problemas, casos, etc), en aula teórica		
Aprendizajes orientados a la resolución de problemas y/o casos mediante trabajos del estudiante en modo Individual o Grupal (análisis de casos, informes, trabajos de investigación, etc. a realizar y supervisar en aula teórica, aula de práctica o fuera del aula)		
Utilización de lecturas y materiales de apoyo didáctico: Material de lectura, visual, auditivo, audiovisual, multimedia o con soporte web.		
Práctica de debates y crítica constructiva (en aula teórica)		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
Implementación de actividades externas al aula que sean pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios o eventos de interés, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos.	40.0	80.0
Trabajo escrito.	20.0	40.0
Resolución de problemas y casos.	10.0	30.0
<b>5.5 NIVEL 1: Reconocimiento Académico de Créditos</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Reconocimiento Académico de Créditos</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>



ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <p>La asignatura tiene como objetivo que el alumno complemente su formación con la asistencia a jornadas, seminarios u otras actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>La asignatura Reconocimiento Académico de Créditos, común a todas las titulaciones de Grado, atiende a la participación de los estudiantes en actividades extracurriculares de índole académico, cultural, social, solidario, de cooperación o deportivo, a fin de que puedan completar su desarrollo curricular con actividades no vinculadas estrictamente con la titulación que se encuentren cursando.</p> <p>Desde la universidad se ofertarán actividades para que el estudiante pueda completar los 6 créditos de la asignatura. Ejemplo de actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividad sobre la Accesibilidad Universal y Diseño para Todos</li> <li>• Actividad de Búsqueda y Acceso a Información Científica</li> <li>• Actividad de Mejora de la Empleabilidad</li> <li>• Actividad de Sostenibilidad: Criterios y Toma de Decisiones</li> </ul> <p>En caso de que el alumno no tenga créditos para ser reconocidos, podrá cursar Seminarios de Informática y así completar el total de ECTS de la asignatura Reconocimiento Académico de Créditos.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<p>Observaciones:</p> <p>No se exigen conocimientos previos.</p> <p>Todo lo expuesto en esta asignatura se realizará en orden a la Normativa de reconocimiento Académico de Créditos en los Estudios de Grado de ESIC Universidad, establecida dentro de la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, en su redacción dada por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, ESIC Universidad. De conformidad con el artículo 46.2.i) de la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades y 12.8 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre.</p> <p>Actividades formativas:</p> <p>Se consideran actividades universitarias culturales, a los efectos de calificación académica del Módulo relativo al Reconocimiento Académico de Créditos, las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Actividades académicas y culturales organizadas ESIC Universidad, a través de los correspondientes Vicerrectorados, Facultades o Escuelas, Departamentos, Centros o cualquier órgano o estructura de ESIC Universidad.</li> <li>2. Actividades culturales y formativas organizadas por otras Instituciones.</li> </ol> <p>Seminarios Permanentes y cursos para la adquisición de idiomas, aprendizaje de habilidades, herramientas y técnicas necesarias para reforzar las competencias transversales de las titulaciones, realizados por Instituciones reconocidas por ESIC Universidad.</p>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		



CG1 - Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.		
CG3 - Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE3 - Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Tutorías académicas individuales y/o grupales	142	100
Actividades complementarias relacionadas (Jornadas, seminarios o eventos de interés, etc. propuestos como complemento)	8	30
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Sesiones de prácticas supervisadas por el profesor/a (desarrolladas en espacios técnicos y con equipamiento especializado: laboratorios informáticos, laboratorios de idiomas, platós de radio o TV, salas de edición, etc.)		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Evaluación de participación significativa en actividades complementarias relacionadas. (Mediante presentación de justificantes de asistencia y/o de memorias de actividad).	0.0	100.0
<b>5.5 NIVEL 1: Trabajo Fin de Grado</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Trabajo Fin de Grado</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual</b>		
<b>ECTS Anual 1</b>	<b>ECTS Anual 2</b>	<b>ECTS Anual 3</b>
<b>ECTS Anual 4</b>	<b>ECTS Anual 5</b>	<b>ECTS Anual 6</b>
6		
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		



Resultados de aprendizajes:

El objetivo del TFG será verificar la adquisición por parte del estudiante de las destrezas y competencias descritas con anterioridad en los objetivos generales del título de Grado, junto a destrezas específicas de orientación académica o profesional.

### 5.5.1.3 CONTENIDOS

Breve descripción de los contenidos:

El alumno deberá realizar un trabajo en el que profundice sobre una de las asignaturas cursadas a lo largo del Grado para su posterior evaluación y/o defensa. La elaboración del documento tendrá una serie de normas que el alumno deberá tener en cuenta:

La extensión y el formato del documento serán fijados por cada profesor-director siguiendo las normas establecidas por el Departamento al que esté adscrito y con docencia en el Grado.

La primera página del documento recogerá la portada del trabajo con el nombre de la Facultad, la materia (y profesor), nombre del proyecto, nombre del alumno y curso académico. Los documentos estarán encuadernados debidamente.

Profundización en los conocimientos, capacidades y actitudes, vinculando a los alumnos a la realidad educativa, completando y complementado su formación teórica con la experiencia práctica.

El trabajo será individual, a excepción de lo indicado en el Reglamento sobre Trabajo Fin de Grado de ESIC Universidad.

### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

Observaciones:

Uno de los requisitos para realizar y defender el Trabajo Fin de Grado es haber superado las restantes materias de la titulación.

Actividades formativas:

El Trabajo Fin de Grado puede hacerse sobre cualquiera de las materias del Plan de Estudios del Grado. Las propuestas de los TFG las realizan los profesores de dichas materias con el visto bueno del Departamento (que son los responsables académicos de los mismos) al que pertenezca y que tenga docencia en dicho Grado. Dichas propuestas (y sus materias) serán remitidas a la Dirección de la Facultad en un plazo de tiempo establecido al comienzo de cada curso académico. La oferta de TFG se hará pública, tras la aprobación de la Facultad.

Cada profesor-director organizará las actividades formativas que considere más adecuadas para facilitar a los estudiantes el desarrollo de los trabajos en sus aspectos metodológicos, de documentación y de presentación de manera adecuada a la audiencia y proporcionará a los estudiantes los espacios de trabajo necesarios para su desarrollo.

Los profesores-directores de TFG tendrán entre sus obligaciones las siguientes:

- Guiar al alumno en el logro de los objetivos marcados;
- Proporcionar bibliografía específica que facilite la labor de documentación del alumno;
- Discutir con el alumno los resultados y conclusiones obtenidas;
- Ayudar al alumno a preparar la presentación y/o defensa del TFG.

Los alumnos, una vez elegido el TFG, deberán acudir a los despachos de los profesores, en sus respectivos horarios de tutoría, para informarse o resolver cualquier duda sobre la realización del mismo o bien, en el caso de los alumnos del grado online, comunicarse con los profesores a través del campus virtual.

El trabajo será individual, a excepción de lo indicado en el Reglamento sobre Trabajo Fin de Grado de ESIC Universidad.

Sistemas de evaluación:

El documento del TFG puede ser entregado por el alumno en cualquiera de las convocatorias del curso que tiene a su disposición. El alumno deberá entregar su trabajo teniendo en cuenta los plazos de presentación y/o defensa que se establezcan a tal fin. En cualquier caso la validez de la matrícula del TFG finaliza el último día lectivo del mes septiembre. Aquel alumno que no haya sido evaluado o no haya defendido su trabajo antes de esa fecha deberá volver a matricularse.

Los TFG serán evaluados por el tutor, una comisión o un tribunal formado por profesores adscritos a un área (o áreas afines) de conocimiento que impartan docencia en la titulación, designados por el Decano, a propuesta del Departamento al que esté adscrito el profesor director del trabajo. La propuesta de tribunal será remitida a la Dirección de la Facultad con una antelación suficiente a la fecha prevista de entrega de los trabajos en la Secretaría Académica. En dicha propuesta se incluirá una estimación de la fecha de evaluación y/o defensa de los mismos.



El alumno presentará a través de la plataforma de TFG, junto con los ejemplares del TFG una solicitud de examen del mismo, en dónde figurarán sus datos, su titulación y el visto bueno del profesor-director del TFG. La Dirección de la Facultad hará pública, en los plazos establecidos, la fecha, hora y lugar de celebración de cada presentación y/o defensa.

La entrega de actas de los TFG estará regida por los tiempos máximos de entrega de actas de calificación en cada convocatoria.

Trabajo escrito y/o su defensa: 100%

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG5 - Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.

CG7 - Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario.

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE6 - Conocer las metodologías de análisis e interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.

CE11 - Utilizar la documentación y las bases de datos como instrumento auxiliar para el ejercicio profesional del gestor de comunicación.

CE23 - Utilizar de manera plena y solvente la lengua española.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Trabajos individuales y/o en grupo de resolución y/o análisis de problemas o casos	70	0
Trabajos individuales y/o en grupo de desarrollo y/o planificación de proyectos, campañas, obras, productos,	70	0
Debates y crítica constructiva	10	30

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales

#### 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Trabajo escrito.	70.0	70.0
Evaluación y/o defensa ante tutor, comisión o tribunal	30.0	30.0

#### 5.5 NIVEL 1: Prácticas Externas

##### 5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

#### NIVEL 2: Prácticas Externas

##### 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
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
24		
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	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Resultados de aprendizajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer mediante la experiencia directa del mundo profesional las formas de organización del trabajo y los condicionantes de la profesión tal y como se ejerce en los medios profesionales.</li> <li>• Ofrecer al estudiante un primer contacto con el mundo profesional, como espacio para poner en práctica todas aquellas competencias, habilidades y conocimientos sobre la profesión que el estudiante ha adquirido en el curso de su formación.</li> </ul>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Breve descripción de los contenidos:</p> <p>Se consideran prácticas externas las actividades formativas realizadas por los estudiantes de Grado en una empresa, entidad u organismo, de carácter privado o público, que tienen como objetivo complementar la formación universitaria del estudiante, y acercar a éste a las realidades del ámbito profesional donde ejercerá su actividad una vez se haya graduado.</p> <p>El objetivo principal perseguido con el desarrollo de estas prácticas externas es permitir al estudiante la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en su formación académica, preparándole para el ejercicio de actividades profesionales y facilitando su incorporación al mercado de trabajo.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<p>Observaciones:</p> <p>Los aspectos comunes a las actividades formativas pueden agruparse en los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de prácticas en empresas e instituciones: las actividades formativas concretas a desarrollar dependerán en cada caso del perfil del puesto al que se incorpora el alumno en prácticas y del sector en el que opera la empresa/institución de acogida. La metodología de enseñanza será siempre activa y participativa, siendo complementada en algunos casos por formación teórico-práctica específica proporcionada por la empresa o institución de acogida (por ejemplo manejo de <i>software</i> específico). Estas prácticas constituyen el núcleo de adquisición de las competencias de adscritas a éste módulo.</li> <li>• Supervisiones en la empresa/institución de acogida: asistencia a reuniones de autorización periódica con el tutor responsable asignado en la empresa o institución de acogida. Aspectos de contenido a tratar en tales autorizaciones: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. información y orientación sobre las características de las actividades formativas planificadas;</li> <li>2. supervisión del nivel de logro de los objetivos propuestos en el plan formativo, en lo referente a la adquisición de competencias por parte del alumno;</li> <li>3. adaptación de las actividades formativas según el nivel de competencia y motivación del alumno en prácticas;</li> <li>4. orientación sobre la elaboración de la Memoria de las Prácticas.</li> </ol> </li> <li>• Elaboración de la Memoria de prácticas: elaboración de documento escrito en el que se hacen constar distintos aspectos referentes a la estancia del alumno en la empresa/institución, señalando contenidos de la formación recibida y competencias adquiridas.</li> </ul>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG10 - Capacidad para dirigir y gestionar la comunicación de las empresas, y diseñar modelos empresariales propios de su profesión, distribuir recursos y planificar modelos de gestión económicos y humanos (Dirección de empresas y organizaciones).		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE1 - Conocer y aplicar las funciones del perfil profesional del creativo publicitario en sus dimensiones teórica, histórica, jurídica, deontológica y empresarial.		
CE4 - Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.		
CE5 - Planificar y evaluar campañas publicitarias en el ámbito de las empresas e instituciones.		
CE23 - Utilizar de manera plena y solvente la lengua española.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD



Tutorías académicas individuales y/o grupales	10	30
Prácticas pre-profesionales	590	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Evaluación de prácticas pre-profesionales, mediante técnicas de observación de la actividad del estudiante y/o de presentación de informes o memorias de actividad	0.0	100.0



## 6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
ESIC Universidad	Otro personal docente con contrato laboral	100	74	69,4
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 %
59	32,19	96,97
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>La Comisión de Titulación decidirá el conjunto de indicadores estandarizados que le permitirá evaluar, de una manera fiable y comprensible, el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes.</p> <p>Los resultados que pueden ser objeto de medición y análisis son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Resultados del aprendizaje.</li> <li>• Resultados de la inserción laboral</li> <li>• Satisfacción de los grupos de interés (alumnos, profesores, PAS, empresarios...)</li> <li>• Diagnóstico de necesidades de grupos de interés relativos a la calidad de las enseñanzas.</li> </ul> <p>La Comisión de Titulación, con esta información, deberá realizar anualmente un Informe donde se incluyan los resultados relativos a: (Política de Comisiones Académicas de Titulación de ESIC Universidad)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Resultados en el profesorado: Encuestas de Valoración Docente</li> <li>• Resultados en el alumnado: Encuestas de Valoración Docente</li> <li>• Resultados académicos: Calificaciones de las materias, evaluación de las prácticas externas, y evaluación de los trabajos de fin de Grado.</li> <li>• Resultados de los servicios: Encuestas de calidad de los servicios.</li> <li>• Resultados en la sociedad: Observatorio de Situación Laboral.</li> </ul> <p>Asimismo, la memoria incluirá, en caso necesario, la propuesta de acciones de mejora para los cursos posteriores.</p> <p>El marco EEES y los nuevos cambios introducidos en la normativa española, establecen que las universidades deben garantizar en sus actuaciones el cumplimiento de los objetivos asociados a las enseñanzas que imparten, buscando además su mejora continua. Por ello, las universidades deben contar con políticas y Sistemas de Garantía Interna de Calidad (SGIC) formalmente establecidos y públicamente disponibles.</p> <p>AUDIT es la denominación del modelo de referencia para los sistemas de calidad en el sistema universitario español. La certificación AUDIT está bajo el nuevo marco regulatorio europeo de educación superior, cuya implantación está regulada por el Ministerio de Educación Español, a través de la mencionada agencia estatal.</p> <p>En julio de 2014 la sede Madrid de ESIC recibió, por parte de la Comisión de Certificación constituida por ANECA, el informe favorable sin condiciones sobre la implantación de su Sistema de Garantía Interna de Calidad bajo el Modelo de referencia AUDIT. En 2018 fue renovada la certificación de la implantación del modelo, recibiendo la resolución favorable de la Comisión de Certificación en marzo 2019.</p> <p>La certificación Audit supone para ESIC un reconocimiento oficial consecuencia del esfuerzo que está realizando hacia un modelo de gestión enfocada a la garantía de la calidad formativa que ofrece a su alumnado</p> <p>A continuación especificamos el procedimiento incluido en el programa AUDIT:</p>		





## PROCEDIMIENTO PARA LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

1. Objeto
2. Alcance: ámbito de aplicación
3. Documentación de referencia y normativa
4. Definiciones
5. Responsabilidades
6. Desarrollo
7. Seguimiento y medición: medida, análisis y mejora continua

### 1. OBJETO

El objeto del presente procedimiento es establecer cómo los centros de la Universidad Rey Juan Carlos realizan actuaciones dirigidas a evaluar el aprendizaje de los alumnos en cada una de las materias cursadas.

Este procedimiento únicamente es aplicable al procedimiento de evaluación del aprendizaje de las diferentes materias. Las actuaciones relativas a la evaluación del

Trabajo Fin de Titulación y las Prácticas Externas se regulan en su normativa específica.

### 2. ALCANCE

Este procedimiento será de aplicación a todos los títulos oficiales (Grados y Postgrados) impartidos en la Universidad Rey Juan Carlos.

### 3. DOCUMENTOS DE REFERENCIA Y NORMATIVA

- Ley Orgánica 6/2001 de 21 de diciembre, de universidades (LOU)
- Ley Orgánica 4/2007 de 12 de abril por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001 de 21 de diciembre, de Universidades
- Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre que Establece la Ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales
- Estatutos de la Universidad Rey Juan Carlos, según su modificación aprobada por Decreto 28/2010, de 20 de mayo.
- Manual y Procedimientos del SIGC
- Relación de anexos del SIGC
- Normativa interna presente en la web de la Universidad Rey Juan Carlos (Sección Universidad/Subapartado Organización).
- Programa AUDIT
- Criterios y directrices para la Garantía de Calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior
- Guías docentes de las asignaturas
- Normativa de Permanencia
- Modelo de Encuesta de Evaluación Docente de las Asignaturas

### 4. DEFINICIONES

La evaluación debe verse como un proceso sistemático y continuo mediante el cual se determina el grado en el que se están alcanzando o se han alcanzado los objetivos del aprendizaje y la adquisición por el estudiante de los conocimientos y competencias asociadas a las asignaturas.

Los sistemas de evaluación establecidos, permitirán comprobar que a través de la

realización de las diferentes actividades docentes realizadas durante la titulación, los estudiantes han adquirido los conocimientos, y competencias que se corresponden con los objetivos, competencias y contenidos reflejados en la Memoria de Verificación del Título, alcanzándose los resultados del aprendizaje previstos.

Las guías docentes de las asignaturas incorporarán la información relativa tanto a las actividades docentes necesarias para desarrollar la enseñanza-aprendizaje de las distintas materias, así como la metodología de evaluación acorde a las actividades propuestas.

### 5. RESPONSABILIDADES

Departamentos Académicos: Revisar los contenidos de las guías docentes de las asignaturas de las cuales es responsable y velar por garantizar el cumplimiento de las obligaciones docentes de sus profesores. Asimismo, deberán revisar los criterios de evaluación de forma que se adecuen a la evaluación continua de las titulaciones.



Comisión de Titulación: Análisis de los indicadores de rendimiento académico de la Titulación y propuesta de mejoras, si procede.

Comisión de Calidad del Centro: Análisis de los indicadores de rendimiento académico de las titulaciones y propuesta de mejoras, si procede.

Personal Docente e Investigador: Información a los alumnos del sistema de evaluación de los aprendizajes en cada asignatura. Evaluación de los alumnos, comunicación de calificaciones y revisión de resultados.

Coordinador/Responsable Académico de titulación: revisión de las guías docentes de las asignaturas.

## 6. DESARROLLO

### *Establecimiento del sistema de evaluación*

Las guías docentes de las asignaturas incorporarán la información relativa tanto a las actividades formativas necesarias para desarrollar la enseñanza-aprendizaje de las distintas materias, así como los sistemas de evaluación acordes a las actividades propuestas.

El sistema de evaluación aprobado en la Guía Docente deberá contener como mínimo el tipo de actividades de evaluación a realizar y la ponderación de las mismas en la calificación final de la asignatura.

Los profesores de la asignatura actualizarán, siempre que sea necesario, los sistemas de evaluación de su asignatura, antes de su publicación al comienzo del curso académico.

### *Evaluación de los logros de los estudiantes*

Los sistemas de evaluación establecidos, permitirán comprobar que, a través de la realización de las diferentes actividades formativas realizadas durante la titulación, los estudiantes han adquirido los contenidos y competencias reflejados en la Memoria de Verificación del Título, alcanzándose los resultados del aprendizaje previstos.

### *Publicación de las Actas*

Desde el vicerrectorado competente en materia de ordenación académica se envía un email a todos los profesores indicando el último día para el cierre de actas. El profesor responsable de la asignatura cierra el acta antes del día que indica el vicerrectorado. Desde el servicio de estudiantes se revisan las actas que están abiertas para proceder a su cierre.

### *Reclamaciones sobre las pruebas*

Las reclamaciones sobre las pruebas evaluables se regulan en la normativa específica.

## 7. SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN: MEDIDA, ANÁLISIS Y MEJORA CONTINUA

Para el seguimiento y la medición del proceso se utilizarán, inicialmente, los siguientes indicadores:

- Tasa de rendimiento para estudiantes (grado y postgrado)
- Tasa de éxito para estudiantes (grado y postgrado)
- Duración media de los estudios para estudiantes (grado y postgrado)
- Tasa de graduación para estudiantes (grado y postgrado)

## 9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	<a href="https://www.esic.edu/calidad/">https://www.esic.edu/calidad/</a>
--------	---

## 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

<b>10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN</b>	
CURSO DE INICIO	2021
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
<b>10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN</b>	
Los alumnos que estén cursando el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en el centro adscrito ESIC de la URJC, podrán convalidar sus asignaturas directamente ya que el plan de estudios, al igual que las competencias y resultados del aprendizaje asociados al Título, no ha sufrido modificación alguna.	
<b>10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN</b>	



CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
--------	------------------

## 11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

### 11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
15233271A	SEGUNDO	HUARTE	MARTÍN
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida Valdenigrales SN	28223	Madrid	Pozuelo de Alarcón
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
segundo.huarte@esic.edu	639117826	913528534	Decano

### 11.2 REPRESENTANTE LEGAL

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
70884328F	EDUARDO	GÓMEZ	MARTÍN
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida Valdenigrales SN	28223	Madrid	Pozuelo de Alarcón
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
director.general@esic.edu	664552303	913528534	Director General

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
70884328F	EDUARDO	GÓMEZ	MARTÍN
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida Valdenigrales SN	28223	Madrid	Pozuelo de Alarcón
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
director.general@esic.edu	664552303	913528534	Director General



## Apartado 2: Anexo 1

Nombre :2. Justificacion GRPUB.pdf

HASH SHA1 :0F74F8D0E08FCE0357A87C3C316F1BA8DB8FA37F

Código CSV :340498686074790635520893

Ver Fichero: 2. Justificacion GRPUB.pdf



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

**Nombre** :4.1 sistemas de infomación previos.pdf

**HASH SHA1** :D59C0B5988FD5DEAB42E08FF74EC90AB0A555CB9

**Código CSV** :340499309275969955210405

**Ver Fichero**: 4.1 sistemas de infomación previos.pdf



## Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5.1 Descripción del plan de estudios.pdf

HASH SHA1 :28553C3962E0733021B3EC7BB7A2AA3114890BAE

Código CSV :340512883592810225478669

Ver Fichero: 5.1 Descripción del plan de estudios.pdf



## Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6.1 Personal Academico GRPUB.pdf

HASH SHA1 :9657A612C8AE0890B3F528D90B74E6203D1AD01D

Código CSV :340557064102752246522978

Ver Fichero: 6.1 Personal Academico GRPUB.pdf



## Apartado 6: Anexo 2

Nombre :6.2 Otros Recursos Humanos GRPUB.pdf

HASH SHA1 :97371E0B1897C3DE855E741798115CE2C1C7FD2B

Código CSV :340529823587066539503597

Ver Fichero: 6.2 Otros Recursos Humanos GRPUB.pdf





## Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7 Recursos Materiales y Servicios\_Grado.pdf

HASH SHA1 :9B72FA24111DC946CD6072C100D41FFCBB37C81C

Código CSV :340529847014165316705595

Ver Fichero: 7 Recursos Materiales y Servicios\_Grado.pdf



## Apartado 8: Anexo 1

**Nombre** :8.1 Justificacion Resultados Previstos GRPUB.pdf

**HASH SHA1** :4A5C224C515C453380A474496DA089DCB261D3B1

**Código CSV** :340566568589762930657426

**Ver Fichero**: 8.1 Justificacion Resultados Previstos GRPUB.pdf



## Apartado 10: Anexo 1

Nombre :10 Calendario de Implantacion GRPUB.pdf

HASH SHA1 :6EA7EB98D2BC0EF7F350145929F7C423FEE8ECF5

Código CSV :340530132986061929000359

Ver Fichero: 10 Calendario de Implantacion GRPUB.pdf



## Apartado 11: Anexo 1

**Nombre :**Nota aclaratoria y PODER NOTARIAL EDUARDO GOMEZ\_.pdf

**HASH SHA1 :**37E4D2B176F3D39E3E5DE157B4DBAAF007981631

**Código CSV :**340676576685214566850516

Ver Fichero: Nota aclaratoria y PODER NOTARIAL EDUARDO GOMEZ\_.pdf



