

## 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 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad de Cádiz		Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	11006620
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Grado		Publicidad y Relaciones Públicas	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Cádiz			
NIVEL MECES			
2			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CAMPO DE ESTUDIO	CONJUNTO
Ciencias Sociales y Jurídicas		Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	No
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
José Antonio López Sánchez		Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Manuel Arcila Garrido		Vicerrector de Títulos y Calidad	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Manuel Arcila Garrido		Vicerrector de Títulos y Calidad	
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
Plaza Falla, nº 8 - Hospital Real, 1ª planta	11003	Cádiz	682159682
E-MAIL	PROVINCIA	FAX	
vicerector.tituloscalidad@uca.es	Cádiz	956015357	
3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES			
De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, 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 Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.			
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 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.			
		En: Cádiz, AM 30 de septiembre de 2025	
		Firma: Representante legal de la Universidad	



# 1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

## 1.1-1.3 DENOMINACIÓN, CAMPO DE ESTUDIO, MENCIONES/ESPECIALIDADES Y OTROS DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Cádiz	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
<b>RAMA</b>				
Ciencias Sociales y Jurídicas				
<b>CAMPO DE ESTUDIO</b>				
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas				
<b>AGENCIA EVALUADORA</b>				
Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía				
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>				
No existen datos				
<b>MENCIÓN DUAL</b>				
No				

## 1.4-1.9 UNIVERSIDADES, CENTROS, MODALIDADES, CRÉDITOS, IDIOMAS Y PLAZAS

<b>UNIVERSIDAD SOLICITANTE</b>		
Universidad de Cádiz		
<b>LISTADO DE UNIVERSIDADES</b>		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
005	Universidad de Cádiz	
<b>LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS</b>		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
No existen datos		
CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	60	0
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
66	108	6

### 1.4-1.9 Universidad de Cádiz

#### 1.4-1.9.1 CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

<b>LISTADO DE CENTROS</b>			
CÓDIGO	CENTRO	CENTRO RESPONSABLE	CENTRO ACREDITADO INSTITUCIONALMENTE
11006620	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Si	No

#### 1.4-1.9.2 Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

##### 1.4-1.9.2.1 Datos asociados al centro

<b>MODALIDADES DE ENSEÑANZA EN LAS QUE SE IMPARTE EL TÍTULO</b>		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL/HÍBRIDA	A DISTANCIA/VIRTUAL
Sí	No	No
<b>PLAZAS POR MODALIDAD</b>		
100		
NÚMERO TOTAL DE PLAZAS	NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO PARA PRIMER CURSO	
400	100	



IDIOMAS EN LOS 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	

### 1.10 JUSTIFICACIÓN

#### JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL TÍTULO Y CONTEXTUALIZACIÓN

Ver Apartado 1: Anexo 6.

### 1.11-1.13 OBJETIVOS FORMATIVOS, ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y DE INNOVACIÓN DOCENTE

#### OBJETIVOS FORMATIVOS

De manera general, conforme a la experiencia española y europea, y las tendencias que actualmente se apuntan en el sector de la comunicación empresarial e institucional, los objetivos fundamentales del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas son los siguientes:

1. Fomentar la capacidad crítica, analítica e interpretativa, aportando los conocimientos de las técnicas de investigación y procedimientos de trabajo necesarios para transformar las necesidades del cliente en soluciones de comunicación eficientes.
2. Adquirir un conocimiento básico y general de los principales puntos de inflexión que configuran el panorama actual de la labor del profesional de la comunicación, especialmente publicitaria y de las relaciones públicas. Los conocimientos deben ser siempre relevantes para la comprensión del fenómeno de la comunicación y de su función en la sociedad contemporánea. De esta manera se conseguirá que el alumnado se convierta en un gran conocedor del contexto social, cultural, político, económico y empresarial en el que se inserta su trabajo y sepa adecuar de forma responsable su labor al mismo.
3. Proporcionar un conocimiento exhaustivo de todos los elementos que conforman y se interrelacionan en el sistema de la comunicación, en especial de la publicidad y las relaciones públicas, para su aplicación a la realidad de las organizaciones y para el desarrollo de una actitud estratégica. Esta formación le capacitará para la toma de decisiones y la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.
4. Ser capaces de comunicarse y expresarse con coherencia y corrección en su ejercicio profesional; para ello deberán dominar el uso especializado de la/s lengua/s de su comunidad y del inglés.
5. Ser capaces de construir, planificar y evaluar acciones y discursos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas para la elaboración de campañas de comunicación, para lo que conocerán también las posibilidades de aplicación eficaz de las diferentes tecnologías.
6. Conocer las teorías, categorías y conceptos que más han incidido en las diferentes ramas de investigación, desarrollo e innovación de la comunicación empresarial e institucional, así como su necesidad de autorregulación por sus consecuencias éticas y socio-culturales.
7. Fomentar entre los discentes la participación en los puestos de representación y decisión de una composición paritaria entre mujeres y hombres, así como concienciarlos sobre la inserción en el ámbito de la Comunicación de aquellos colectivos que se encuentran en situación de mayor vulnerabilidad por sufrir una doble discriminación por su condición de discapacidad, minorías étnicas, migración o exclusión social.

#### ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE INNOVACIÓN DOCENTE

### 1.14 PERFILES FUNDAMENTALES DE EGRESO Y PROFESIONES REGULADAS

#### PERFILES DE EGRESO

Expertos en Publicidad y RRPP, creativos/as, estratégicos/as, liderazgos, análisis, investigación, innovación, ética y sostenibilidad

#### HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS

No

#### NO ES CONDICIÓN DE ACCESO PARA TÍTULO PROFESIONAL

### 2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

#### RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

C-01 - Identifica los conocimientos básicos en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos
C-03 - Plantea acciones para la creación y gestión de Comunicación Estratégica TIPO: Conocimientos o contenidos
C-04 - Explica aplicaciones prácticas de investigación en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos
C-05 - Conoce las Teorías de la Imagen, Publicidad y Relaciones Públicas TIPO: Conocimientos o contenidos
CE-01 - Conocer y aplicar los conceptos fundamentales de las Ciencias Sociales, jurídicas, del entorno económico, político, social y cultural, y los principios constitucionales relacionados con la comunicación TIPO: Competencias
CE-02 - Conocer y aplicar las teorías, métodos y procesos de la comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias



CE-03 - Ser capaz de diseñar investigaciones científicas y aplicar métodos de investigación en comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias
CE-04 - Conocer la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, especialmente las relacionadas con la comunicación, la publicidad y las relaciones públicas TIPO: Competencias
CE-05 - Ser capaz de planificar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, así como la planificación de campañas TIPO: Competencias
CE-06 - Conocer y aplicar los principios éticos y deontológicos en la comunicación, respetando la libertad de expresión y la responsabilidad social TIPO: Competencias
CE-07 - Ser capaz de utilizar las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso de creación y difusión de mensajes audiovisuales y publicitarios TIPO: Competencias
CE-08 - Conocer y aplicar los diferentes lenguajes y soportes de la información (prensa, radio, televisión, internet) y sus diferentes formatos TIPO: Competencias
CE-09 - Ser capaz de dominar el uso de la lengua española/inglesa y técnicas de redacción para elaborar contenidos en comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias
CE-10 - Conocer la estructura, formatos y problemáticas de la publicidad y las relaciones públicas en relación con los contextos sociales TIPO: Competencias
CE-11 - Ser capaz de gestionar los públicos de las organizaciones y la comunicación interna, garantizando una interacción eficaz con los diversos actores TIPO: Competencias
CE-12 - Capacidad para desarrollar modelos de comunicación innovadores tanto en lengua castellano como inglesa, adaptables a nuevos contextos y tendencias emergentes TIPO: Competencias
CE-13 - Capacidad de evaluar de manera cualitativa y cuantitativa los procesos y resultados de las acciones comunicativas TIPO: Competencias
CE-14 - Dominar las técnicas y herramientas aplicadas a la publicidad y las relaciones públicas en entornos digitales TIPO: Competencias
CE-15 - Conocer y aplicar estrategias de comunicación en empresas, Instituciones y organizaciones sin ánimo de lucro, así como en campañas de movimientos sociales TIPO: Competencias
CE-16 - Poseer los conocimientos teóricos, metodológicos y técnicos necesarios para la realización del Trabajo Fin de Grado TIPO: Competencias
CO-01 - 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 TIPO: Competencias
CO-02 - 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 TIPO: Competencias
CO-03 - 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 TIPO: Competencias
CO-04 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado TIPO: Competencias
CO-05 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía TIPO: Competencias
HD-01 - Demuestra adaptabilidad y aprendizaje autónomo TIPO: Habilidades o destrezas
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas
HD-03 - Planifica la organización, gestión y toma de decisiones TIPO: Habilidades o destrezas
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas
HD-05 - Aplica conciencia ética, diversidad y responsabilidad social TIPO: Habilidades o destrezas
HD-06 - Maneja las relaciones interpersonales y trabajo en equipo TIPO: Habilidades o destrezas
HD-07 - Demuestra liderazgo y espíritu emprendedor TIPO: Habilidades o destrezas
HD-08 - Experimenta creatividad e innovación TIPO: Habilidades o destrezas
HD-09 - Aplica calidad y tecnología TIPO: Habilidades o destrezas



SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias

SOS2 - Competencia en la utilización sostenible de recursos y en la prevención de impactos negativos sobre el medio natural y social TIPO: Competencias

SOS3 - Competencia en la participación en procesos comunitarios que promuevan la sostenibilidad TIPO: Competencias

SOS4 - Competencia en la aplicación de principios éticos relacionados con los valores de la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales TIPO: Competencias

### 3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

#### 3.1 REQUISITOS DE ACCESO Y PROCEDIMIENTOS DE ADMISIÓN

El acceso a las enseñanzas oficiales de Grado se regula en el artículo 15 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, que se remite a tales efectos al Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, 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. Esta última norma, expresa en su artículo 3 las distintas vías de acceso a la Universidad:

En referencia al acceso por superación de una prueba por parte de quienes se encuentren en posesión del título de Bachiller, el artículo 10 del Real Decreto 412/2014 establece que la nota de admisión se establece a partir del 60% de la nota media de bachillerato, más el 40% de la calificación de una prueba general de carácter obligatorio (en la que se contempla la realización de tres ejercicios de materias comunes y un cuarto ejercicio de una materia de modalidad), más la calificación obtenida en una prueba específica de carácter voluntario (materias de modalidad). La calificación de la prueba específica se establece a partir de la mejor combinación resultante de la puntuación obtenida en dos de las materias de modalidad superadas, multiplicadas por sus parámetros de ponderación establecidos en el intervalo 0,1 y 0,2:

En cuanto a las otras vías de acceso:

1. Ciclos Formativos. Los alumnos que provienen de los Ciclos Formativos afines.
2. Mayores de 25 años mediante prueba específica y proceso de preinscripción que regula los procedimientos de selección para el ingreso en los centros universitarios de la UCA.
3. Titulados, según establece la normativa vigente y mediante proceso de preinscripción que regula los procedimientos de selección para el ingreso en los centros universitarios de la UCA.
4. Extranjeros con estudios preuniversitarios finalizados, mediante homologación y/o convalidación por el Bachillerato español por el Ministerio de Educación y Pruebas de Acceso a la Universidad organizadas por la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia):

Toda la información relativa a vías de acceso y requisitos, incluyendo los procedimientos correspondientes para cada una de las situaciones, cupos y los procedimientos de preinscripción, selección y matriculación están disponibles en la página web de la Universidad, disponiendo la web del Centro de enlace directo a los servicios centrales indicados:

En la actualidad no se realizan pruebas especiales para acceder a los estudios de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. En lo que se refiere a pruebas de acceso se está supeditado a lo contemplado en la normativa vigente que regula la prueba de acceso a los estudios universitarios, así como al Acuerdo de la Comisión Coordinadora Interuniversitaria de Andalucía, por la que se aprueba la Normativa y Organización de las Pruebas de Acceso a la Universidad (PAU):

Finalmente, debe señalarse que algunas de las vías de acceso (referidos en los artículos 24 a 28 del RD 412/2014) disfrutan de plazas reservadas (artículos 23 y siguientes del Real Decreto 412/2014):

Mediante acuerdo de su Consejo de Gobierno de 28 de junio de 2010, la Universidad de Cádiz se dotó del Reglamento UCA/CG11/2010, de 28 de junio de 2010, de Admisión y Matriculación en la Universidad de Cádiz, en el que lógicamente se reitera lo dicho anteriormente sobre el acceso a los Grados:

El acceso y admisión a esta titulación se llevarán a cabo conforme a lo dispuesto en el art. 15 del Real Decreto 822/2021 de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

Los requisitos de acceso para los títulos de Grado son los recogidos en los Capítulos II al V del Real Decreto 534/2024, de 11 de junio, por el que se regulan los requisitos de acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, las características básicas de la prueba de acceso y la normativa básica de los procedimientos de admisión.

De acuerdo con las previsiones del art. 75 de la Ley 15/2003, Andaluza de Universidades, a los únicos efectos del ingreso en los centros universitarios, todas las Universidades andaluzas se constituyen en un distrito único, encomendando la gestión del mismo a una comisión específica, constituida en el seno del Consejo Andaluz de Universidades. (**Distrito Único Andaluz**).

Más información sobre estos requisitos puede consultarse en el siguiente enlace: <https://webacceso.uca.es/>

#### Perfil de Ingreso recomendado.

El alumno que desee cursar los estudios de Grado de Publicidad y Relaciones Públicas debe poseer unas aptitudes que le permitan integrar y manejar con destreza los conocimientos a adquirir durante el periodo formativo en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Por ello, el éxito en los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas no sólo depende de las capacidades iniciales, sino también del trabajo durante la carrera y sobre todo de su motivación, tanto por el estudio como por ser un profesional capacitado y responsable, capacidades éstas transversales en el Grado propuesto. El estudiante ha de mostrar interés por el estudio del hombre como individuo y de su entorno. Son aptitudes, competencias, habilidades y aspiraciones recomendables tener una sensibilidad social, aptitud para las relaciones y contactos interpersonales, capacidad para hablar en público, razonamiento y comprensión verbal, capacidad para la expresión escrita, creatividad, capacidad para trabajar en equipo, adaptabilidad, capacidad de análisis y de negociación, flexibilidad y sentido crítico.

Anualmente se evaluará el perfil de ingreso de los alumnos nuevos. El Coordinador/a del Título realizará una valoración de los resultados obtenidos y presentará a la Junta de Facultad propuestas de mejora para su aprobación, si es procedente.



### **Canales de difusión que se emplearán para informar a los potenciales estudiantes sobre la titulación y sobre el proceso de matriculación.**

La información a los potenciales estudiantes sobre las características de la titulación, los criterios de acceso y el proceso de matriculación se realizará por la Universidad a través de las vías habituales y dentro de la oferta de estudios oficiales de Grado: Campus virtual, consejos de estudiantes, carteles, medios de comunicación, jornadas de puertas abiertas, charlas en los centros universitarios, etc.

Particularmente, también, ha de hacerse mención al portal creado desde el Distrito Único Andaluz (DUA) donde se centraliza dicha información para toda la Comunidad Autónoma Andaluza, así como el propio proceso de preinscripción telemática del alumnado.

(<http://www.juntadeandalucia.es/innovacioncienciayempresa/sguit/>). En dicha página web se incluyen aspectos como el calendario de preinscripción y matriculación, el catálogo de grado de la universidad, y los criterios y requisitos de acceso correspondientes a cada uno.

Asimismo, el Grado dispone de página web propia y correo institucional. En la citada página pueden encontrar información adicional relativa a la preinscripción y matrícula, estructura académica del Grado, memoria, becas y ayuda, etc.

Desde hace bastantes años la Universidad de Cádiz, desde la Dirección General de Acceso y Orientación, realiza anualmente una campaña de orientación dirigida a alumnos que están a las puertas de iniciar sus estudios universitarios. Desde la Dirección General de Acceso y Orientación se organizan sesiones informativas en los Institutos o centros de Enseñanza Secundaria a los que acuden alumnos que realizan la selectividad y alumnos de Formación Profesional. En dicho acto participó profesorado de la Universidad de Cádiz y profesionales en activo de los estudios que ofrece la Universidad. Con esta campaña de divulgación se pretende dar a conocer a los futuros alumnos universitarios los perfiles de ingreso, los planes de estudio y las salidas profesionales de las titulaciones ofrecidas. Igualmente, se les informa y asesora sobre el proceso de preinscripción y matrícula. Todo ello se encuentra dentro del Plan de captación y matriculación de alumnos de nuevo ingreso.

Finalmente, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación ofrece en su propia web toda la información que le es propia y está vinculada a la Web central de la universidad.

### **Procedimientos y actividades de orientación específicos para la acogida de los estudiantes de nuevo ingreso que contribuyan a facilitar su incorporación a la Universidad y al Título**

Para la acogida de los alumnos de nuevo ingreso, la titulación dispone de un procedimiento del SGC (P06: <https://ucalidatad.uca.es/wp-content/uploads/2023/02/P06-Recursos-y-apoyo-estudiante-ENERO-2023.pdf?u>)

Dentro del Plan de acogida se proponen actividades de información y orientación específica para los alumnos de nuevo ingreso. Estas actividades de acogida están orientadas a facilitar la incorporación a la Universidad de Cádiz y ya tienen una larga tradición en la UCA. Los primeros antecedentes datan desde el curso 1999/2000. Con estas actividades se pretende que el alumno conozca el Plan de Estudio, sus características y particularidades al igual que tenga información sobre los distintos servicios de la universidad prestando un especial interés a los servicios de biblioteca, deporte y gestión administrativa de secretaría.

En coherencia con ello se organizará una sesión de acogida al alumnado matriculado en el Grado junto con el Decano y el/la coordinador/a del Grado para ofrecer información sobre el desarrollo del curso, así como normas de actuación y de contacto o comunicación en general entre el alumnado y el profesorado del grado o la coordinación del mismo. En esta sesión primera, así como a través de un documento que sirva de guía del grado se informará sobre distribución de créditos, profesorado de las diferentes materias, horarios de clase y tutorías del profesorado, realización del TFG, etc. Durante la realización del grado recibirá toda la información y orientación necesarias para alcanzar los objetivos previstos.

Cada asignatura dispondrá de una guía docente accesible a todo el alumnado de forma telemática toda la información referida al programa donde se detallan los objetivos, la metodología, los recursos y materiales que serán utilizados y sistemas y criterios de evaluación.

Como orientaciones generales, además de las sesiones ya mencionadas, se plantean como oportunas las siguientes actividades de atención al alumnado:

- Cada docente determinará un horario de tutorías (presenciales y virtuales) para el seguimiento del alumnado y atender sus dudas, reclamos o consultas.
- Durante todo el curso, el alumnado podrá consultar información actualizada del grado en la Web. Podrá consultar cualquier información del plan de estudios, calendarios, horarios del mismo modo se utilizará el campus virtual como vía de apoyo a la docencia y a la formación. Servirá igualmente como vía comunicativa entre el profesorado y alumnado.
- Será oportuno la elección de un representante del alumnado que dinamice la comunicación entre el profesorado, el equipo directivo del grado y el alumnado.
- Cada estudiante tendrá asignado un tutor/a de TFG, cuya función será la de informar sobre los calendarios y objetivos de cada TFG, tutorizar su trabajo y resolver las dudas y consultas sobre éste.

### **Acogida de estudiantes con discapacidad.**

En el Boletín Oficial de la Universidad de Cádiz, BOUCA nº 35, se recoge el compromiso de la Universidad con la integración de las personas discapacitadas. En el mismo se establecen los principios normativos aprobados por la Junta de Gobierno de la Universidad de Cádiz en los que se intenta hacer explícito el compromiso de la comunidad universitaria en pro de un tratamiento más equitativo de las personas discapacitadas y de la construcción de una sociedad más justa y solidaria.

Programa de Atención a la Discapacidad de la Universidad de Cádiz tiene entre sus finalidades la de acoger en la comunidad universitaria a cualquier persona, con independencia del tipo de discapacidad que presente. Para ello, se articula un procedimiento orientado a:

- Detectar sus posibles necesidades.
- Informarle de los recursos disponibles.
- Escuchar sus demandas.
- Buscar y consensuar con ellos la forma de darles solución.



La Dirección General de Acceso y la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación se coordinan con el fin de tener previstos los mecanismos de actuación y disponer de todo aquello que facilite la integración del estudiante discapacitado. El equipo de dirección del centro asesora a estos alumnos sobre el diseño curricular a realizar y establece junto con los profesores las posibles modificaciones y adaptaciones en las actividades formativas de cada materia teniendo en cuenta lo dispuesto en el RD 822/2021 de 28 de septiembre.

#### **Criterios de acceso y condiciones o pruebas de acceso especiales.**

En esta titulación no hay establecidas condiciones o pruebas especiales de ingreso. A las plazas ofertadas en este Grado se podrá acceder por las vías anteriormente expuestas en el punto 3.1, siempre por orden de calificación en las pruebas de acceso o en los expedientes académicos, de acuerdo con la legislación vigente.

#### **Apoyo a los estudiantes**

La Titulación tiene previstos mecanismos de apoyo y orientación a los estudiantes una vez matriculados dentro del SGC. Mediante el mismo se pretende dar una respuesta personal a los estudiantes de la titulación en cuanto a sus necesidades de orientación a lo largo de su periodo de estudio, con el objetivo de facilitar y mejorar su rendimiento académico.

Al igual que las actividades de acogida a los alumnos de nuevo ingreso, las actividades de acción tutorial y de apoyo a la actividad académica ya tienen una larga tradición en la Universidad de Cádiz. Los primeros antecedentes datan del curso 2000/2001, en el que se puso en marcha el primer plan de acción tutorial de la Universidad de Cádiz que fue galardonado con un premio nacional dentro del "Plan Nacional de Evaluación y Calidad de las Universidades".

Estas actividades tenían como objetivos generales, entre otros, los siguientes:

- Apoyar y orientar al alumno en su proceso de formación integral.
- Favorecer la integración del alumno de nuevo ingreso en el Centro y en la Universidad.
- Evitar el sentimiento de aislamiento y soledad de alumnos de primer curso.
- Identificar las dificultades que se presentan en los estudios y analizar las posibles soluciones.
- Fomentar y orientar sobre el uso de las tutorías académicas.
- Asesorar al estudiante para la toma de decisiones con respecto a las opciones de formación académica que brinda la Universidad de cara a la elección de su itinerario curricular.
- Promover la participación del alumno en la institución.
- Desarrollar la capacidad de reflexión, diálogo, autonomía y crítica en el ámbito académico.
- Detectar problemáticas en la organización e impartición de las asignaturas.

Actualmente, la Dirección General de Acceso y Orientación es la encargada de diseñar, desarrollar e implementar el plan institucional de orientación preuniversitaria para potenciales estudiantes de títulos de Grado. Adicionalmente, cada Comisión de Garantía de Calidad de Centro podrá diseñar e implementar un plan de acciones específicas de orientación. En el caso de este título, existe un Programa de Orientación y Apoyo al estudiante del centro (PROA).

#### **Apoyo y orientación académica.**

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación desarrolla las siguientes actividades con el fin de apoyar y orientar a sus estudiantes:

El programa de orientación y apoyo al estudiantado (PROA) incluye actividades como:

\* PROYECTO ACOMPÑAME. Son tutorías entre iguales en las que estudiantes de cursos superiores (alumnos mentores) de las diferentes titulaciones impartidas en la Facultad hacen de guía al alumnado de nuevo ingreso en la titulación.

\* JORNADAS DE BIENVENIDA. Destinadas a los alumnos de nuevo ingreso. Se realizan en el mes de septiembre y son el primer contacto del alumno con la Facultad de Ciencias. Además, contarán con diferentes sesiones donde se les explicarán distintas herramientas necesarias para su futuro académico.

\* SESIONES INFORMATIVAS. Dirigidas de manera conjunta a todos los alumnos de la Facultad. Estas sesiones versarán sobre temas diversos como: movilidad, matriculación, gestiones administrativas, orientación curricular, salidas profesionales, trabajos fin de grado, etc.

A petición de un grupo de alumnos se pueden ampliar a sesiones adicionales sobre temas de especial interés o relevancia.

Concretamente, a través de las actividades del PROA, se les proporciona a los alumnos:

- Sesión de acogida a los alumnos de nuevo ingreso para darles a conocer los recursos y procedimientos existentes en el Campus de Jerez: Secretaría, Biblioteca, Campus Virtual, recursos ofimáticos, Asociaciones de Alumnos, instalaciones deportivas, espacios de ocio, etc.
- Sesión informativa y atención individualizada para el Programa Erasmus (Becas Sócrates).
- Sesión informativa y atención individualizada para el Programa SICUE (Becas Séneca).
- Curso de orientación para la utilización eficaz y eficiente de los recursos bibliográficos y telemáticos de la Biblioteca del Campus de Jerez.
- Información y acceso a la actualización diaria de la página Web de la Facultad, donde se presentan todos los eventos del Centro.
- Envío de información actualizada de la Facultad a los alumnos a través de correo electrónico (TAVIRA).

#### **Apoyo a la inserción laboral**

Por otra parte, el Título dispone, en colaboración con la colaboración con la Dirección General de Empleo de la UCA, de un "Programa de Orientación Laboral" cuenta con Programas para mejorar la empleabilidad de los universitarios dentro del mercado laboral, facilitándoles el conocimiento de los re-



cursos de orientación y formación disponibles, así como las opciones más ventajosas para acceder y mantenerse en el empleo en función de sus intereses, demandas y sus perfiles normativos.

El Plan Integral de Formación para el Empleo (PIFE) proporciona, a través de un itinerario formativo, los recursos necesarios para mejorar la empleabilidad de los alumnos matriculados en el último curso de grado, constituyendo un complemento de las competencias profesionales del estudiante, adquiridas en su titulación y en las prácticas curriculares. El itinerario consta de 25 horas distribuidas en acciones formativas de 22 horas más 3-4 horas de encuentro empresarial.

La Feria de Empleo de la Universidad de Cádiz será un punto de encuentro entre sus estudiantes y egresados interesados en conocer las expectativas que ofrece el mercado laboral e incorporarse al mismo, y las empresas que buscan perfiles para incorporar en sus corporaciones.

Concretamente, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación elabora su plan de orientación profesional, con el objeto de proporcionar información y apoyo al estudiantado para facilitar su integración laboral y profesional al finalizar sus estudios.

Este plan se sustenta en una serie de actividades básicas abiertas a las posibles demandas de los estudiantes, y como ejemplo pueden mencionarse:

- Proporcionar información, entre otras cuestiones, sobre las posibles salidas profesionales de la titulación elegida en el Acto de Bienvenida al alumnado de nuevo ingreso.

- Charlas del coordinador del Grado relacionadas con las prácticas en empresas que el alumnado ha de cursar de forma obligatoria u optativa para poder finalizar sus estudios.

- Charlas, coloquios, mesas redondas, de profesionales para que orienten a los estudiantes sobre sus posibles salidas profesionales, fomentando, además, los contactos con las asociaciones de profesionales y con egresados de la Facultad para que transmitan su experiencia al alumnado.

- Sesiones para la divulgación y promoción de la participación del estudiantado del Centro en el Plan Integral de Formación para el Empleo de la UCA, cuyo objetivo es mejorar las posibilidades de su inserción laboral a través del conocimiento de las herramientas y recursos de empleo disponibles. Se difundirá y promoverá desde el Decanato la participación en las distintas ediciones del Plan Integral de Formación para el Empleo (PIFE # Orientación Profesional), cuyo objetivo principal es proporcionar, a través de un itinerario formativo, los recursos necesarios para mejorar la empleabilidad del alumnado matriculado principalmente en último curso de Grado, constituyendo un complemento de las competencias profesionales adquiridas en su titulación.

El objetivo es apoyar la incorporación de los alumnos y titulados universitarios al mundo profesional, asesorándoles en el proceso de búsqueda de empleo y facilitando el contacto con las empresas adecuadas a sus perfiles profesionales, convirtiéndose en un punto de encuentro activo entre oferta y demanda cualificada

#### Apoyo psicopedagógico

La Facultad, en coordinación con el Vicerrectorado de Alumnos, dispone de un Servicio de Atención Psicológica y Psicopedagógica (SAP) que tiene como objetivo atender las necesidades personales y académicas del alumnado, asesorándoles en todos aquellos aspectos que puedan mejorar la calidad de su estancia y el aprendizaje. Para ello, el SAP trabaja en áreas relacionadas con:

- \* Técnicas para mejorar el rendimiento académico
- \* Control de la ansiedad ante los exámenes
- \* Superar el miedo a hablar en público
- \* Entrenamiento en relajación
- \* Habilidades sociales
- \* Estrategias para afrontar problemas
- \* Toma de decisiones
- \* Otros aspectos personales y/o académicos

#### Programas específicos

Entre los Programas específicos de la Universidad, a través del Secretariado de Políticas de inclusión cabe destacar:

**Programa de Apoyo entre iguales a estudiantes en situación de discapacidad.** Este programa tiene la finalidad de:

- Facilitar el acceso y permanencia del alumnado con discapacidad que por las características que presentan requieren de un apoyo y una atención específica que pueda facilitarse a través de un proceso entre iguales.
- Favorecer la participación de las personas con discapacidad en el ámbito universitario, contribuyendo, como miembro de la comunidad UCA, a minimizar y/o eliminar barreras que pudiera encontrarse en el contexto universitario.
- Posibilitar la interacción y sensibilización del alumnado hacia el colectivo de personas en situación de discapacidad a través de procesos de convivencia en la diversidad.
- Empoderar al propio alumnado en situación de discapacidad, posibilitando su apoyo a otros estudiantes en dicha situación.

#### Plan de Voluntariado UCA:

Se trata de una convocatoria anual que se abre para los/as voluntarios/as en el mes de septiembre, en la que brindamos la oportunidad de realizar tareas de voluntariado social, a partir del mes de octubre, a las personas que integran la Comunidad Universitaria (alumnado y trabajadores). En cada curso se ofertan más de 400 puestos de voluntariado en alrededor de 60 Entidades sociales de la provincia de Cádiz que trabajan con destinatarios locales en temáticas de índole social encaminadas a mejorar las condiciones de vida de las personas más desfavorecidas en relación a: Infancia y Familia, Salud, Población Reclusa, Exclusión Social, Migraciones, Discapacidad, Acción Humanitaria, Mayores, VIH, Drogodependencias, Emergencias

El Plan de Voluntariado Local de la UCA es un programa que trata, específicamente, de facilitar una experiencia de voluntariado universitario en el ámbito de la acción social con personas desfavorecidas y/o con necesidades específicas que puedan ser causa de exclusión social; centrándonos en actuar con personas locales (o en situación de refugiados) en los ámbitos sociales citados anteriormente (salud, discapacidad, enfermedad, exclusión, acción humanitaria).



**Asesoramiento y apoyo por parte de órganos centrales.**

Entre otros, se destacan:

- Vicerrectorado de Internacionalización. Anualmente se programan sesiones de información sobre los Programas de Movilidad internacional.
- Vicerrectorado de Estudiantes.
- Área de Deportes, siguiendo las directrices y objetivos marcados por el equipo de gobierno de la Universidad de Cádiz, es la encargada de programar y coordinar las actividades y competiciones, organizar cursos, gestionar las instalaciones deportivas, promover convenios de colaboración con entidades públicas y privadas, etc. Con el fin de facilitar a los alumnos y, por extensión, al resto de la comunidad universitaria, todos los medios necesarios para la práctica deportiva. Ofrece diversos tipos de ayudas (v.g., para deportistas de alto nivel, para colaboradores en escuelas del área de deporte, para colabores de equipos como entrenadores, seleccionadores y delegados, para actividades deportivas y deportes de competición).
- Área de Gestión de Alumnado, con líneas dirigidas al asesoramiento y apoyo en búsqueda de alojamiento, apoyo y ayudas al asociacionismo estudiantil y ayudas específicas al estudiante en circunstancias especiales.
- Vicerrectorado de Sostenibilidad y Cultura. Entre sus actividades figura el diseño y ejecución de la política cultural de la Universidad a través de ~~en~~diversas actividades dirigidas a los estudiantes. Además, este vicerrectorado cuenta con la Unidad de Acción Social y Solidaria con actividades como Formación Solidaria o Voluntariado Social.
- Centro Superior de Lenguas Modernas (CSLM), que entre sus actividades incluye la de ofertar de cursos a distintos niveles y orientar sobre los cursos más adecuados de manera personalizada.

**3.2 CRITERIOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIAS DE CRÉDITOS**

**Reconocimiento de Créditos cursados en centros de formación profesional de grado superior**

MÍNIMO	MÁXIMO
0	30

**Adjuntar Convenio**

**Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios**

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

**Adjuntar Título Propio**

Ver Apartado 3: Anexo 2.

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

MÍNIMO	MÁXIMO
0	12

**DESCRIPCIÓN**

El Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, indica en su artículo 10 que, con objeto de hacer efectiva la movilidad de estudiantes, tanto dentro del territorio nacional como fuera de él, 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 la norma mencionada.

El Reconocimiento y Transferencia de Créditos se entienden como parte esencial de la Política General de la Universidad de Cádiz, que considera entre sus valores el de ser una Universidad abierta a estudiantes que procedan de cualquier parte del mundo, en especial a los que acrediten niveles de formación de excelencia, potenciando el diálogo entre culturas; además de ser una Universidad comprometida a facilitar a los alumnos el avance en el proceso de aprendizaje, y la adaptación de la formación que reciben a sus intereses. Por lo tanto, la Universidad de Cádiz, para dar cumplimiento al mencionado precepto y los valores indicados, establece un Reglamento que será de aplicación a los estudios universitarios de Grado, Máster y Doctorado, Reglamento UCA/CG12/2010, de 28 de junio de 2010. ([https://atencionalumnado.uca.es/wp-content/uploads/2024/01/REG\\_UCA\\_RECO\\_TRANSFER\\_CREDITOS.pdf](https://atencionalumnado.uca.es/wp-content/uploads/2024/01/REG_UCA_RECO_TRANSFER_CREDITOS.pdf)). Este reglamento está en fase de actualización.

**3.3 MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA**

El Vicerrectorado de Internacionalización de la Universidad de Cádiz desempeña un papel fundamental en la promoción y desarrollo de la dimensión internacional dentro de la institución académica.

Como entidad responsable de la estrategia global de internacionalización, coordina programas de movilidad internacional tanto entrantes como salientes para estudiantes, docentes y personal administrativo. Sus competencias abarcan desde la gestión de acuerdos de colaboración con instituciones extranjeras hasta la organización de eventos y actividades internacionales y el impulso de programas de internacionalización curricular. Además, el Vicerrectorado fomenta la participación en redes y consorcios internacionales, facilitando así el intercambio de conocimientos y experiencias en un contexto global, y lidera la participación en proyectos de cooperación internacional del programa Erasmus+ y de cooperación al desarrollo para impulsar la colaboración con socios internacionales y promover la movilidad académica.

Concretamente, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, tiene una sección en su web, en inglés, y dedicada a la movilidad de estudiantes entrantes y salientes (<https://ccsociales.uca.es/movilidad/>). Esta incluye información sobre movilidad ERASMUS, SICUE y otros programas.

\* Movilidad Erasmus. La movilidad ERASMUS es aquella que afecta a los estudiantes de Grado y postgrado de las universidades europeas. Entre las numerosas acciones que contempla el Programa se encuentra la movilidad estudiantil universitaria (ERASMUS). Las actividades de los alumnos ERASMUS están encaminadas y permiten cursar parte de sus estudios en otra universidad europea, durante un periodo desde los tres meses a un



curso completo. La Facultad tiene hasta el momento acuerdos de movilidad con 38 Universidades europeas de 10 países diferentes, lo que permite que 119 estudiantes disfruten de estancias que van desde un semestre a un curso completo en universidades europeas. Anualmente se firman nuevos convenios bilaterales, por lo que el número de alumnos que pueden disfrutar de esta beca aumenta cada año.

Fruto de los mismos acuerdos, la Facultad recibe a alumnos extranjeros que vienen a realizar parte de sus estudios a la Universidad de Cádiz.

\* Movilidad Nacional. La movilidad SICUE es aquella que afecta a los estudiantes en el ámbito nacional. Las actividades de los alumnos SICUE son de tipo discente y están encaminadas a cursar parte de sus estudios en otra universidad española, durante un periodo de nueve meses.

#### 4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1 ESTRUCTURA BÁSICA DE LAS ENSEÑANZAS		
DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 4: Anexo 1.		
NIVEL 1: FORMACIÓN BÁSICA		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	60	
NIVEL 2: Ciencias Sociales		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO	
Básica		
ECTS NIVEL2	36	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
18	18	
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
NIVEL 3: Psicología Social de la Comunicación		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Teoría de la Comunicación		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12



<b>NIVEL 3: Derecho de la Comunicación</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Economía aplicada a la Comunicación</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: La lengua española en la Comunicación</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Sociología aplicada a la Comunicación</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C-01 - Identifica los conocimientos básicos en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		



C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos
C-03 - Plantea acciones para la creación y gestión de Comunicación Estratégica TIPO: Conocimientos o contenidos
C-04 - Explica aplicaciones prácticas de investigación en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos
CE-01 - Conocer y aplicar los conceptos fundamentales de las Ciencias Sociales, jurídicas, del entorno económico, político, social y cultural, y los principios constitucionales relacionados con la comunicación TIPO: Competencias
CE-02 - Conocer y aplicar las teorías, métodos y procesos de la comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias
CE-03 - Ser capaz de diseñar investigaciones científicas y aplicar métodos de investigación en comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias
CE-04 - Conocer la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, especialmente las relacionadas con la comunicación, la publicidad y las relaciones públicas TIPO: Competencias
CE-05 - Ser capaz de planificar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, así como la planificación de campañas TIPO: Competencias
CE-06 - Conocer y aplicar los principios éticos y deontológicos en la comunicación, respetando la libertad de expresión y la responsabilidad social TIPO: Competencias
CE-07 - Ser capaz de utilizar las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso de creación y difusión de mensajes audiovisuales y publicitarios TIPO: Competencias
CE-08 - Conocer y aplicar los diferentes lenguajes y soportes de la información (prensa, radio, televisión, internet ) y sus diferentes formatos TIPO: Competencias
CE-09 - Ser capaz de dominar el uso de la lengua española/inglesa y técnicas de redacción para elaborar contenidos en comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias
CE-10 - Conocer la estructura, formatos y problemáticas de la publicidad y las relaciones públicas en relación con los contextos sociales TIPO: Competencias
CE-11 - Ser capaz de gestionar los públicos de las organizaciones y la comunicación interna, garantizando una interacción eficaz con los diversos actores TIPO: Competencias
CE-12 - Capacidad para desarrollar modelos de comunicación innovadores tanto en lengua castellano como inglesa, adaptables a nuevos contextos y tendencias emergentes TIPO: Competencias
CE-13 - Capacidad de evaluar de manera cualitativa y cuantitativa los procesos y resultados de las acciones comunicativas TIPO: Competencias
CO-01 - 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 TIPO: Competencias
CO-02 - 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 TIPO: Competencias
CO-03 - 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 TIPO: Competencias
CO-04 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado TIPO: Competencias
CO-05 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía TIPO: Competencias
HD-01 - Demuestra adaptabilidad y aprendizaje autónomo TIPO: Habilidades o destrezas
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas
CE-15 - Conocer y aplicar estrategias de comunicación en empresas, Instituciones y organizaciones sin ánimo de lucro, así como en campañas de movimientos sociales TIPO: Competencias
CE-16 - Poseer los conocimientos teóricos, metodológicos y técnicos necesarios para la realización del Trabajo Fin de Grado TIPO: Competencias
HD-03 - Planifica la organización, gestión y toma de decisiones TIPO: Habilidades o destrezas
HD-05 - Aplica conciencia ética, diversidad y responsabilidad social TIPO: Habilidades o destrezas



HD-06 - Maneja las relaciones interpersonales y trabajo en equipo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-07 - Demuestra liderazgo y espíritu emprendedor TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-08 - Experimenta creatividad e innovación TIPO: Habilidades o destrezas		
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias		
SOS2 - Competencia en la utilización sostenible de recursos y en la prevención de impactos negativos sobre el medio natural y social TIPO: Competencias		
SOS4 - Competencia en la aplicación de principios éticos relacionados con los valores de la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales TIPO: Competencias		
<b>NIVEL 2: Comunicación</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>CAMPO DE ESTUDIO</b>	
Básica		
<b>ECTS NIVEL2</b>	24	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
12	6	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>NIVEL 3: Estructura de la Publicidad y de las Relaciones Públicas</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Teoría de la Imagen</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Teoría de la Publicidad y de las Relaciones Públicas</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>



Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Evolución de las formas y procesos de la Publicidad</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C-01 - Identifica los conocimientos básicos en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-05 - Conoce las Teorías de la Imagen, Publicidad y Relaciones Públicas TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE-02 - Conocer y aplicar las teorías, métodos y procesos de la comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-04 - Conocer la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, especialmente las relacionadas con la comunicación, la publicidad y las relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-05 - Ser capaz de planificar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, así como la planificación de campañas TIPO: Competencias		
CO-01 - 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 TIPO: Competencias		
CO-02 - 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 TIPO: Competencias		
HD-01 - Demuestra adaptabilidad y aprendizaje autónomo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-03 - Planifica la organización, gestión y toma de decisiones TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-08 - Experimenta creatividad e innovación TIPO: Habilidades o destrezas		
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias		
<b>NIVEL 1: FORMACIÓN OBLIGATORIA</b>		
<b>4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>ECTS NIVEL1</b>	108	
<b>NIVEL 2: Teoría e Historia de la Comunicación</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		



<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		12
<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>NIVEL 3: Estrategia publicitaria</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Evolución de las formas y procesos de las RRPP</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C-01 - Identifica los conocimientos básicos en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-03 - Plantea acciones para la creación y gestión de Comunicación Estratégica TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-05 - Conoce las Teorías de la Imagen, Publicidad y Relaciones Públicas TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE-02 - Conocer y aplicar las teorías, métodos y procesos de la comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-04 - Conocer la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, especialmente las relacionadas con la comunicación, la publicidad y las relaciones públicas TIPO: Competencias		
CO-01 - 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 TIPO: Competencias		
CO-02 - 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 TIPO: Competencias		



CO-03 - 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 TIPO: Competencias		
CO-04 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado TIPO: Competencias		
CO-05 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía TIPO: Competencias		
HD-01 - Demuestra adaptabilidad y aprendizaje autónomo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-03 - Planifica la organización, gestión y toma de decisiones TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-06 - Maneja las relaciones interpersonales y trabajo en equipo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-08 - Experimenta creatividad e innovación TIPO: Habilidades o destrezas		
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias		
<b>NIVEL 2: Investigación en Comunicación</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: La investigación Científica en Comunicación</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Planificación e Investigación de Medios y Audiencias</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C-01 - Identifica los conocimientos básicos en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-04 - Explica aplicaciones prácticas de investigación en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE-03 - Ser capaz de diseñar investigaciones científicas y aplicar métodos de investigación en comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-12 - Capacidad para desarrollar modelos de comunicación innovadores tanto en lengua castellano como inglesa, adaptables a nuevos contextos y tendencias emergentes TIPO: Competencias		
CE-13 - Capacidad de evaluar de manera cualitativa y cuantitativa los procesos y resultados de las acciones comunicativas TIPO: Competencias		
CE-14 - Dominar las técnicas y herramientas aplicadas a la publicidad y las relaciones públicas en entornos digitales TIPO: Competencias		
CO-01 - 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 TIPO: Competencias		
CO-02 - 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 TIPO: Competencias		
CO-03 - 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 TIPO: Competencias		
CO-05 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía TIPO: Competencias		
HD-01 - Demuestra adaptabilidad y aprendizaje autónomo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-03 - Planifica la organización, gestión y toma de decisiones TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-06 - Maneja las relaciones interpersonales y trabajo en equipo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-07 - Demuestra liderazgo y espíritu emprendedor TIPO: Habilidades o destrezas		
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias		
<b>NIVEL 2: Planificación, Estrategias y Creación en Comunicación</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	18	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	12	
<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>NIVEL 3: Técnicas de Organización de Eventos y Protocolo</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral



DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: Gestión de Cuentas en Publicidad y RRPP</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-03 - Plantea acciones para la creación y gestión de Comunicación Estratégica TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-04 - Explica aplicaciones prácticas de investigación en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE-02 - Conocer y aplicar las teorías, métodos y procesos de la comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-04 - Conocer la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, especialmente las relacionadas con la comunicación, la publicidad y las relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-05 - Ser capaz de planificar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, así como la planificación de campañas TIPO: Competencias		
CE-11 - Ser capaz de gestionar los públicos de las organizaciones y la comunicación interna, garantizando una interacción eficaz con los diversos actores TIPO: Competencias		
CE-14 - Dominar las técnicas y herramientas aplicadas a la publicidad y las relaciones públicas en entornos digitales TIPO: Competencias		
CO-01 - 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 TIPO: Competencias		
CO-02 - 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 TIPO: Competencias		
CO-03 - 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 TIPO: Competencias		
CO-04 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado TIPO: Competencias		
CO-05 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía TIPO: Competencias		
HD-01 - Demuestra adaptabilidad y aprendizaje autónomo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas		



CE-15 - Conocer y aplicar estrategias de comunicación en empresas, Instituciones y organizaciones sin ánimo de lucro, así como en campañas de movimientos sociales TIPO: Competencias		
HD-03 - Planifica la organización, gestión y toma de decisiones TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-05 - Aplica conciencia ética, diversidad y responsabilidad social TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-06 - Maneja las relaciones interpersonales y trabajo en equipo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-07 - Demuestra liderazgo y espíritu emprendedor TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-08 - Experimenta creatividad e innovación TIPO: Habilidades o destrezas		
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias		
SOS2 - Competencia en la utilización sostenible de recursos y en la prevención de impactos negativos sobre el medio natural y social TIPO: Competencias		
SOS4 - Competencia en la aplicación de principios éticos relacionados con los valores de la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales TIPO: Competencias		
<b>NIVEL 2: Técnicas y Herramientas en Comunicación</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	18	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		12
<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>NIVEL 3: Redacción Publicitaria</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Dirección de Arte en Publicidad</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>



<b>NIVEL 3: Fundamentos Teóricos en la Publicidad Digital</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C-01 - Identifica los conocimientos básicos en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-03 - Plantea acciones para la creación y gestión de Comunicación Estratégica TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE-02 - Conocer y aplicar las teorías, métodos y procesos de la comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-05 - Ser capaz de planificar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, así como la planificación de campañas TIPO: Competencias		
CE-07 - Ser capaz de utilizar las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso de creación y difusión de mensajes audiovisuales y publicitarios TIPO: Competencias		
CE-08 - Conocer y aplicar los diferentes lenguajes y soportes de la información (prensa, radio, televisión, internet) y sus diferentes formatos TIPO: Competencias		
CE-09 - Ser capaz de dominar el uso de la lengua española/inglesa y técnicas de redacción para elaborar contenidos en comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-12 - Capacidad para desarrollar modelos de comunicación innovadores tanto en lengua castellano como inglesa, adaptables a nuevos contextos y tendencias emergentes TIPO: Competencias		
CE-14 - Dominar las técnicas y herramientas aplicadas a la publicidad y las relaciones públicas en entornos digitales TIPO: Competencias		
CO-01 - 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 TIPO: Competencias		
CO-02 - 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 TIPO: Competencias		
HD-01 - Demuestra adaptabilidad y aprendizaje autónomo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-03 - Planifica la organización, gestión y toma de decisiones TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-05 - Aplica conciencia ética, diversidad y responsabilidad social TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-06 - Maneja las relaciones interpersonales y trabajo en equipo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-07 - Demuestra liderazgo y espíritu emprendedor TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-08 - Experimenta creatividad e innovación TIPO: Habilidades o destrezas		
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias		
SOS2 - Competencia en la utilización sostenible de recursos y en la prevención de impactos negativos sobre el medio natural y social TIPO: Competencias		



SOS3 - Competencia en la participación en procesos comunitarios que promuevan la sostenibilidad TIPO: Competencias		
<b>NIVEL 2: Comunicación Institucional</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Dirección de Comunicación</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Relaciones Públicas Especializadas</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C-01 - Identifica los conocimientos básicos en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-03 - Plantea acciones para la creación y gestión de Comunicación Estratégica TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-04 - Explica aplicaciones prácticas de investigación en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE-02 - Conocer y aplicar las teorías, métodos y procesos de la comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-05 - Ser capaz de planificar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, así como la planificación de campañas TIPO: Competencias		
CE-11 - Ser capaz de gestionar los públicos de las organizaciones y la comunicación interna, garantizando una interacción eficaz con los diversos actores TIPO: Competencias		



CE-14 - Dominar las técnicas y herramientas aplicadas a la publicidad y las relaciones públicas en entornos digitales TIPO: Competencias		
CO-02 - 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 TIPO: Competencias		
CO-03 - 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 TIPO: Competencias		
CO-04 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado TIPO: Competencias		
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas		
CE-15 - Conocer y aplicar estrategias de comunicación en empresas, Instituciones y organizaciones sin ánimo de lucro, así como en campañas de movimientos sociales TIPO: Competencias		
HD-03 - Planifica la organización, gestión y toma de decisiones TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-05 - Aplica conciencia ética, diversidad y responsabilidad social TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-06 - Maneja las relaciones interpersonales y trabajo en equipo TIPO: Habilidades o destrezas		
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias		
SOS3 - Competencia en la participación en procesos comunitarios que promuevan la sostenibilidad TIPO: Competencias		
SOS4 - Competencia en la aplicación de principios éticos relacionados con los valores de la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales TIPO: Competencias		
<b>NIVEL 2: Comunicación Empesarial</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
12		
<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>NIVEL 3: Planificación Estratégica en Relaciones Públicas</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Gestión de Marca</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral



<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-03 - Plantea acciones para la creación y gestión de Comunicación Estratégica TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE-02 - Conocer y aplicar las teorías, métodos y procesos de la comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-04 - Conocer la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, especialmente las relacionadas con la comunicación, la publicidad y las relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-05 - Ser capaz de planificar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, así como la planificación de campañas TIPO: Competencias		
CE-06 - Conocer y aplicar los principios éticos y deontológicos en la comunicación, respetando la libertad de expresión y la responsabilidad social TIPO: Competencias		
CO-01 - 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 TIPO: Competencias		
CO-02 - 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 TIPO: Competencias		
CO-03 - 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 TIPO: Competencias		
CO-04 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado TIPO: Competencias		
CO-05 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía TIPO: Competencias		
HD-01 - Demuestra adaptabilidad y aprendizaje autónomo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-03 - Planifica la organización, gestión y toma de decisiones TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-05 - Aplica conciencia ética, diversidad y responsabilidad social TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-06 - Maneja las relaciones interpersonales y trabajo en equipo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-08 - Experimenta creatividad e innovación TIPO: Habilidades o destrezas		
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias		
SOS2 - Competencia en la utilización sostenible de recursos y en la prevención de impactos negativos sobre el medio natural y social TIPO: Competencias		
SOS4 - Competencia en la aplicación de principios éticos relacionados con los valores de la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales TIPO: Competencias		
<b>NIVEL 2: Comunicación Social</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>



ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: Comunicación para el desarrollo y el cambio social</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: Comunicación, derechos humanos e igualdad</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C-01 - Identifica los conocimientos básicos en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-04 - Explica aplicaciones prácticas de investigación en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE-05 - Ser capaz de planificar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, así como la planificación de campañas TIPO: Competencias		
CO-02 - 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 TIPO: Competencias		
CO-03 - 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 TIPO: Competencias		
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-05 - Aplica conciencia ética, diversidad y responsabilidad social TIPO: Habilidades o destrezas		
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias		
SOS2 - Competencia en la utilización sostenible de recursos y en la prevención de impactos negativos sobre el medio natural y social TIPO: Competencias		
SOS3 - Competencia en la participación en procesos comunitarios que promuevan la sostenibilidad TIPO: Competencias		



SOS4 - Competencia en la aplicación de principios éticos relacionados con los valores de la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales TIPO: Competencias		
<b>NIVEL 2: Nuevas tendencias en Comunicación</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6	6	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Talleres de Comunicación e Inteligencia Emocional</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Diseño Gráfico Publicitario I</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-03 - Plantea acciones para la creación y gestión de Comunicación Estratégica TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-04 - Explica aplicaciones prácticas de investigación en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-05 - Conoce las Teorías de la Imagen, Publicidad y Relaciones Públicas TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE-05 - Ser capaz de planificar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, así como la planificación de campañas TIPO: Competencias		
CE-06 - Conocer y aplicar los principios éticos y deontológicos en la comunicación, respetando la libertad de expresión y la responsabilidad social TIPO: Competencias		
CE-07 - Ser capaz de utilizar las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso de creación y difusión de mensajes audiovisuales y publicitarios TIPO: Competencias		



CE-08 - Conocer y aplicar los diferentes lenguajes y soportes de la información (prensa, radio, televisión, internet ) y sus diferentes formatos TIPO: Competencias		
CE-09 - Ser capaz de dominar el uso de la lengua española/inglesa y técnicas de redacción para elaborar contenidos en comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-11 - Ser capaz de gestionar los públicos de las organizaciones y la comunicación interna, garantizando una interacción eficaz con los diversos actores TIPO: Competencias		
CE-12 - Capacidad para desarrollar modelos de comunicación innovadores tanto en lengua castellano como inglesa, adaptables a nuevos contextos y tendencias emergentes TIPO: Competencias		
CE-14 - Dominar las técnicas y herramientas aplicadas a la publicidad y las relaciones públicas en entornos digitales TIPO: Competencias		
CO-01 - 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 TIPO: Competencias		
CO-02 - 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 TIPO: Competencias		
HD-01 - Demuestra adaptabilidad y aprendizaje autónomo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-03 - Planifica la organización, gestión y toma de decisiones TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-05 - Aplica conciencia ética, diversidad y responsabilidad social TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-06 - Maneja las relaciones interpersonales y trabajo en equipo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-07 - Demuestra liderazgo y espíritu emprendedor TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-08 - Experimenta creatividad e innovación TIPO: Habilidades o destrezas		
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias		
SOS4 - Competencia en la aplicación de principios éticos relacionados con los valores de la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales TIPO: Competencias		
<b>NIVEL 1: FORMACIÓN ESPECÍFICA EN COMUNICACIÓN</b>		
<b>4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>ECTS NIVEL1</b>	102	
<b>NIVEL 2: Comunicación Global</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	42	
<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>
		12
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
12	18	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Lenguaje y Comunicación Eficaz</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</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	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: Cultura Publicitaria y Creación de Portfolio</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: Sociología del Consumo</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</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	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: Fotografía aplicada a la Publicidad y las RRPP</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</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		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: Inglés aplicado a la Publicidad y las RRPP</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</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	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: Ética y Deontología de la Publicidad</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>NIVEL 3: Inglés para fines profesionales</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</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		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C-01 - Identifica los conocimientos básicos en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-03 - Plantea acciones para la creación y gestión de Comunicación Estratégica TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-04 - Explica aplicaciones prácticas de investigación en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-05 - Conoce las Teorías de la Imagen, Publicidad y Relaciones Públicas TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE-01 - Conocer y aplicar los conceptos fundamentales de las Ciencias Sociales, jurídicas, del entorno económico, político, social y cultural, y los principios constitucionales relacionados con la comunicación TIPO: Competencias		
CE-02 - Conocer y aplicar las teorías, métodos y procesos de la comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-04 - Conocer la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, especialmente las relacionadas con la comunicación, la publicidad y las relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-05 - Ser capaz de planificar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, así como la planificación de campañas TIPO: Competencias		
CE-06 - Conocer y aplicar los principios éticos y deontológicos en la comunicación, respetando la libertad de expresión y la responsabilidad social TIPO: Competencias		
CE-07 - Ser capaz de utilizar las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso de creación y difusión de mensajes audiovisuales y publicitarios TIPO: Competencias		
CE-08 - Conocer y aplicar los diferentes lenguajes y soportes de la información (prensa, radio, televisión, internet ) y sus diferentes formatos TIPO: Competencias		



CE-09 - Ser capaz de dominar el uso de la lengua española/inglesa y técnicas de redacción para elaborar contenidos en comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-12 - Capacidad para desarrollar modelos de comunicación innovadores tanto en lengua castellano como inglesa, adaptables a nuevos contextos y tendencias emergentes TIPO: Competencias		
CE-13 - Capacidad de evaluar de manera cualitativa y cuantitativa los procesos y resultados de las acciones comunicativas TIPO: Competencias		
CE-14 - Dominar las técnicas y herramientas aplicadas a la publicidad y las relaciones públicas en entornos digitales TIPO: Competencias		
CO-01 - 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 TIPO: Competencias		
CO-02 - 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 TIPO: Competencias		
CO-03 - 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 TIPO: Competencias		
CO-04 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado TIPO: Competencias		
CO-05 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía TIPO: Competencias		
HD-01 - Demuestra adaptabilidad y aprendizaje autónomo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas		
CE-15 - Conocer y aplicar estrategias de comunicación en empresas, Instituciones y organizaciones sin ánimo de lucro, así como en campañas de movimientos sociales TIPO: Competencias		
CE-16 - Poseer los conocimientos teóricos, metodológicos y técnicos necesarios para la realización del Trabajo Fin de Grado TIPO: Competencias		
HD-05 - Aplica conciencia ética, diversidad y responsabilidad social TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-06 - Maneja las relaciones interpersonales y trabajo en equipo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-08 - Experimenta creatividad e innovación TIPO: Habilidades o destrezas		
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias		
SOS2 - Competencia en la utilización sostenible de recursos y en la prevención de impactos negativos sobre el medio natural y social TIPO: Competencias		
SOS4 - Competencia en la aplicación de principios éticos relacionados con los valores de la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales TIPO: Competencias		
<b>NIVEL 2: Comunicación Interactiva</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	30	
<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>
18	6	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Comunicación Digital e Interactiva</b>		



4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Realización y posproducción de proyectos audiovisuales		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Animación y nuevas tecnologías en Publicidad		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Diseño Gráfico Publicitario II		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Tecnología y publicación en Internet		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL



Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C-01 - Identifica los conocimientos básicos en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-03 - Plantea acciones para la creación y gestión de Comunicación Estratégica TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-05 - Conoce las Teorías de la Imagen, Publicidad y Relaciones Públicas TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE-02 - Conocer y aplicar las teorías, métodos y procesos de la comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-04 - Conocer la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, especialmente las relacionadas con la comunicación, la publicidad y las relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-05 - Ser capaz de planificar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, así como la planificación de campañas TIPO: Competencias		
CE-07 - Ser capaz de utilizar las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso de creación y difusión de mensajes audiovisuales y publicitarios TIPO: Competencias		
CE-08 - Conocer y aplicar los diferentes lenguajes y soportes de la información (prensa, radio, televisión, internet) y sus diferentes formatos TIPO: Competencias		
CE-12 - Capacidad para desarrollar modelos de comunicación innovadores tanto en lengua castellano como inglesa, adaptables a nuevos contextos y tendencias emergentes TIPO: Competencias		
CE-14 - Dominar las técnicas y herramientas aplicadas a la publicidad y las relaciones públicas en entornos digitales TIPO: Competencias		
CO-01 - 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 TIPO: Competencias		
CO-02 - 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 TIPO: Competencias		
HD-01 - Demuestra adaptabilidad y aprendizaje autónomo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-03 - Planifica la organización, gestión y toma de decisiones TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-05 - Aplica conciencia ética, diversidad y responsabilidad social TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-06 - Maneja las relaciones interpersonales y trabajo en equipo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-07 - Demuestra liderazgo y espíritu emprendedor TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-08 - Experimenta creatividad e innovación TIPO: Habilidades o destrezas		
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias		
SOS2 - Competencia en la utilización sostenible de recursos y en la prevención de impactos negativos sobre el medio natural y social TIPO: Competencias		
SOS3 - Competencia en la participación en procesos comunitarios que promuevan la sostenibilidad TIPO: Competencias		
SOS4 - Competencia en la aplicación de principios éticos relacionados con los valores de la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales TIPO: Competencias		



<b>NIVEL 2: Comunicación Empresarial, Institucional y Política</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	30	
<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	6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6	12	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Visual merchandising y promoción de ventas</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Elaboración de materiales corporativos</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Producción publicitaria en medios gráficos y audiovisuales</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>NIVEL 3: Comunicación Política</b>		



4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Creación de empresas de la Comunicación		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C-01 - Identifica los conocimientos básicos en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-03 - Plantea acciones para la creación y gestión de Comunicación Estratégica TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-04 - Explica aplicaciones prácticas de investigación en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-05 - Conoce las Teorías de la Imagen, Publicidad y Relaciones Públicas TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE-02 - Conocer y aplicar las teorías, métodos y procesos de la comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-05 - Ser capaz de planificar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, así como la planificación de campañas TIPO: Competencias		
CE-07 - Ser capaz de utilizar las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso de creación y difusión de mensajes audiovisuales y publicitarios TIPO: Competencias		
CE-08 - Conocer y aplicar los diferentes lenguajes y soportes de la información (prensa, radio, televisión, internet ) y sus diferentes formatos TIPO: Competencias		
CE-09 - Ser capaz de dominar el uso de la lengua española/inglesa y técnicas de redacción para elaborar contenidos en comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-11 - Ser capaz de gestionar los públicos de las organizaciones y la comunicación interna, garantizando una interacción eficaz con los diversos actores TIPO: Competencias		
CE-12 - Capacidad para desarrollar modelos de comunicación innovadores tanto en lengua castellano como inglesa, adaptables a nuevos contextos y tendencias emergentes TIPO: Competencias		
CO-01 - 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 TIPO: Competencias		
CO-02 - 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 TIPO: Competencias		



CO-03 - 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 TIPO: Competencias		
CO-04 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado TIPO: Competencias		
CO-05 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía TIPO: Competencias		
HD-01 - Demuestra adaptabilidad y aprendizaje autónomo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas		
CE-15 - Conocer y aplicar estrategias de comunicación en empresas, Instituciones y organizaciones sin ánimo de lucro, así como en campañas de movimientos sociales TIPO: Competencias		
HD-03 - Planifica la organización, gestión y toma de decisiones TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-05 - Aplica conciencia ética, diversidad y responsabilidad social TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-06 - Maneja las relaciones interpersonales y trabajo en equipo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-07 - Demuestra liderazgo y espíritu emprendedor TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-08 - Experimenta creatividad e innovación TIPO: Habilidades o destrezas		
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias		
SOS2 - Competencia en la utilización sostenible de recursos y en la prevención de impactos negativos sobre el medio natural y social TIPO: Competencias		
SOS4 - Competencia en la aplicación de principios éticos relacionados con los valores de la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales TIPO: Competencias		
<b>NIVEL 1: TFG Y PRÁCTICAS</b>		
<b>4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>ECTS NIVEL1</b>	18	
<b>NIVEL 2: Trabajo Fin de Grado</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Trabajo Fin de Grado / Máster	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: 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>NIVEL 3: Trabajo Fin de Grado</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Trabajo Fin de Grado / Máster	6	Anual
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</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>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C-01 - Identifica los conocimientos básicos en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-03 - Plantea acciones para la creación y gestión de Comunicación Estratégica TIPO: Conocimientos o contenidos		



C-04 - Explica aplicaciones prácticas de investigación en Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos
C-05 - Conoce las Teorías de la Imagen, Publicidad y Relaciones Públicas TIPO: Conocimientos o contenidos
CE-01 - Conocer y aplicar los conceptos fundamentales de las Ciencias Sociales, jurídicas, del entorno económico, político, social y cultural, y los principios constitucionales relacionados con la comunicación TIPO: Competencias
CE-02 - Conocer y aplicar las teorías, métodos y procesos de la comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias
CE-03 - Ser capaz de diseñar investigaciones científicas y aplicar métodos de investigación en comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias
CE-04 - Conocer la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, especialmente las relacionadas con la comunicación, la publicidad y las relaciones públicas TIPO: Competencias
CE-05 - Ser capaz de planificar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, así como la planificación de campañas TIPO: Competencias
CE-06 - Conocer y aplicar los principios éticos y deontológicos en la comunicación, respetando la libertad de expresión y la responsabilidad social TIPO: Competencias
CE-07 - Ser capaz de utilizar las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso de creación y difusión de mensajes audiovisuales y publicitarios TIPO: Competencias
CE-08 - Conocer y aplicar los diferentes lenguajes y soportes de la información (prensa, radio, televisión, internet ) y sus diferentes formatos TIPO: Competencias
CE-09 - Ser capaz de dominar el uso de la lengua española/inglesa y técnicas de redacción para elaborar contenidos en comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias
CE-10 - Conocer la estructura, formatos y problemáticas de la publicidad y las relaciones públicas en relación con los contextos sociales TIPO: Competencias
CE-11 - Ser capaz de gestionar los públicos de las organizaciones y la comunicación interna, garantizando una interacción eficaz con los diversos actores TIPO: Competencias
CE-12 - Capacidad para desarrollar modelos de comunicación innovadores tanto en lengua castellano como inglesa, adaptables a nuevos contextos y tendencias emergentes TIPO: Competencias
CE-13 - Capacidad de evaluar de manera cualitativa y cuantitativa los procesos y resultados de las acciones comunicativas TIPO: Competencias
CE-14 - Dominar las técnicas y herramientas aplicadas a la publicidad y las relaciones públicas en entornos digitales TIPO: Competencias
CO-01 - 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 TIPO: Competencias
CO-02 - 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 TIPO: Competencias
CO-03 - 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 TIPO: Competencias
CO-04 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado TIPO: Competencias
CO-05 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía TIPO: Competencias
HD-01 - Demuestra adaptabilidad y aprendizaje autónomo TIPO: Habilidades o destrezas
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas
CE-15 - Conocer y aplicar estrategias de comunicación en empresas, Instituciones y organizaciones sin ánimo de lucro, así como en campañas de movimientos sociales TIPO: Competencias
CE-16 - Poseer los conocimientos teóricos, metodológicos y técnicos necesarios para la realización del Trabajo Fin de Grado TIPO: Competencias
HD-03 - Planifica la organización, gestión y toma de decisiones TIPO: Habilidades o destrezas



HD-05 - Aplica conciencia ética, diversidad y responsabilidad social TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-06 - Maneja las relaciones interpersonales y trabajo en equipo TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-07 - Demuestra liderazgo y espíritu emprendedor TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-08 - Experimenta creatividad e innovación TIPO: Habilidades o destrezas		
HD-09 - Aplica calidad y tecnología TIPO: Habilidades o destrezas		
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias		
SOS2 - Competencia en la utilización sostenible de recursos y en la prevención de impactos negativos sobre el medio natural y social TIPO: Competencias		
SOS3 - Competencia en la participación en procesos comunitarios que promuevan la sostenibilidad TIPO: Competencias		
SOS4 - Competencia en la aplicación de principios éticos relacionados con los valores de la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales TIPO: Competencias		
<b>NIVEL 2: Prácticas en Empresas</b>		
<b>4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<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>
12		
<b>NIVEL 3: Prácticas en Empresas</b>		
<b>4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	12	Anual
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</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>
12		
<b>4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
C-02 - Conoce las herramientas y técnicas para la Comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-03 - Plantea acciones para la creación y gestión de Comunicación Estratégica TIPO: Conocimientos o contenidos		
C-05 - Conoce las Teorías de la Imagen, Publicidad y Relaciones Públicas TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE-01 - Conocer y aplicar los conceptos fundamentales de las Ciencias Sociales, jurídicas, del entorno económico, político, social y cultural, y los principios constitucionales relacionados con la comunicación TIPO: Competencias		
CE-02 - Conocer y aplicar las teorías, métodos y procesos de la comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-04 - Conocer la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, especialmente las relacionadas con la comunicación, la publicidad y las relaciones públicas TIPO: Competencias		
CE-05 - Ser capaz de planificar, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, publicidad y relaciones públicas, así como la planificación de campañas TIPO: Competencias		
CE-06 - Conocer y aplicar los principios éticos y deontológicos en la comunicación, respetando la libertad de expresión y la responsabilidad social TIPO: Competencias		
CE-07 - Ser capaz de utilizar las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso de creación y difusión de mensajes audiovisuales y publicitarios TIPO: Competencias		
CE-08 - Conocer y aplicar los diferentes lenguajes y soportes de la información (prensa, radio, televisión, internet ) y sus diferentes formatos TIPO: Competencias		



CE-09 - Ser capaz de dominar el uso de la lengua española/inglesa y técnicas de redacción para elaborar contenidos en comunicación, publicidad y relaciones públicas TIPO: Competencias	
CE-10 - Conocer la estructura, formatos y problemáticas de la publicidad y las relaciones públicas en relación con los contextos sociales TIPO: Competencias	
CE-11 - Ser capaz de gestionar los públicos de las organizaciones y la comunicación interna, garantizando una interacción eficaz con los diversos actores TIPO: Competencias	
CE-12 - Capacidad para desarrollar modelos de comunicación innovadores tanto en lengua castellano como inglesa, adaptables a nuevos contextos y tendencias emergentes TIPO: Competencias	
CE-13 - Capacidad de evaluar de manera cualitativa y cuantitativa los procesos y resultados de las acciones comunicativas TIPO: Competencias	
CE-14 - Dominar las técnicas y herramientas aplicadas a la publicidad y las relaciones públicas en entornos digitales TIPO: Competencias	
CO-02 - 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 TIPO: Competencias	
CO-03 - 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 TIPO: Competencias	
CO-04 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado TIPO: Competencias	
HD-01 - Demuestra adaptabilidad y aprendizaje autónomo TIPO: Habilidades o destrezas	
HD-02 - Ejecuta análisis, síntesis y resolución de problemas TIPO: Habilidades o destrezas	
HD-04 - Utiliza la comunicación y expresión en distintos contextos TIPO: Habilidades o destrezas	
CE-15 - Conocer y aplicar estrategias de comunicación en empresas, Instituciones y organizaciones sin ánimo de lucro, así como en campañas de movimientos sociales TIPO: Competencias	
HD-03 - Planifica la organización, gestión y toma de decisiones TIPO: Habilidades o destrezas	
HD-05 - Aplica conciencia ética, diversidad y responsabilidad social TIPO: Habilidades o destrezas	
HD-06 - Maneja las relaciones interpersonales y trabajo en equipo TIPO: Habilidades o destrezas	
HD-07 - Demuestra liderazgo y espíritu emprendedor TIPO: Habilidades o destrezas	
HD-08 - Experimenta creatividad e innovación TIPO: Habilidades o destrezas	
HD-09 - Aplica calidad y tecnología TIPO: Habilidades o destrezas	
SOS1 - Competencia en la contextualización crítica del conocimiento estableciendo interrelaciones con la problemática social, económica y ambiental, local y/o global TIPO: Competencias	
SOS2 - Competencia en la utilización sostenible de recursos y en la prevención de impactos negativos sobre el medio natural y social TIPO: Competencias	
SOS3 - Competencia en la participación en procesos comunitarios que promuevan la sostenibilidad TIPO: Competencias	
SOS4 - Competencia en la aplicación de principios éticos relacionados con los valores de la sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales TIPO: Competencias	
<b>4.2 ACTIVIDADES Y METODOLOGÍAS DOCENTES</b>	
<b>ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>	
<b>ACTIVIDADES FORMATIVAS DEL PLAN DE ESTUDIOS</b>	
<b>Id</b>	<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>
AF-01	Actividades presenciales de teoría
AF-02	Actividades presenciales de prácticas
AF-03	Evaluación
AF-04	Actividades formativas de trabajo autónomo del alumno



**METODOLOGÍAS DOCENTES**

METODOLOGÍAS DOCENTES DEL PLAN DE ESTUDIOS	
Id	METODOLOGÍA DOCENTE
MD-01	Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula
MD-02	Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Actividades desarrolladas en espacios y con equipamiento especializado. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno
MD-03	Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Resolución de problemas y/o de casos, aprendizaje basado en problemas. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno
MD-04	Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de campo, visitas. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno y su contacto con la realidad donde debe aplicar sus conocimientos
MD-05	Sesiones monográficas sobre temas de actualidad en la asignatura
MD-06	Realización de trabajos o debates, acompañados o no de la exposición individual o en grupo, sobre un tema de la asignatura. Actividad supervisada con participación compartida
MD-07	Sesiones de trabajo grupal o individual orientadas por el profesor. Búsqueda de datos, bibliotecas, en red, Internet, etc.
MD-08	Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno, aplicando metodología de aula invertida.
MD-09	Aprendizaje basado en proyectos: aplicación práctica en empresas, organizaciones o instituciones, de los conocimientos adquiridos en la formación académica
MD-10	Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno
MD-11	Aprendizaje cooperativo o colaborativo: Preparación en grupo de lecturas, ensayo, resolución de problemas, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases presenciales o en espacios virtuales
MD-12	Estudio del alumno. Preparación individual de lecturas, ensayo, resolución de problemas, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases presenciales o en espacios virtuales

**4.3 SISTEMAS DE EVALUACIÓN**

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS	
Id	SISTEMA DE EVALUACIÓN
SE-01	Pruebas objetivas escritas u orales de acreditación de competencias. Se podrán realizar pruebas parciales y/o una prueba final de integración de conocimientos. El mecanismo de recuperación previsto se basará en un examen integral teórico-práctico en convocatoria extraordinaria que permita evaluar el 100% de las competencias asociadas a este bloque.
SE-02	Resultado de actividades de aprendizaje realizadas durante el transcurso de la asignatura. Se podrán desarrollar trabajos y/o proyecto de la asignatura y/o ejercicios prácticos. Como mecanismo de recuperación previsto cabe la posibilidad de re-entrega o mejora de las actividades prácticas tras recibir <i>feedback</i> docente, o realización de una prueba técnica alternativa en sucesivas convocatorias.
SE-03	Participación activa del estudiante. Nivel de iniciativa y proactividad, calidad y relevancia de las aportaciones al grupo y compromiso con el trabajo colaborativo, participación en actividades propuestas por el equipo docente. Como mecanismo de recuperación previsto cabe la posibilidad de evaluación global y/o la realización de trabajos adicionales de análisis crítico o reseñas de lecturas recomendadas para compensar la falta de participación presencial.

**4.4 ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS**

Ver Apartado 4: Anexo 2



## 5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

<b>PERSONAL ACADÉMICO</b>
Ver Apartado 5: Anexo 1.
<b>OTROS RECURSOS HUMANOS</b>
Ver Apartado 5: Anexo 2.

## 6. RECURSOS MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 6: Anexo 1.

## 7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

<b>7.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN</b>	
<b>CURSO DE INICIO</b>	2026
Ver Apartado 7: Anexo 1.	

<b>7.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN</b>			
<u>Procedimiento de adaptación</u>			
<b>ASIGNATURA PLAN A EXTINGUIR</b>	<b>ECTS</b>	<b>ASIGNATURA RECONOCIDA EN EL PLAN NUEVO</b>	<b>ECTS</b>
PSICOLOGÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN - [BA, 1º, 1S]	6	PSICOLOGÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN - [BA, 1º, 2S]	6
ECONOMÍA - [BA, 1º, 1S]	6	ECONOMÍA APLICADA A LA COMUNICACIÓN - [BA, 1º, 1S]	6
SOCIOLOGÍA - [BA, 1º, 1S]	6	SOCIOLOGÍA APLICADO A LA COMUNICACIÓN - [BA, 1º, 1S]	6
TEORÍA DE LA IMAGEN - [BA, 1º, 1S]	6	TEORÍA DE LA IMAGEN - [BA, 1º, 1S]	6
LA LENGUA ESPAÑOLA EN LA COMUNICACIÓN - [BA, 1º, 1S]	6	LA LENGUA ESPAÑOLA EN LA COMUNICACIÓN - [BA, 1º, 1S]	6
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN - [BA, 1º, 2S]	6	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN - [BA, 1º, 2S]	6
DERECHO DE LA COMUNICACIÓN - [BA, 1º, 2S]	6	DERECHO DE LA COMUNICACIÓN - [BA, 1º, 2S]	6
HISTORIA ECONÓMICA Y SOCIAL - [BA, 1º, 2S]	6	NO TIENE EQUIVALENCIA	
NO TIENE EQUIVALENCIA		TEORÍA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RRPP - [BA, 1º, 1S]	6
ESTRUCTURA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RRPP (EPR) - [BA, 2º, 2S]	6	ESTRUCTURA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RRPP - [BA, 1º, 2S]	6
HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA COMUNICACIÓN - [BA, 2º, 2S]	6	FUNDAMENTOS TÉCNICOS EN LA PUBLICIDAD DIGITAL - [OB, 1º, 2S]	6
EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD - [OB, 2º, 1S]	6	EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD - [BA, 2º, 1S]	6
DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN COMUNICACIÓN - [OB, 2º, 1S]	6	ESTRATEGIA PUBLICITARIA - [OB, 2º, 1S]	6
PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y SOPORTES - [OB, 2º, 1S]	6	PLANIFICACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MEDIOS Y AUDIENCIAS - [OB, 2º, 2S]	6
EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y PROCESOS DE LAS RR.PP - [OB, 2º, 1S]	6	EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y PROCESOS DE LAS RR.PP - [OB, 2º, 1S]	6
LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN COMUNICACIÓN - [OB, 2º, 1S]	6	INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN COMUNICACIÓN - [OB, 3º, 2S]	6
MARKETING Y GESTIÓN DE CUENTAS - [OB, 2º, 2S]	6	GESTIÓN DE CUENTAS EN PUBLICIDAD Y RRPP - [OB, 2º, 1S]	6
DISEÑO Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL - [OB, 2º, 2S]	6	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN - [OB, 2º, 1S]	6
DISEÑO GRÁFICO, MULTIMEDIA Y DE ESPACIOS COMERCIALES - [OB, 2º, 2S]	6	DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO I - [OB, 2º, 2S]	6
IMAGEN CORPORATIVA INSTITUCIONAL - [OB, 2º, 2S]	6	GESTIÓN DE MARCA - [OB, 2º, 2S]	6
SISTEMAS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL 1 - [OB, 2º, 2S]	6	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN RRPP - [OB, 2º, 2S]	6
COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y EL CAMBIO SOCIAL - [OB, 3º, 1S]	6	COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y EL CAMBIO SOCIAL - [OB, 2º, 2S]	6
CREATIVIDAD PUBLICITARIA - [OB, 3º, 1S]	6	CREATIVIDAD PUBLICITARIA - [OB, 3º, 1S]	6
TALLERES DE COMUNICACIÓN E INTELIGENCIA EMOCIONAL (TCIE) - [OB, 3º, 1S]	6	TALLERES DE COMUNICACIÓN E INTELIGENCIA EMOCIONAL - [OB, 3º, 1S]	6



NUEVAS TECNOLOGÍAS EN COMUNICACIÓN - [OB, 3º, 1S]	6	COMUNICACIÓN DIGITAL E INTERACTIVA - [OP, 4º, 2S]	6
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN MEDIOS Y AUDIENCIAS - [OB, 3º, 1S]	6	PLANIFICACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MEDIOS Y AUDIENCIAS - [OB, 2º, 2S]	6
PRODUCCIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS GRÁFICOS Y AUDIOVISUALES - [OP, 3º, 1S]	6	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS GRÁFICOS Y AUDIOVISUALES - [OP, 3º, 2S]	6
COMUNICACIÓN, DERECHOS HUMANOS E IGUALDAD - [OB, 3º, 1S]	6	COMUNICACIÓN, DERECHOS HUMANOS E IGUALDAD - [OB, 3º, 1S]	6
SISTEMAS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL II - [OB, 3º, 2S]	6	RRPP ESPECIALIZADAS - [OB, 3º, 1S]	6
TALLERES DE DIRECCIÓN DE PROYECTOS DIGITALES EN PUBLICIDAD Y RRPP - [OB, 3º, 2S]	6	CULTURA PUBLICITARIA Y CREACIÓN DE PORTFOLIO - [OP, 3º, 2S]	6
DIRECCIÓN DE ARTE EN PUBLICIDAD - [OP, 3º, 2S]	6	DIRECCIÓN DE ARTE EN PUBLICIDAD - [OP, 3º, 2S]	6
REDACCIÓN PUBLICITARIA - [OP, 3º, 2S]	6	REDACCIÓN PUBLICITARIA - [OB, 3º, 2S]	6
HERRAMIENTAS MULTIMEDIA Y DE ANIMACIÓN - [OP, 3º, 2S]	6	ANIMACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN PUBLICIDAD - [OP, 3º, 2S]	6
ÉTICA Y DEONTOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RRPP - [OP, 3º, 2S]	6	ÉTICA Y DEONTOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD - [OP, 3º, 2S]	6
TÉCNICAS DE PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS - [OP, 4º, 1S]	6	TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y PROTOCOLO - [OB, 3º, 1S]	6
TECNOLOGÍA Y PUBLICACIÓN EN INTERNET - [OP, 4º, 1S]	6	TECNOLOGÍA Y PUBLICACIÓN EN INTERNET - [OP, 4º, 1S]	6
INGLÉS PARA FINES PROFESIONALES - [OP, 4º, 1S]	6	INGLÉS PARA FINES PROFESIONALES - [OP, 4º, 1S]	6
COMUNICACIÓN POLÍTICA - [OP, 4º, 1S]	6	COMUNICACIÓN POLÍTICA - [OP, 4º, 1S]	6
COMUNICACIÓN DIGITAL - [OP, 4º, 1S]	6	COMUNICACIÓN DIGITAL E INTERACTIVA - [OP, 4º, 2S]	6
COMUNICACIÓN INTERNACIONAL E INTERCULTURAL - [OP, 4º, 1S]	6	NO TIENE EQUIVALENCIA	
CREACIÓN DE EMPRESAS EN COMUNICACIÓN - [OP, 4º, Anual]	6	CREACIÓN DE EMPRESAS DE LA COMUNICACIÓN - [OP, 4º, 2S]	6
MEDIOS Y SOPORTES INTERACTIVOS - [OP, 4º, 2S]	6	COMUNICACIÓN DIGITAL E INTERACTIVA - [OP, 4º, 2S]	6
GESTIÓN Y REALIZACIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES - [OP, 4º, 2S]	6	REALIZACIÓN Y POSPRODUCCIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES PUBLICITARIOS - [OP, 4º, 2S]	6
LENGUAJE Y COMUNICACIÓN EFICAZ - [OP, 4º, 2S]	6	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN EFICAZ - [OP, 4º, 1S]	6
SOCIEDAD GLOBAL Y ESTILOS DE VIDA - [OP, 4º, 2S]	6	SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO - [OP, 4º, 2S]	6
INGLES APLICADO A LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP. - [OP, 4º, 2S]	6	INGLES APLICADO A LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP. - [OP, 4º, 2S]	6

### 7.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

CÓDIGO ESTUDIO - CENTRO

## 8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD Y ANEXOS

### 8.1 SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

ENLACE <https://ucalidad.uca.es/actualizacion-del-sistema-de-garantia-de-calidad-de-los-centros-en-vigor-a-partir-del-1-2-2023/>

### 8.2 INFORMACIÓN PÚBLICA

- <https://ucalidad.uca.es/wp-content/uploads/2023/02/P01-Difusion-Informacion-ENERO-2023.pdf?u>
- <https://cesociales.uca.es/>
- [https://secretariageneral.uca.es/wp-content/uploads/2021/09/Reglamento\\_Permanencia\\_aprobadoCSocial7mayo2020\\_MODIFICADO\\_CS29junio21.pdf?u](https://secretariageneral.uca.es/wp-content/uploads/2021/09/Reglamento_Permanencia_aprobadoCSocial7mayo2020_MODIFICADO_CS29junio21.pdf?u)

La permanencia de los estudiantes está regulada por el [Reglamento de Régimen de Permanencia en los Estudios Oficiales de Grado de la Universidad de Cádiz](#) (aprobado por Consejo Social en su sesión de 7 de mayo de 2020; modificado por Acuerdo del Consejo Social, en su sesión de 29 de junio de 2021). El estudiantado deberá acreditar, al finalizar cada curso académico, la superación de al menos el 30% de los créditos matriculados. El incumplimiento de este requisito se considera indicativo de un rendimiento académico insuficiente:

A partir de la tercera ocasión en que el estudiante no supere el 30% de los créditos matriculados en el curso, será obligatoria la solicitud de permanencia, debidamente motivada y documentada, a fin la comisión de permanencia de la UCA valore la continuidad o no de los estudios:

En cuanto al tiempo máximo permitido para permanecer matriculado es de 10 años.

Proceso de difusión de la información (Sistema de Garantía de Calidad de los Centros UCA): <https://ucalidad.uca.es/wp-content/uploads/2023/02/P01-Difusion-Informacion-ENERO-2023.pdf?u>



El documento expone, de forma ordenada, el propósito y el funcionamiento del proceso por el que los centros de la Universidad de Cádiz difunden información pública y la mantienen al día. Detalla cómo se organiza la publicación y la revisión periódica de contenidos relacionados con la gestión del centro, sus actividades y los principales resultados alcanzados, de manera que la información sea accesible, verificable y coherente con el sistema de calidad. Para ello, identifica las personas y unidades responsables de cada fase, establece indicadores de seguimiento #como el grado de satisfacción del alumnado, del PDI y del PAS con la información disponible# y recoge las evidencias y documentos que respaldan el proceso. Además, incorpora un cronograma que fija los momentos de revisión y actualización, asegurando que la información publicada se revise de forma sistemática y no quede desfasada.

**Web institucional de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación** (Universidad de Cádiz): <https://ccsociales.uca.es>

El sitio web del centro funciona como el espacio institucional de referencia donde se concentra la información esencial para conocer su identidad y su actividad académica. En él se presenta el centro y su estructura organizativa, con apartados dedicados al decanato, los órganos de gobierno y las instalaciones, ofreciendo una visión clara de cómo se articula su funcionamiento. Junto a ello, integra un bloque específico de Calidad, en el que se reúnen los elementos clave del Sistema de Garantía de Calidad del centro, la comisión responsable y distintos enlaces de interés para la consulta y el seguimiento. La web también tiene una sección de Internacionalización. Finalmente, recoge de forma estructurada la oferta de estudios #grados, dobles grados y másteres#, con información pública y accesible de calidad de los títulos, y además pone a disposición del estudiantado recursos prácticos para su trayectoria universitaria, como información sobre TFG/TFM, prácticas, tutorías y servicios de atención. Los contenidos de la web se renuevan periódicamente para ofrecer información actualizada.

**Reglamento de régimen de permanencia en los estudios oficiales de Grado de la Universidad de Cádiz:** [https://secretariageneral.uca.es/wp-content/uploads/2021/09/Reglamento\\_Permanencia\\_aprobadoCSocial7mayo2020\\_MODIFICADO\\_CS29junio21.pdf?u](https://secretariageneral.uca.es/wp-content/uploads/2021/09/Reglamento_Permanencia_aprobadoCSocial7mayo2020_MODIFICADO_CS29junio21.pdf?u)

El documento fija el marco normativo que regula la permanencia del estudiantado y su progreso académico en los estudios oficiales de Grado. A través de su preámbulo y articulado, concreta las reglas que ordenan la continuidad en los estudios, definiendo los criterios mínimos de rendimiento que deben alcanzarse, especialmente en relación con el porcentaje de créditos superados en determinados periodos. Asimismo, detalla qué ocurre cuando no se cumplen esos requisitos, estableciendo las condiciones y procedimientos aplicables ante posibles incumplimientos. En conjunto, ofrece una guía clara de medidas y criterios de referencia para garantizar un seguimiento homogéneo de la permanencia, incorporando además las modificaciones aprobadas por el Consejo Social que actualizan y precisan su aplicación.

### 8.3 ANEXOS

Ver Apartado 8: Anexo 1.

## PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

RESPONSABLE DEL TÍTULO			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Vicerrector de Títulos y Calidad	Manuel	Arcila	Garrido
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Plaza Falla, nº 8 - Hospital Real, 1ª planta	11003	Cádiz	Cádiz
EMAIL	FAX		
vicerrector.tituloscalidad@uca.es	956015357		
REPRESENTANTE LEGAL			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Vicerrector de Títulos y Calidad	Manuel	Arcila	Garrido
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Plaza Falla, nº 8 - Hospital Real, 1ª planta	11003	Cádiz	Cádiz
EMAIL	FAX		
vicerrector.tituloscalidad@uca.es	956015357		
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1.			
SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	José Antonio	López	Sánchez
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO



Avda. de la Universidad, 4 # Campus de Jerez	11406	Cádiz	Jerez de la Frontera
<b>EMAIL</b>	<b>FAX</b>		
facultad.ccsociales@uca.es	956037817		



## Apartado 1: Anexo 6

Nombre :G PyRP\_MS\_1.10.pdf

HASH SHA1 :716F919BAADCFD7EE59786AA747E190B81237D4D

Código CSV :923490442528832631741096

Ver Fichero: G PyRP\_MS\_1.10.pdf



### **Apartado 3: Anexo 1**

**Nombre :**Convenio Reconocimiento FP.pdf

**HASH SHA1 :**F4D0CEBDC3D1DB34821D525BE93243563C27C83A

**Código CSV :**923322274420165289715688

**Ver Fichero:** Convenio Reconocimiento FP.pdf



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

**Nombre :** G PyRP\_MS\_Memoria\_IP\_4.1 Resumen Mod.pdf

**HASH SHA1 :** E76F110341D53B1FFAD9A7E7F50E11767AD86B43

**Código CSV :** 956536371339659869393121

**Ver Fichero:** G PyRP\_MS\_Memoria\_IP\_4.1 Resumen Mod.pdf



## Apartado 4: Anexo 2

Nombre :G PyRP\_MS\_4.4.pdf

HASH SHA1 :C1926F18E980D438A5324096A14FB6EE3D2721CE

Código CSV :923508813289547974247108

Ver Fichero: G PyRP\_MS\_4.4.pdf



## Apartado 5: Anexo 1

Nombre :G PyRP\_MS\_5.1.pdf

HASH SHA1 :A32C904EFACAD62F8CB88A7CAE0FB91B942C07C3

Código CSV :923522128018437897999390

Ver Fichero: G PyRP\_MS\_5.1.pdf



## Apartado 5: Anexo 2

Nombre :G PyRP\_MS\_5.2..pdf

HASH SHA1 :26AA948DD4880B15EE6BD145B6DF8318E53820E1

Código CSV :923524252335418403457067

Ver Fichero: G PyRP\_MS\_5.2..pdf



## Apartado 6: Anexo 1

Nombre :G PyRP\_MS\_6.pdf

HASH SHA1 :3D47E6268ADD5D3804B97DF60E0E7358156E0A9A

Código CSV :923538194840375498150615

Ver Fichero: G PyRP\_MS\_6.pdf



## Apartado 7: Anexo 1

Nombre :G PyRP\_MS\_7.pdf

HASH SHA1 :F0BF667C803AD056E5A78DB52222C32E0ED1E2D3

Código CSV :923542659771564926451495

Ver Fichero: G PyRP\_MS\_7.pdf



## Apartado 8: Anexo 1

Nombre :18. G PyRP\_MS\_Escrito Respuesta y 8.3 Anexos.pdf

HASH SHA1 :3E3E5AB4FDC00C83AFA67385703A954C3EAF7E80

Código CSV :956703838207345129534958

Ver Fichero: 18. G PyRP\_MS\_Escrito Respuesta y 8.3 Anexos.pdf



## **Apartado Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1**

**Nombre :**Delegacion Firma\_MAG.pdf

**HASH SHA1 :**5DFC6412A47170FFE03D2E97620CED49560B5E54

**Código CSV :**923813862774561353238253

**Ver Fichero:** Delegacion Firma\_MAG.pdf





### 1.10. Justificación del Título Propuesto.

#### Interés académico, científico o profesional del mismo.

Los primeros estudios de Publicidad y Relaciones Públicas se iniciaron en la primera mitad del siglo XX. Más tarde, en 1960, se creó la Escuela Oficial de Periodismo, que incluía Publicidad como una asignatura y cuatro años más tarde, en 1964 se creó la Escuela Oficial de Publicidad. En el curso académico 1971/72 la Publicidad y las Relaciones Públicas entraron a formar parte de las Facultades de Ciencias de la Información, (en la Universidad Complutense de Madrid y en la Universidad Autónoma de Barcelona). En 1977 se sumó una tercera universidad, la del País Vasco.

En la actualidad se puede estudiar el grado en Publicidad en 36 Instituciones españolas. La Universidad de Cádiz fue la tercera de la Comunidad Autónoma Andaluza en crear, en 2005, la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas (segundo ciclo) en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Mediante el título que se propone en esta memoria, se trata de ofrecer a los estudiantes interesados en estas disciplinas una formación de alto nivel académico, a la vez que generalista, que permita adquirir y consolidar los conocimientos, habilidades y capacidades analíticas y directivas necesarias para poder desarrollar con solvencia su labor profesional en estos ámbitos.

En el campo internacional, existen referentes claros en las universidades latinoamericanas. Algunos componentes de estos estudios en Inglaterra (donde bajo el paraguas de Comunicación, especializan los contenidos mucho más que en España, individualizando cine, teatro, periodismo y otras materias parecidas) y en Francia (que contempla indivisiblemente la publicidad y el marketing), este hecho, nos han facilitado los criterios a seguir. En Alemania, cuatro instituciones destacan en sus contenidos publicitarios: El Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, en Hanover; el Kommunikations- und Medienwissenschaft, en Leipzig; el Institut für Kommunikation -swissenschaft en Munich; y el Institut für Publizistik- und Kommunikation-swissenschaft, en Münster, siendo estos los que disponen de planes más proclives a la movilidad del alumnado por su parecida orientación.

Probablemente, el mayor grado de coincidencia se ha producido con Italia, donde las universidades de Urbino, Salerno, Molise, Téramo, La Sapienza y LUMSA Università han sido las que más elementos nos han aportado. En Estados Unidos, estos estudios tienen unas características muy diferenciadas como para servir de orientación, ya que las diferentes disciplinas básicas que aquí constituyen la carrera se dividen en estudios individualizados y mucho más especializados.

El interés científico y profesional del título de Publicidad y Relaciones Públicas viene avalado por la existencia de múltiples asociaciones, tanto internacionales como españolas. En España, por ejemplo, está la Asociación Española de Agencias de Publicidad (AEAP), Asociación General de Empresas de Publicidad (AGEP), Associació Empresarial de Publicitat (ACEP), Federación Nacional de Empresas de Publicidad (FNEP) y Dircom, entre otras.

A nivel internacional están The European Association of Communications Agencies (EACA), Euprera, The European Advertising Standards Alliance (EASA), The Internacional Advertising Association (IAA), the World Federation of Advertisers (WFA) y The Internet Advertising Bureau (IAB).



En cuanto a los datos y estudios acerca de la demanda potencial del título y su interés para la sociedad: Desde el curso académico 2005/2006 la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación viene impartiendo el segundo ciclo de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas. La demanda en la UCA se ha mantenido constante desde sus inicios, como muestra la siguiente tabla.

Tabla: Evolución del número de alumnos matriculados y de nuevo ingreso

CURSO	ALUMNOS MATRICULADOS	ALUMNOS de NUEVO INGRESO
2005-2006	136	136
2006-2007	199	100
2007-2008	221	101
2008-2009	245	99
2009-2010	238	106

FUENTE: Secretaría del Campus de Jerez

El número de alumnos de nueva matriculación ha ido manteniéndose por encima de cien. La titulación de Publicidad y Relaciones Públicas constituye un campo de conocimiento estratégico para las instituciones y las empresas privadas que cada vez encuentran en mayor necesidad el disponer de expertos. **En el año 2011 se transformó la licenciatura en grado tras ser aprobada la memoria por la DEVA (Junta de Andalucía). Este grado ha mantenido de manera estable el número de alumnado de nuevo ingreso desde sus inicios hasta la actualidad.**

CURSO	ALUMNOS MATRICULADOS	ALUMNOS de NUEVO INGRESO
2020/21	376	78
2021/22	359	72
2022/23	354	81
2023/24	338	80
2024/25	320	72

Así mismo, la provincia de Cádiz se encuentra situada en un lugar estratégico. Bien comunicada, constituye un inmejorable polo de atracción económica y social. Esta memoria se apoya en su futuro desarrollo socioeconómico, para lo cual nos resulta pertinente basarnos en los planes más significativos que el sector público y privado, está poniendo en marcha. Ello nos permite una clara justificación de la demanda potencial que existirá para nuestros egresados:

~~Plan Estratégico "C2012C", acrónimo de "Cádiz 2012, Compite" Se trata de un plan de desarrollo estratégico para el período 2008 – 2013 que promueve el HEDT.~~

~~El Bicentenario 2012, como gran acontecimiento cultural, abre vías de trabajo para nuestros egresados con instituciones y organizaciones públicas y privadas, nacionales e internacionales.~~

~~El Acuerdo entre todas las entidades, tanto públicas como privadas, con el objetivo de impulsar el Plan "C2012C", a través de planes de empleo, de desarrollo socioeconómico de innovación, competencia y tecnología.~~



~~El desarrollo del Parque Científico/Tecnológico en la ciudad de Jerez, con la presencia de empresas del sector Agroindustrial, que demandará graduados de nuestra titulación. La Asociación de Empresas de Publicidad y Diseño Gráfico formada por 22 empresas asociadas que generan más de 200 puestos de trabajo y con una facturación anual de más de 8 millones de euros. Entre sus objetivos figura mejorar el nivel de la profesión con la incorporación de titulados procedentes de la UCA.~~

~~Según “2009 Agenda de la Comunicación de la provincia de Cádiz” (APC), existen en la actualidad en la provincia, 58 Empresas de Comunicación, Diseño y Publicidad, 79 Publicaciones entre Diarios y Otras, 53 emisoras de radio y 37 de televisión. El desarrollo constante de la sociedad de la información en Andalucía y la implantación próxima de nuevas tecnologías audiovisuales en la comunidad región, como es el caso de la TDT, especialmente en la televisión digital local, contribuirán a este impulso sostenido.~~

Según concluye el Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación, desde el año 1995 hasta el 2000, el número de licenciados se mantuvo bastante estable, pero el de personas empleadas en el ámbito de la comunicación creció en casi un 40%. Esta es una tendencia que se ha ido incrementando en años posteriores, por lo que los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas se consolidan dentro de la oferta universitaria.

### **Referentes externos a la universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales o internacionales para títulos de similares características académicas.**

~~En octubre de 2006, así mismo~~ En 2024 en la reunión mantenida en Madrid, tuvo lugar en Valencia la Conferencia Nacional de Decanos de Comunicación, se reiteró la necesidad de mantener las tres titulaciones existentes en el momento: Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas con esos mismos nombres **y estructura dentro de los mismos ámbitos de conocimiento**, para los grados respectivos en toda España, y con unos estudios claramente diferenciados en cuanto a troncalidad y optatividad. tal y como se recoge en el Libro Blanco de ANECA. A tenor de la especificidad formativa y sobre todo diferenciada en el ejercicio profesional europeo e internacional. Desde la aparición de **la nueva normativa del RD822/2021 de 28 de septiembre por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias** ese momento y contando además con los documentos, informes y estudios que aparecen a continuación, se fue configurando **ha rediseñado** la estructura del título de Grado que ahora se presenta en diferentes sesiones de trabajo de la mencionada Conferencia.

De manera paralela, la Conferencia Andaluza de Decanos en Comunicación también establecía entre sus misiones “La evaluación, estudio y seguimiento de los estudios y titulaciones de Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas. y Comunicación Audiovisual en la región”, así como “El dictamen y asesoramiento a la Junta de Andalucía sobre el mapa de titulaciones y políticas públicas en formación y regulación del campo profesional de los estudios en comunicación.”

La actividad de estos grupos de trabajo se intensificó durante el año 2008. En enero **de 2008**, en la Conferencia de Decanos nacional celebrada en Santiago de Compostela se realiza el documento “Propuesta de Recomendación de Estructura de Plan de Estudios”, sobre el que se sigue profundizando en junio de ese mismo año en las I Jornadas de Prospectiva Curricular, celebradas en Antequera. La elaboración de los contenidos comunes se sigue avanzando en diciembre del 2008, en la Conferencia Nacional celebrada en Jerez de la Frontera donde los Decanos andaluces sientan las bases definitivas del Acuerdo de las Universidades Públicas en Comunicación de Andalucía, que establecerá la Estructura de los títulos andaluces del ámbito de la comunicación. así como el 75% de Módulos y Competencias comunes en toda la comunidad. que de manera fidedigna se respetan en la presente propuesta de título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.



Para la elaboración de la memoria del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas se han utilizado:  
Documentos, informes y estudios:

Libro Blanco de los títulos de Grado en Comunicación.

Acuerdos suscritos por la Conferencia Española de Decanos de Comunicación, celebrada en la Universidad de Santiago de Compostela en enero de 2008, que ofrece orientaciones sobre la adaptación al nuevo Grado y al EEES del título de Publicidad y Relaciones Públicas.

Conclusiones obtenidas de las “Jornadas Andaluzas de Prospectiva Curricular: La Formación en Comunicación desde una Perspectiva Andaluza”, celebradas en Antequera en junio de 2008.

Informe “Tuning Educational Structures in Europe”, versión original de 2005 y la ampliada de 2006.

Complete set Dublín Descriptors 2004.

Planes de estudio que actualmente se imparten en el resto de universidades públicas y privadas de España, en especial de aquellos Grados ya verificados por ANECA.

Informe sobre Innovación de la Docencia en las Universidades Andaluzas (CIDUA, abril 2005)

Manifiesto EACA: EACA Education and the Future of Commercial Communication Education in Europe. Entregado a las autoridades universitarias de la European Comisión of Educational Programs. Bruselas.

Informe de la Agencia Británica para la supervisión de la calidad de la Educación superior (Quality Assurance Agency for Higher Education), titulado Communication, media, film and cultural studies. En él se establecen las bases argumentales que justifican la presencia de los estudios de comunicación en general, y de Publicidad entre ellos, en las Universidades del Reino Unido.

Planes de estudio de las siguientes universidades internacionales: Cardiff University (Reino Unido), Sheffield University (R.U.), Leeds University (R.U.), Westminster University (R.U.) y Tecnológico de Monterrey (México).

Informe de la Asociación Española de Agencias de Publicidad titulado II Estudio sobre “La Calidad de la Enseñanza Publicitaria en las Universidades Españolas”.

**La nueva normativa que aparece en el RD. 822/2021 de 28 de septiembre por el que se establece la organización y los nuevos ámbitos de conocimientos de las enseñanzas universitarias (grados y Másteres).**

Títulos de referencia a nivel nacional

Se han revisado planes de estudio de ~~los primeros~~ Grados en Publicidad y Relaciones Públicas acreditados en España de varios centros universitarios españoles: Europea Miguel de Cervantes, Francisco de Vitoria, Rey Juan Carlos, Internacional de Cataluña, Rovira y Virgili, VIC, Jaume I, Navarra, Vigo, Barcelona y CEU, **entre otras**.



Por su experiencia previa en la impartición de títulos adaptados a la metodología europea, también se han tomado como referencia los títulos ofertados por Escuelas de Negocio en la rama de Economía. En concreto, se han tenido en cuenta aquellas que han recibido la acreditación de la agencia EQUIS de la European Foundation for Management Development (IE, EADE, ESADE, IESE). Títulos de referencia a nivel internacional

Se han tomado como referencia diferentes títulos en Publicidad ofrecidos por instituciones extranjeras, cuyo interés viene avalado por la calidad de las universidades que los ofrecen, que ocupan los primeros lugares en los rankings internacionales de centros de educación superior. Indicamos un breve listado de universidades extranjeras que nos sirven de muestra representativa y refuerzan la línea seguida en nuestra propuesta de titulación: Boston University (Mass Communication, Advertising, and Public Relations), Oxford Brookes University (Communication, Media and Culture), Ecole des hautes études en sciences de l'information et de la communication, Université Paris-Sorbonne (Licence Communication, Médias et Médiation), Brunel University West London, Concordia University Montreal, Quebec, Ucla University.

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

El procedimiento seguido en la elaboración de la Memoria para la solicitud de Verificación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas ha sido el siguiente:

Reuniones de la Comisión Andaluza del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, que definió el 75% de los contenidos y las competencias específicas del título.

Comisión Técnica de Planes de Estudio del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. La aprobación del Plan de Actuaciones a seguir para la elaboración de las memorias de títulos de nuevos Grados y de la composición de las Comisiones Técnicas de Centro fue llevada a cabo en el seno de la Junta de Facultad, celebrada el 14 de febrero de 2008, punto 4, (modificada parcialmente el 15 de octubre de 2008 y el 8 de mayo de 2009). Los miembros de la Comisión para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas quedaron establecidos como sigue:

Paloma López Zurita	Decana
José Antonio López Sánchez	Vicedecano
Antonio Leal Jiménez	Coordinador del 2º Ciclo de Publicidad y Relaciones Públicas
Rosario Toribio Muñoz	Departamento de Economía General
Juan José Mier-Teran Franco	Departamento de Marketing y Comunicación
Miguel Ángel González Macías	Departamento de Filología Francesa e Inglesa
M <sup>a</sup> Ángeles Frende Vega	Departamento de Organización de Empresas
José Carlos Collado Machuca	Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos
José Joaquín Gómez Orellana	Alumno
Jesús Javier Benítez Retamero	Alumno
Soledad Fernández Incierte	P.A.S.
D. Rafael Navas Renedo	Agente externo: Director del Diario de Cádiz (Grupo Joly)
D. Ernesto Pérez Hormaeche	Agente externo: Presidente de la Asociación de Empresas de Publicidad y Diseño Gráfico de la provincia de Cádiz.



A los componentes de esta Comisión se le suma la participación de más agentes sociales presentes a través de la Comisión General de Coordinación de la UCA y el propio Consejo Social.

La Comisión de Centro se ha reunido en 7 ocasiones en 2009. En el seno de la Universidad de Cádiz la Comisión ha participado en diferentes procedimientos internos que han permitido coordinar el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas con los títulos que se están desarrollando en otros Centros, así como dar audiencia a departamentos no involucrados directamente en el proceso de diseño:

- a) Audiencia a los departamentos de la Universidad siguiendo las instrucciones recogidas en el documento "Pautas para la elaboración de Planes de Estudio de Grado" (Acuerdo del Consejo de Gobierno de 2008). Se procedió a dar audiencia previa a todos los departamentos de la Universidad de Cádiz para que hiciesen cuantas aportaciones estimasen oportunas a la Comisión, analizándose las propuestas aportadas por todos los Departamentos implicados en el título, del 11 al 20 de noviembre de 2009.
- b) Exposición Pública y Alegaciones de la propuesta inicial del Plan de Estudio, desarrollada entre el 21 de diciembre de 2009 y el 15 de enero de 2010, permitiendo a toda la comunidad universitaria presentar alegaciones al contenido de la Memoria.
- c) Informe Preceptivo de los Departamentos. Hasta el 15 de enero de 2010.
- d) Proceso final de debate y aprobación, continuando con el proceso de revisión por parte de los distintos órganos competentes de la Universidad, desarrollados en las siguientes etapas:
  - Informe de la Comisión Técnica: 18 de enero de 2010.
  - Comisión General de Coordinación: 20 de enero de 2010.
  - Junta Consultiva: 20 de enero de 2010.
  - Junta de Centro: 21 o 22 de enero de 2010.
  - Consejo de Gobierno: 26 de enero de 2010.
  - Consejo Social: por determinar.
- e) Exposición Pública y Alegaciones de la propuesta inicial del Plan de Estudio, desarrollada entre el 21 de diciembre de 2009 y el 15 de enero de 2010, permitiendo a toda la comunidad universitaria presentar alegaciones al contenido de la Memoria.
- f) Informe Preceptivo de los Departamentos. Hasta el 15 de enero de 2010.
- g) Proceso final de debate y aprobación, continuando con el proceso de revisión por parte de los distintos órganos competentes de la Universidad, desarrollados en las siguientes etapas:
  - Informe de la Comisión Técnica: 18 de enero de 2010.
  - Comisión General de Coordinación: 20 de enero de 2010.
  - Junta Consultiva: 20 de enero de 2010.
  - Junta de Centro: 21 o 22 de enero de 2010.
  - Consejo de Gobierno: 26 de enero de 2010.
  - Consejo Social: por determinar.



En el año 2024 para la modificación sustancial del actual grado se ha creado una Comisión Técnica aprobada por Junta de Facultad con fecha del 18/12/2024.

Los miembros de dicha Comisión quedaron establecidos como sigue:

José Antonio López Sánchez	Decano
Esther Simancas González	Vicedecana
Rosario Díaz Ortega	Secretaria Académica (secretaria de la Comisión Técnica)
Paloma Sanz Marcos	Coordinadora del grado de Publicidad y Relaciones Públicas
Rosario Toribio Muñoz	Departamento de Economía General
David Selva Ruiz	Departamento de Marketing y Comunicación
Paloma López Zurita	Departamento de Filología Francesa e Inglesa
Salustiano Martínez Fierro	Departamento de Organización de Empresas
Victor de Mora y Quirós	Departamento Derecho
Antonio Zayas García	Departamento de Psicología
Javier de Cos Ruiz	Departamento de Filología Hispánica
Lorena Gutiérrez Madroñal	Departamento de Ingeniería Informática
Marta Carillo Bilbao	Alumna
Marina García Rivero	P.A.S.
David Gallardo Martínez	Agente externo. Canal Sur TV
Francisco Méndez Bravo	Agente externo. Canal Sur Radio

La Comisión de Centro se ha reunido en 7 ocasiones en 2024. Dicha Comisión ha sido la encargada de realizar la nueva propuesta de planificación de enseñanza de este título de grado.

#### Actividades académico-científicas:

Se ha llevado a cabo una labor de sensibilización, divulgación y formación académica sobre el Espacio Europeo y las implicaciones que conlleva mediante las siguientes actividades académico-científicas:

Ciclo de Conferencias denominado “Los Nuevos Títulos de Grados en el EEES”, celebrado en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación durante el curso 2008-2009.

“Jornadas Andaluzas de Prospectiva Curricular: La Formación en Comunicación desde una Perspectiva Andaluza”, celebradas en Antequera en junio de 2008. Las Jornadas fueron organizadas por las cuatro universidades andaluzas que imparten títulos en Comunicación y se debatió el posible plan de estudios para cada una de las titulaciones implicadas: Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual.



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

Informes de asociaciones y colegios profesionales:

Se han recibido informes positivos referentes a la necesidad y conveniencia social de impartir el nuevo Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Cádiz por parte de los siguientes organismos e instituciones:

Ayuntamiento de Jerez Ayuntamiento de

Bornos Ayuntamiento de San Fernando

Ayuntamiento de El Puerto de Santa María.

Ayuntamiento de Prado del Rey.

Ayuntamiento de Puerto real.

Ayuntamiento de Rota.

Ayuntamiento de San Roque.

Ayuntamiento de El Bosque.

Ayuntamiento de Olvera.

Delegado Provincial de la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía.

Delegado Provincial de la Consejería de Justicia y Administración Pública.

Delegación de Educación del Ayuntamiento de Jimena de la Frontera.

Director y Consejero Delegado de JV Planet MK. Com., S.L.

Director Creativo/Administrador de Alvarovera (Estudio de Diseño), S.L. Director de Bahía Media Comunicación.

Gerente de Cadigrafía Publicidad y Comunicación.

Director-Gerente de JECOMUSA.

Administrador de Nicolás Terry Regatas, S.L.

### **Información de datos asociadas al centro**

Demanda ofertada

De acuerdo con la demanda en años anteriores ~~del segundo ciclo de la Licenciatura~~ en Publicidad y Relaciones Públicas, el número de plazas de nuevo ingreso que se ofertará en los próximos cuatro años se estima en 100 por cada curso académico.

Esta oferta se mantendrá en el tiempo ~~para los cuatro primeros cursos de implantación del Grado~~, siendo revisada anualmente para atender a la nueva demanda en función de los medios materiales y humanos con los que cuente la Universidad de Cádiz.



## Créditos

Según lo indicado en la normativa UCA vigente.

El número total de créditos de matriculación es de 240 ECTS. En ellos se contemplan todas las actividades de formación teórica y práctica, incluido el **Proyecto Trabajo** de Fin de Grado.

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación ha planificado que, con el objetivo de que los alumnos puedan cursar estudios a tiempo completo, el número mínimo de créditos ECTS de matrícula por estudiante en el primer curso será de 60 créditos, según lo dispuesto en la normativa interna de la Universidad de Cádiz, correspondientes a la formación básica. Con carácter adicional, para los nuevos títulos de Grado, la Universidad de Cádiz contempla la figura del alumno a tiempo parcial, a la que se pueden acoger aquellos estudiantes que se encuentren en una situación laboral o personal que les impida cursar 60 créditos completos por año.

**La superación de las diferentes asignaturas implica la demostración de la adquisición de competencias que tenía asignadas el título. Al completar los módulos, materias y la acreditación del nivel de idioma extranjero B1 según el Marco Común Europeo de referencia para las lenguas, el estudiante estará en disposición de recibir el título.**

Respecto a la norma de permanencia de los discentes, se aplicará en cada caso la normativa vigente en la Universidad de Cádiz.

~~Considerando la posible existencia de alumnos con necesidades especiales, la Universidad de Cádiz se rige por el RD 1892/2008, por el que se establece la normativa básica para el acceso a los estudios universitarios de carácter oficial. En este sentido, la Ley 13/1982, de 7 de abril (BOE 30 de abril de 1982), relativa a la "Integración Social de los Minusválidos", especifica que "los alumnos con algún tipo de minusvalía, una vez que hayan agotado sus convocatorias o los años estipulados con carácter general, podrán solicitar, mediante escrito dirigido al Rector y con fundamentación expresa de todas sus alegaciones, la ampliación del régimen de permanencia".~~

~~En la Universidad de Cádiz existe un programa de apoyo e integración a personas con discapacidades, dependiente de la Dirección General de Servicios y Acción Solidaria, donde se ofrece de manera continuada un asesoramiento técnico a los profesores y se contribuye a la adaptación de materiales y recursos, adecuando los procedimientos a las necesidades específicas de cada estudiante, contribuyendo así a garantizar el principio de igualdad de oportunidades que marca la ley. Asimismo la Universidad de Cádiz se rige por la normativa vigente para la igualdad respetando los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres recogidos en la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo.~~

**La UCA sigue aplicando el RD 1892/2008 — especialmente su artículo 51— para garantizar plazas reservadas a estudiantes con discapacidad. También se apoya en la Ley 4/2017 de 25 de septiembre de los Derechos y la Atención a las personas con discapacidad en Andalucía. Asimismo, cuenta con una Oficina de Atención a la Discapacidad, que implementa políticas de inclusión: adaptaciones metodológicas, apoyo personal, accesibilidad universal, etc.**

Acceso a ulteriores estudios: El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas habilita para el acceso a estudios de máster y, en especial, a los que exijan como requisito haber realizado ese título de Grado.



## RESUMEN DE MODIFICACIONES REALIZADAS EN EL APARTADO 4.1. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

- De manera general, se reorganiza la distribución de módulos, materias y asignaturas
- Debido a esta nueva agrupación, los antiguos módulos pasan a ser materias

### **MÓDULO FORMACIÓN BÁSICA**

- Se crea el **módulo de Formación Básica**, que pasa a tener las materias **Ciencias Sociales** (antes Básico de Ciencias Sociales) y **Comunicación** (antes Básico de Comunicación)
- Se incluye el ámbito de conocimiento al que se adscriben las asignaturas básicas.
- MATERIA CIENCIAS SOCIALES (antes Básico de Ciencias Sociales)
  - **Asignatura Psicología social de la comunicación**: Pasa del Semestre 1 al Semestre 2. Se modifican los Contenidos y las Metodologías Docentes
  - **Asignatura Teoría de la comunicación**: Se modifican MD y la ponderación de los SE
  - **Asignatura Derecho de la comunicación**: Se modifican los Contenidos y las MD y la ponderación de los SE
  - **Asignatura Economía**: Pasa a denominarse Economía aplicada a la comunicación. Se modifican los Contenidos y las MD. Se elimina la información del apartado Observaciones
  - **Asignatura Sociología**: Pasa a denominarse Sociología aplicada a la comunicación. Se modifican los Contenidos y las MD
  - **Se elimina** la asignatura Historia Económica y social
  - **Se incluye** la asignatura La lengua española en la comunicación (antes en Básico de Comunicación) y se modifican sus Contenidos
- MATERIA COMUNICACIÓN (antes Básico de Comunicación)
  - **Asignatura Estructura de la publicidad y las RRPP**: Se modifican los Contenidos y las MD
  - **Asignatura Teoría de la imagen**: Se modifican los Contenidos y las MD
  - **Se eliminan** las asignaturas:
    - La lengua española en la comunicación
    - Herramientas informáticas para la comunicación
  - **Se incluyen** las asignaturas:
    - Teoría de la publicidad y de las RRPP (nueva)
    - Evolución de las formas y procesos de la publicidad (antes en Teoría e historia de la comunicación). Esta asignatura pasa de Obligatoria a Básica.

### **MÓDULO FORMACIÓN OBLIGATORIA**

- Se crea el módulo de **Formación Obligatoria** (formado por materias que antes se denominaban módulos).
- MATERIA TEORÍA E HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN
  - **Asignatura Evolución de las formas y procesos de la publicidad**: Pasa al Módulo Básico (Materia Comunicación)
  - **Se incluye** la asignatura Estrategia publicitaria (antes Dirección y Planificación Estratégica en Comunicación, en el módulo Dirección y planificación estratégica en comunicación)
  - **Asignatura Evolución de las formas y procesos de la RRPP**: Se modifican Contenidos, MD y SE
- MATERIA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN
  - **Asignatura La investigación científica en comunicación**: Se modifican Contenidos, MD y SE



- **Se elimina** la asignatura Métodos y técnicas de investigación de medios y audiencias
- **Se incluye** la nueva asignatura Planificación e investigación de medios y audiencias
  
- MATERIA PLANIFICACIÓN, ESTRATEGIAS Y CREACIÓN EN COMUNICACIÓN
  - **Asignatura Dirección y Planificación Estratégica en Comunicación:** se elimina y pasa a la materia Teoría e historia de la comunicación, con el nombre de Estrategia publicitaria
  - **Asignatura Marketing y gestión de cuentas:** Pasa a denominarse Gestión de cuentas en publicidad y RRPP y pasa del Semestre 4 al Semestre 3. Se modifican Contenidos y MD
  - **Se incluye** la asignatura Técnicas de organización de eventos y protocolo (antes Técnicas de protocolo y organización de actos y eventos, en el antiguo módulo Comunicación Global): Pasa de Optativa a Obligatoria y modifican MD
  - **Asignatura Creatividad publicitaria:** Modifican Contenidos
  
- MATERIA TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS EN COMUNICACIÓN
  - **Se incluye** la asignatura Redacción publicitaria (antes en módulo Comunicación empresarial, institucional y política): Pasa de Optativa a Obligatoria. Modifican Contenidos y MD
  - **Se incluye** la asignatura Dirección de arte en publicidad (antes en módulo Comunicación empresarial, institucional y política): Pasa de Optativa a Obligatoria. Modifican Contenidos y MD
  - **Se incluye** la nueva asignatura Fundamentos técnicos en la publicidad digital
  - **Se eliminan** las asignaturas:
    - Nuevas Tecnologías en Comunicación
    - Planificación de Medios y Soportes
    - Diseño Gráfico, Multimedia y de Espacios Comerciales (pasa a Materia Nuevas tendencias en comunicación, con el nombre Diseño Gráfico Publicitario I)
  
- MATERIA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL (antes Especialización Comunicación Institucional)
  - **Se eliminan** las asignaturas:
    - Diseño y gestión de la Comunicación Institucional
    - Imagen corporativa institucional
  - **Se incluyen** las asignaturas
    - Dirección de Comunicación
    - RRPP Especializadas
  
- MATERIA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL (antes Especialización Comunicación Empresarial)
  - **Se eliminan** las asignaturas:
    - Sistemas de comunicación empresarial I
    - Sistemas de comunicación empresarial II
  - **Se incluyen** las asignaturas
    - Planificación estratégica en RRPP
    - Gestión de Marca
  
- MATERIA COMUNICACIÓN SOCIAL (antes Especialización Comunicación Social)
  - **Asignatura Comunicación para el desarrollo y el cambio social:** pasa del Semestre 5 al Semestre 4. Modifica Contenidos y MD
  - **Asignatura Comunicación, derechos humanos e Igualdad:** pasa del Semestre 6 al Semestre 5. Modifica Contenidos y MD
  
- MATERIA NUEVAS TENDENCIAS EN COMUNICACIÓN
  - **Asignatura Talleres de comunicación e inteligencia emocional:** Modifican Contenidos y MD
  - **Se incluye** la asignatura Diseño gráfico I (antes Diseño Gráfico, Multimedia y de Espacios Comerciales): Modifican Contenidos
  - **Se elimina** la asignatura Talleres de dirección de proyectos digitales en publicidad y RRPP (pasa a la materia Comunicación global del Módulo Formación Específica en Comunicación, con el nombre de Cultura Publicitaria y creación de Portfolio)



**MÓDULO FORMACIÓN ESPECÍFICA EN COMUNICACIÓN**

- Se crea el módulo de **Formación Específica en Comunicación** (formado por materias que antes se denominaban módulos).
  
- MATERIA COMUNICACIÓN GLOBAL
  - **Asignatura Lenguaje y comunicación eficaz:** Modifican Contenidos y MD
  - **Asignatura Inglés aplicado a la publicidad y las RRPP:** Modifican Contenidos, información de AF, MD y SE.
  - **Asignatura Ética y deontología de la publicidad y RRPP,** pasa a denominarse Ética y deontología de la Publicidad. Modifican Contenidos e información sobre MD y SE
  - **Se eliminan** las asignaturas:
    - Comunicación Internacional e Intercultural
    - Técnicas de Protocolo y Organización de Actos y Eventos (pasa al Módulo de Formación Obligatoria, con el nombre Técnicas de organización de eventos y protocolo)
  - **Se incluyen** las asignaturas:
    - Cultura publicitaria y creación de Portfolio (antes en Módulo de Formación Obligatoria, con el nombre de Talleres de dirección de proyectos digitales en publicidad y RRPP): Pasa de Obligatoria a Optativa. Modifica toda su información
    - Sociología del consumo (antes Sociedad Global y Estilos de Vida). Modifica toda su información
    - Fotografía aplicada a la publicidad y las RRPP
    - Inglés para fines profesionales (antes en Módulo Prácticas en Empresas). Modifican Contenidos e información sobre AF, MD y SE
  
- MATERIA COMUNICACIÓN INTERACTIVA
  - **Se eliminan** las asignaturas:
    - Gestión y realización de proyectos audiovisuales
    - Herramientas multimedia y animación
    - Medios y soportes interactivos
  - **Se incluyen** las asignaturas:
    - Realización y posproducción de proyectos audiovisuales publicitarios
    - Animación y nuevas tecnologías en publicidad
    - Diseño gráfico publicitario II
  - **Asignatura Comunicación Digital,** pasa a denominarse Comunicación digital e interactiva. Modifican Contenidos y MD
  - **Asignatura Tecnología y publicación en internet.** Modifican Contenidos e información sobre MD y SE
  
- MATERIA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL, INSTITUCIONAL Y POLÍTICA
  - **Se eliminan** las asignaturas:
    - Redacción publicitaria (que se ha incluido en el Módulo Formación Obligatoria)
    - Dirección de arte en publicidad (que se ha incluido en el Módulo Formación Obligatoria)
  - **Se incluyen** las asignaturas:
    - Visual Merchandising y promoción de ventas
    - Elaboración de materiales corporativos
    - Creación de empresas de la comunicación (antes, incluida en Módulo Prácticas en Empresa con la denominación Creación de empresas de comunicación): Modifican Contenidos e información sobre MD y SE
  - **Asignatura Producción publicitaria en medios gráficos y audiovisuales.** Modifican Contenidos e información sobre MD
  - **Asignatura Comunicación política.** Modifican Contenidos e información sobre MD



## MÓDULO TFG Y PRÁCTICAS

- **Se eliminan** las asignaturas:
  - **Creación de empresas de la comunicación**, que pasa a la materia Comunicación empresarial, institucional y política del Módulo Formación Específica en Comunicación. Pasa de Anual (Sem 7 y 8) al Sem 8
  - **Inglés para fines profesionales**, que pasa a la materia de Comunicación global del Módulo Formación Específica en Comunicación.
- Se crea el módulo de **TFG y PRÁCTICAS** (formado por materias que antes se denominaban módulos).
  
- MATERIA TFG
  - **Asignatura TFG**: Modifican información sobre MD y temporalidad, que pasa a ser anual, en 4º curso. Para poder defender el TFG el estudiante debe haber superado todas las asignaturas básicas y obligatorias del título.
- MATERIA PRÁCTICAS EN EMPRESAS
  - **Asignatura Prácticas en empresas**: Modifican información sobre MD, AF y SE. Dichas prácticas de 12 créditos se pueden realizar en el semestre 7 o en el 8 de 4º curso.



## 4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

### 4.1. Estructura básica de las enseñanzas

El título de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Cádiz se estructura de manera que el estudiante a tiempo completo deberá cursar a lo largo de cuatro años 240 créditos ECTS, ajustándose así a lo establecido en el artículo 14 del RD 822/2021, de 21 de septiembre. En ese total se incluyen 60 créditos correspondientes a materias de formación básica, distribuyéndose el resto en materias obligatorias, optativas y en el Trabajo Fin de Grado, según se indica en la Tabla siguiente:

DISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS EN CRÉDITOS ECTS POR MATERIAS	
<b>Créditos de formación básica</b>	60
<b>Créditos obligatorios</b>	108
<b>Créditos optativos</b>	66
<b>Créditos prácticas académicas externas</b>	0
<b>Créditos trabajo fin de grado</b>	6
<b>TOTAL CRÉDITOS ECTS</b>	<b>240</b>

#### 4.1.1 Explicación general de la planificación del Plan de Estudios

Para el establecimiento de las distintas materias, se ha tenido especialmente en cuenta las directrices de la Comisión del título de Publicidad y Relaciones Públicas andaluza en lo que respecta al 75% de contenidos comunes para una misma titulación en las distintas universidades andaluzas.

La Universidad de Cádiz ha participado en la elaboración de dichos contenidos comunes, que tienen como objetivo proporcionar una formación básica relativamente homogénea a todos los estudiantes, así como facilitar la movilidad de los estudiantes entre las distintas universidades.

La presente memoria plantea el compromiso de impartir los módulos y materias que se indican, que se articularán en cada momento mediante las asignaturas que determine el Consejo de Gobierno de la Universidad de Cádiz.

La metodología docente tomará como referencia la estructura de grupos inspirada en los modelos de innovación docente propuesto por las universidades andaluzas. De acuerdo con el procedimiento anual de Planificación Docente se ajustarán los grupos de docencia teórica y práctica en función de los recursos disponibles, de las propuestas de los Departamentos, y de los criterios de ordenación que se establezcan por el Centro, al que corresponde la aprobación de la Planificación Actual en coordinación con el Vicerrectorado competente en materia de ordenación académica.



#### **4.1.2. Otras competencias complementarias para el desarrollo curricular**

La Universidad de Cádiz asume el compromiso de impulsar, a través de la formación que imparte en sus titulaciones, valores que tiene incorporados como institución entre sus fines, así como los que se contemplan en el marco legal para las instituciones de educación superior, y los acordados para la Comunidad Autónoma de Andalucía por el Consejo Andaluz de Universidades.

Según esto, a través de la planificación docente anual, se propondrá la inclusión en las materias y asignaturas de actividades formativas y contenidos relacionados con aspectos como:

- Valores democráticos. Cooperación, solidaridad y cultura de la paz. Compromiso con el desarrollo humano y con la equidad. Interculturalidad e inclusión social.
- Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.
- Principio de igualdad entre mujeres y hombres.
- Respeto a la diversidad.
- Responsabilidad social de empresas e instituciones. Códigos de conducta profesional.
- Conocimiento del entorno social relativo a los estudios y al marco profesional. Conocimiento del contexto de la profesión vinculada al título de Grado en el mundo.
- Accesibilidad universal.
- Cultura emprendedora.
- Desarrollo de competencias idiomáticas y en especial de las más específicas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

El desarrollo de las competencias en valores se realizará de un modo flexible, en las diferentes asignaturas que componen el título, como parte de la Planificación Docente Anual.

Mediante actividades de información, sensibilización y formación dirigidas al profesorado la Universidad de Cádiz dará a conocer propuestas sobre posibles modos de incorporar estas competencias en sus asignaturas mediante la inclusión de distintas actividades de aprendizaje a realizar por los estudiantes. Dichas actividades, propuestas por los profesores, tendrán su reflejo en las programaciones docentes anuales de las asignaturas, a las cuales se da una amplia publicidad haciéndolas accesibles para todos los estudiantes con antelación al comienzo de las clases. El Centro velará porque la formación de los estudiantes que cursen los presentes estudios de Grado no se complete sin haber incorporado estos valores.

#### **Competencias Idiomáticas**

La Universidad de Cádiz definirá una política de formación en idiomas de aplicación a la nueva Ordenación de Enseñanzas Oficiales, apoyada en el Marco Europeo Común de Referencia para las Lenguas MECRL. Entre otras acciones, esta política:

- Definirá los niveles a alcanzar en un segundo idioma, especialmente en inglés, en cada Grado, revisándolos periódicamente por si procede su ajuste a un nivel distinto.
- Determinará los procedimientos para acreditación de nivel, dentro del MECRL, en la Universidad de Cádiz.
- Promoverá la inclusión de actividades de aprendizaje, dentro de las materias propias del título, que desarrollen las competencias idiomáticas mediante el uso de recursos de aprendizaje en una segunda lengua por los alumnos.



- Contemplará la opción de incluir asignaturas o partes de asignatura a impartir en una segunda lengua.
- Desarrollará gradualmente procedimientos para requerir niveles acreditados de formación idiomática para poder acceder a programas de movilidad internacional, ofertando cursos a los alumnos que lo requieran.
- Contemplará la opción de elaboración y presentación del Trabajo Fin de Grado en una segunda lengua como una de las vías posibles para acreditar el nivel requerido, si no se ha acreditado con anterioridad.

Todos los alumnos de la Universidad de Cádiz deberán haber alcanzado un nivel acreditado de idiomas para obtener el Título de Grado. Para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas la propuesta inicial es que los alumnos deban acreditar conocimientos de inglés a un nivel igual o superior a B1.

La titulación, a través de sus distintas materias, y del uso de recursos apoyados en las TIC, debe permitir que el alumno conozca y sepa utilizar la terminología específica del Grado en una segunda lengua.

Para la evaluación de las competencias genéricas del título, éste dispone de un procedimiento dentro del Sistema de Garantía de Calidad que sistematiza la evaluación con carácter general al Grado.

La titulación editará anualmente la que se denomina “Guía para el Sistema de Evaluación del Aprendizaje” en donde estarán recogidas e identificadas las competencias genéricas y específicas del título, así como su despliegue por niveles.

Asimismo, recogerá los procedimientos genéricos de evaluación de las mismas. Esta Guía general de la titulación será la base sobre la que los responsables de cada una de las materias evaluables incorporarán los criterios y procedimientos específicos de evaluación de cada materia. La Comisión de Garantía de Calidad del Centro deberá anualmente realizar un informe sobre la aplicación y aplicabilidad de la Guía realizando las correspondientes propuestas de mejora que serán recogidas en la Guía del siguiente curso.

De manera complementaria al procedimiento anterior, y en relación con el sistema de evaluación, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación considera que éste debe entenderse como un procedimiento para asegurar que los alumnos adquieren los conocimientos y capacidades previstas en el Plan de Estudios. Por ello, no es un proceso cerrado, sino continuo, que ha de permitir la intervención dinámica de los profesores para modificar lo planificado si fuera pertinente, de acuerdo con el SGC. Para ello, los equipos de coordinación docente deben establecer en las guías docentes de las asignaturas criterios de evaluación claros en los que se utilicen uno o varios de los siguientes instrumentos de evaluación:

- Pruebas iniciales de valoración de las competencias.
- Exámenes a lo largo del desarrollo de la asignatura.
- Examen final.
- Trabajos escritos realizados por el estudiante.
- Exposiciones de ejercicios, temas y trabajos.



- Prácticas de ordenador y/o elaboración de memorias o cuadernos de prácticas.
- Participación y trabajo realizado en los seminarios, clases de problemas y en las actividades de tutorización.
- Otros, siempre que sean aprobados por el equipo de coordinación docente de la asignatura correspondiente, y que se indiquen con antelación en la guía docente de la asignatura.

Por su parte, como se verá en el apartado siguiente, podemos llegar a la siguiente valoración de los módulos, materias y asignaturas de enseñanza - aprendizaje de que consta el plan de estudios.

- Las competencias que adquiere el estudiante en los distintos módulos, materias o asignaturas son coherentes con las exigibles para otorgar el Título ya que están desarrolladas en función el perfil de egresado y siguiendo los informes previos como el del libro blanco de la titulación.
- Las competencias del módulo, materia o asignatura se concretan en términos de resultados de aprendizaje.
- Los contenidos que se describen en el módulo, materia o asignatura guardan relación con las competencias establecidas.
- Las actividades formativas de cada módulo, materia o asignatura (considerando la metodología de enseñanza-aprendizaje) guardan relación con las competencias que debe adquirir el estudiante.
- La concreción de las actividades formativas de cada módulo, materia o asignatura son coherentes con la dedicación establecida para los estudiantes ya que para fijar las mismas se ha tenido en cuenta la dedicación de los mismos. De todas formas dentro de la evaluación anual de la titulación este será un punto especial que deberá analizarse para adecuar lo diseñado a su desarrollo.
- Las actividades formativas de cada módulo, materia o asignatura están planificadas según la organización temporal establecida para la titulación.

### **Procedimientos de coordinación docente horizontal y vertical del plan de estudios**

La coordinación en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación se lleva a cabo a través de la Comisión de Garantía de Calidad y de reuniones periódicas entre los profesores del grado y su coordinador con el objetivo de fomentar la coordinación entre las distintas asignaturas y la puesta en común de temas de interés. Ello redundará positivamente en la calidad docente del grado y en la formación del estudiante.

Se han creado grupos de trabajo específicos en aquellas materias para las que es necesaria una mayor coordinación.

Por otro lado, se realizan reuniones de coordinación periódicas entre los Coordinadores de los distintos grados que se imparten en la facultad, los vicedecanos, la Secretaría Académica y el Decano para programar y diseñar las actividades de interés conjunto.

La coordinación de asignatura la lleva a cabo el profesorado de las mismas bajo la responsabilidad de los departamentos a los que pertenecen y el resultado de la misma queda plasmado en la ficha 1b que es revisada tanto por el Departamento como por la coordinación del grado, que vela por que se cumpla con lo establecido en la memoria.



**Tabla 1. Resumen del plan de estudios**

En los siguientes gráficos se muestra de forma gráfica la distribución por cursos académicos:

CURSO	SEMESTRE			
	Semestre 1		Semestre 2	
Curso 1	ECTS: 30		ECTS: 30	
	Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Teoría de la publicidad y de las RRPP</li> <li>○ Economía <b>aplicada a la comunicación</b></li> <li>○ Sociología <b>aplicada a la comunicación</b></li> <li>○ Teoría de la imagen</li> <li>○ La lengua española en la comunicación</li> </ul>	Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Psicología social de la comunicación</li> <li>○ Teoría de la comunicación</li> <li>○ Derecho de la comunicación</li> <li>○ <del>Historia económica y social</del></li> <li>○ Estructura de la Publicidad y de las relaciones públicas</li> <li>○ <b>Fundamentos técnicos de Técnicas</b> en la publicidad digital</li> </ul>
	Tipología:	Básicas	Tipología:	Básicas Y Obligatoria
	Modalidad:	Presencial	Modalidad:	Presencial
	Lengua:	Español	Lengua:	Español
Curso 2	Semestre 3		Semestre 4	
	ECTS: 30		ECTS:	30
	Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad</li> <li>○ Evolución de las Formas y Procesos de las RR. PP.</li> <li>○ <del>Diseño y gestión de la comunicación institucional.</del> <b>Dirección de Comunicación</b></li> <li>○ <del>Dirección y planificación estratégica en comunicación.</del> <b>Estrategia Publicitaria.</b></li> <li>○ <del>Marketing y Gestión de cuentas en Publicidad y RRPP</del></li> </ul>	Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <del>Planificación e Investigación de Medios y soportes.</del> <b>soportes Audiencias</b></li> <li>○ <del>Sistemas de comunicación empresarial.</del> <b>Planificación Estratégica en RRPP</b></li> <li>○ <del>Imagen corporativa institucional.</del> <b>Gestión de Marca</b></li> <li>○ Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social</li> <li>○ <del>Diseño gráfico Publicitario I multimedia y de espacios comerciales.</del></li> </ul>



CURSO	SEMESTRE			
	Tipología:	Básica y Obligatorias	Tipología:	Obligatorias
	Modalidad:	Presencial	Modalidad:	Presencial
	Lengua:	Español	Lengua:	Español
	<b>Semestre 5</b>		<b>Semestre 6</b>	
	ECTS:	36	ECTS:	30
<b>Curso 3</b>	Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Creatividad Publicitaria</li> <li>○ Comunicación, Derechos Humanos e Igualdad</li> <li>○ Talleres de Comunicación e Inteligencia Emocional</li> <li>○ Producción Publicitaria en Medios Gráficos y Audiovisuales</li> <li>○ Relaciones públicas especializadas. Sistemas de comunicación empresarial II</li> <li>○ Técnicas de protocolo y organización de eventos y protocolo</li> </ul>	Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Redacción Publicitaria</li> <li>○ Dirección de Arte en Publicidad</li> <li>○ Ética y Deontología de la Publicidad y las RR.PP</li> <li>○ <del>Herramientas multimedia y de animación.</del> Animación y nuevas tecnologías de publicidad</li> <li>○ <del>Nuevas tecnologías en comunicación.</del> Elaboración de Materiales Corporativos</li> <li>○ <del>Talleres de dirección de proyectos digitales en publicidad y RRPP.</del> Cultura publicitaria y creación de portfolio</li> <li>○ La investigación científica en comunicación</li> </ul>
	Tipología:	Obligatorias y Optativa	Tipología:	Obligatorias y Optativas
	Modalidad:	Presencial	Modalidad:	Presencial
	Lengua:	Español	Lengua:	Español
	<b>Semestre 7</b>		<b>Semestre 8</b>	
<b>Curso 4</b>	ECTS:	54	ECTS:	48



CURSO	SEMESTRE			
	Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <del>Métodos y técnicas de investigación en medios y audiencias.</del> <b>Fotografía Aplicada a la Publicidad y las RRPP</b></li> <li>○ Comunicación digital e <b>Interactiva</b></li> <li>○ Tecnología y Publicación en Internet</li> <li>○ <del>Medios y soportes interactivos.</del> <b>Diseño Gráfico Publicitario II</b></li> <li>○ Comunicación Política</li> <li>○ Inglés para Fines Profesionales</li> <li>○ Prácticas en empresas</li> <li>○ Trabajo Fin de Grado</li> </ul>	Asignaturas	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Sociología del consumo. Sociedad Global y Estilos de Vida</b></li> <li>○ Inglés aplicado a la Publicidad y las RR.PP.</li> <li>○ <del>Comunicación internacional e intercultural.</del> <b>Visual Merchandising y Promoción de Ventas</b></li> <li>○ Creación de Empresas de la Comunicación</li> <li>○ <del>Gestión y Realización y</del> <b>posproducción</b> de proyectos audiovisuales <b>publicitarios</b></li> <li>○ Lenguaje y comunicación eficaz</li> <li>○ Trabajo Fin de Grado</li> <li>○ Prácticas en empresas</li> </ul>
	Tipología:	Optativas	Tipología:	Optativas y TFG
	Modalidad:	Presencial	Modalidad:	Presencial
	Lengua:	Español	Lengua:	Español

#### 4.2. Actividades y Metodologías Docentes

ACTIVIDADES FORMATIVAS DEL PLAN DE ESTUDIOS	
Id	ACTIVIDAD FORMATIVA
AF-01	Actividades presenciales de teoría
AF-02	Actividades presenciales de prácticas
AF-03	Evaluación
AF-04	Actividades formativas de trabajo autónomo del alumno

METODOLOGÍAS DOCENTES DEL PLAN DE ESTUDIOS	
Id	METODOLOGÍA DOCENTE
MD-01	Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula
MD-02	Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Actividades desarrolladas en espacios y con equipamiento especializado. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno



METODOLOGÍAS DOCENTES DEL PLAN DE ESTUDIOS	
Id	METODOLOGÍA DOCENTE
MD-03	Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Resolución de problemas y/o de casos, <b>aprendizaje basado en problemas</b> . Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno
MD-04	Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de campo, visitas. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno y su contacto con la realidad donde debe aplicar sus conocimientos
MD-05	Sesiones monográficas sobre temas de actualidad en la asignatura
MD-06	Realización de trabajos o debates, acompañados o no de la exposición individual o en grupo, sobre un tema de la asignatura. Actividad supervisada con participación compartida
MD-07	Sesiones de trabajo grupal o individual orientadas por el profesor. Búsqueda de datos, bibliotecas, en red, Internet, etc.
MD-08	Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno, <b>aplicando metodología de aula invertida</b> .
MD-09	<b>Aprendizaje basado en proyectos</b> : aplicación práctica en empresas, organizaciones o instituciones de los conocimientos adquiridos en la formación académica
MD-10	Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno
MD-11	<b>Aprendizaje cooperativo o colaborativo</b> : Preparación en grupo de lecturas, ensayo, resolución de problemas, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases presenciales o en espacios virtuales
MD-12	Estudio del alumno. Preparación individual de lecturas, ensayo, resolución de problemas, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases presenciales o en espacios virtuales

#### 4.3. Sistemas de Evaluación

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS	
Id	SISTEMA DE EVALUACIÓN
SE-01	Pruebas objetivas escritas u orales de acreditación de competencias. <b>Se podrán realizar pruebas parciales y/o una prueba final de integración de conocimientos. El mecanismo de recuperación previsto se basará en un examen integral teórico-práctico en convocatoria extraordinaria que permita evaluar el 100% de las competencias asociadas a este bloque.</b>
SE-02	Resultado de actividades de aprendizaje realizadas durante el transcurso de la asignatura. <b>Se podrán desarrollar trabajos y/o proyecto de la asignatura y/o ejercicios prácticos. Como mecanismo de recuperación previsto cabe la</b>



SISTEMAS DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS	
Id	SISTEMA DE EVALUACIÓN
	posibilidad de re-entrega o mejora de las actividades prácticas tras recibir <i>feedback</i> docente, o realización de una prueba técnica alternativa en sucesivas convocatorias.
SE-03	Participación activa del estudiante. Nivel de iniciativa y proactividad, calidad y relevancia de las aportaciones al grupo y compromiso con el trabajo colaborativo, participación en actividades propuestas por el equipo docente. Como mecanismo de recuperación previsto cabe la posibilidad de evaluación global y/o la realización de trabajos adicionales de análisis crítico o reseñas de lecturas recomendadas para compensar la falta de participación presencial.



**RELACIÓN DE ASIGNATURAS BÁSICAS ASOCIADAS AL ÁMBITO DE CONOCIMIENTO**

MÓDULO	MATERIA (Nivel 2)	ASIGNATURAS (Nivel 3)	ECTS	ÁMBITO DE CONOCIMIENTO AL QUE SE ADSCRIBE LA ASIGNATURA
FORMACIÓN BÁSICA	BÁSICO CIENCIAS SOCIALES	Psicología social de la comunicación	6	PSICOLOGIA SOCIAL/CIENCIAS DEL COMPORTAMIENTO Y PSICOLOGÍA
		Teoría de la Comunicación	6	PERIODISMO, COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
		Derecho de la Comunicación	6	DERECHO Y ESPECIALIDADES JURIDICAS
		Economía aplicada a la Comunicación	6	CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS, MÁRQUETING, COMERCIO, CONTABILIDAD Y TURISMO
		La Lengua Española en la comunicación	6	FILOLOGÍA, ESTUDIOS CLÁSICOS, TRADUCCIÓN Y LINGÜÍSTICA
		Sociología aplicado a la comunicación	6	CIENCIAS SOCIALES, TRABAJO SOCIAL, RELACIONES LABORALES Y RECURSOS HUMANOS, SOCIOLOGÍA, CIENCIA POLÍTICA Y RELACIONES INTERNACIONALES
	BÁSICO COMUNICACIÓN	Estructura de la Publicidad y las RR.PP.	6	PERIODISMO, COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
		Teoría de la Imagen	6	PERIODISMO, COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
		Teoría de la Publicidad y las Relaciones Públicas	6	PERIODISMO, COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
		Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad	6	PERIODISMO, COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS



Tabla 3. Descripción del plan de estudios

Módulo	Materia	Asignaturas vinculadas	ECTS	Curso	Semestre	Tipología
FORMACIÓN BÁSICA	BÁSICO DE CIENCIAS SOCIALES	Psicología social de la comunicación	6	1	<del>1</del> 2	B
		Teoría de la Comunicación	6	1	2	B
		Derecho de la Comunicación	6	1	2	B
		Economía aplicada a la Comunicación	6	1	1	B
		La Lengua Española en la comunicación	6	1	1	B
		Sociología Aplicada a la Comunicación	6	1	1	B
		Historia Económica y Social	6	1	2	B
	BÁSICO DE COMUNICACIÓN	Estructura de la Publicidad y las RR.PP.	6	1	2	B
		Teoría de la Imagen	6	1	1	B
		Teoría de la publicidad y de las RRPP	6	1	2 1	B
		Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad	6	2	3	B
		La Lengua Española en la comunicación	6	1	1	B
Herramientas informáticas para la Comunicación		6	1	2	B	
FORMACIÓN OBLIGATORIA	TEORÍA E HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN	Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad	6	2	3	OBL
		Dirección y Planificación Estratégica en Comunicación Estrategia publicitaria	6	2	3	OBL
		Evolución de las Formas y Procesos de las RR.PP	6	2	3	OBL
	INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	La Investigación Científica en Comunicación	6	3	3 6	OBL
		Métodos y Técnicas de Investigación de Medios y Audiencias	6	3	5	OBL
		Planificación e Investigación de Medios y Audiencias	6	2	4	OBL
	PLANIFICACIÓN, ESTRATEGIAS Y CREACIÓN EN COMUNICACIÓN	Dirección y Planificación Estratégica en Comunicación	6	2	3	OBL
		Marketing y Gestión de Cuentas Gestión de Cuentas en Publicidad y RRPP	6 6	2 2	4 3	OBL OBL
		Técnicas de Protocolo y Organización de Actos y Eventos Técnicas de organización de eventos y protocolo	6 6	4 3	7 5	OPT OBL
		Creatividad Publicitaria	6	3	5	OBL
		TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS EN COMUNICACIÓN	Redacción Publicitaria	6	3	6
	Dirección de arte en publicidad		6	3	6	OPT OBL
	Fundamentos técnicos en la publicidad digital		6	1	2	OBL
	Nuevas Tecnologías en Comunicación		6	3	5	O

<https://sece.administracion.gob.es>  
<https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana>  
<https://sede.educacion.gob.es/121 - Verificable en>



Módulo	Materia	Asignaturas vinculadas	ECTS	Curso	Semestre	Tipología
FORMACIÓN ESPECÍFICA EN COMUNICACIÓN		Planificación de Medios y Soportes	6	2	3	OBL
		Diseño Gráfico, Multimedia y de Espacios Comerciales	6	2	4	OBL
	ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Diseño y gestión de la Comunicación Institucional	6	2	4	OBL
		Imagen corporativa institucional	6	2	4	OBL
		Dirección de Comunicación	6	2	3	OBL
		RRPP Especializadas	6	3	5	OBL
	ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	Sistemas de comunicación empresarial I	6	2	4	OBL
		Sistemas de comunicación empresarial II	6	3	6	OBL
		Planificación Estratégica en RRPP	6	2	4	OBL
		Gestión de Marca	6	2	4	OBL
	ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL	Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social	6	3 2	5 4	OBL
		Comunicación, Derechos Humanos e Igualdad	6	3	5 6	OBL
	NUEVAS TENDENCIAS EN COMUNICACIÓN	Talleres de Comunicación e Inteligencia Emocional	6	3	5	OBL
		Diseño Gráfico, Multimedia y de Espacios Comerciales Diseño Gráfico Publicitario I	6	2	4	OBL
Talleres de Dirección de Proyectos Digitales en Publicidad y RR.PP.		6	3	6	OBL	
FORMACIÓN ESPECÍFICA EN COMUNICACIÓN	COMUNICACIÓN GLOBAL	Lenguaje y Comunicación Eficaz	6	4	8	OPT
		Comunicación Internacional e Intercultural	6	4	7	OPT
		Sociedad Global y Estilos de Vida	6	4	8	OPT
		Técnicas de Protocolo y Organización de Actos y Eventos	6	4	7	OPT
		Talleres de Dirección de Proyectos Digitales en Publicidad y RR.PP. Cultura Publicitaria y Creación de Portfolio	6	3	6	OBL OPT
		Sociología del Consumo	6	4	8	OPT
		Fotografía Aplicada a la Publicidad y las RRPP	6	4	7	OPT
		Inglés aplicado a la Publicidad y las RR.PP.	6	4	8	OPT
		Ética y Deontología de la Publicidad y las RRPP	6	3	6	OPT
		Inglés para fines profesiones	6	4	7	OPT

<https://sede.educacion.gob.es/cid> y Carpeta Ciudadana <https://sede.administracion.gob.es>  
 CS.V. 956536371339689869933121 - Verificable en <https://sede.educacion.gob.es/cid>



Módulo	Materia	Asignaturas vinculadas	ECTS	Curso	Semestre	Tipología
	COMUNICACIÓN INTERACTIVA	Comunicación Digital e Interactiva	6	4	7	OPT
		Gestión y realización de proyectos audiovisuales	6	4	8	OPT
		Herramientas multimedia y animación	6	3	6	OPT
		Medios y soportes interactivos	6	4	8	OPT
		Realización y Posproducción de Proyectos Audiovisuales Publicitarios	6	4	8	OPT
		Animación y nuevas tecnologías en publicidad	6	3	6	OPT
		Diseño Gráfico Publicitario II	6	4	7	OPT
		Tecnología y Publicación en Internet	6	4	7	OPT
	COMUNICACIÓN EMPRESARIAL, INSTITUCIONAL Y POLÍTICA	Redacción publicitaria	6	3	6	OPT
		Dirección de arte en publicidad	6	3	6	OPT
		Visual Merchandising y Promoción de Ventas	6	4	8	OPT
		Elaboración de Materiales Corporativos	6	3	6	OPT
		Producción Publicitaria en Medios Gráficos y Audiovisuales	6	3	5	OPT
		Comunicación Política	6	4	7	OPT
Creación de Empresas de la Comunicación		6	4	8	OPT	
TFG Y PRACTICAS	TRABAJO DE FIN DE GRADO Y PRACTICAS EN EMPRESAS	Trabajo Fin de Grado	6	4	7 y 8 (anual)	TFG
		Prácticas en Empresas	12	4	7 y 8	OPT
		Creación de empresas de comunicación	6	4	Anual (7 y 8)	OPT
		Inglés para fines profesionales	6	4	7	OPT



Tabla 4. Plan de estudios detallado

<b>MÓDULO 1</b>	<b>FORMACIÓN BÁSICA</b>					
	ECTS Módulo 1		60			
<b>Materia 1</b>	<b>BÁSICO DE CIENCIAS SOCIALES</b>					
	Carácter		FORMACIÓN BÁSICA.			
	Ámbito de conocimiento					
	ECTS Materia		36			
	Unidad temporal		Elija un elemento.			
	ECTS Sem 1	18	ECTS Sem 2	18	ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
ECTS Sem 7		ECTS Sem 8		ECTS Sem 9		
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje de la Materia</b>	Conocimientos o contenidos (C)		<i>C-01:</i> CG 1, CG2, CG8, CG6, CG16 <i>C-02:</i> CG7, CG11 <i>C-03:</i> CG10, CG12, CG13, CG14, CG15 <i>C-04:</i> CG9, CG17			
	Habilidades o destrezas (HD)		<i>HD-01:</i> CT1, CT2 <i>HD-02:</i> CT3, CT18, CT16 <i>HD-03:</i> CT4, CT5, CT20 <i>HD-04:</i> CT7, CT9 <i>HD-05:</i> CT6, CT17, CT19 <i>HD-06:</i> CT12, CT21, CT22 <i>HD-07:</i> CT13, CT14 <i>HD-08:</i> CT11			
	Competencias (COM)		<i>CO-01:</i> CB1 <i>CO-02:</i> CB2 <i>CO-03:</i> CB3 <i>CO-04:</i> CB4 <i>CO-05:</i> CB5 <i>CE-01:</i> CE1, CE2, CE5, CE3, CE12 <i>CE-02:</i> CE6, CE18, CE34, CE35 <i>CE-03:</i> CE7, CE9, CE37, CE39 <i>CE-04:</i> CE8, CE16, CE25, CE10, CE32 <i>CE-06:</i> CE15 <i>CE-08:</i> CE20, CE30 <i>CE-09:</i> CE23, CE48 <i>CE-10:</i> CE21, CE33 <i>CE-11:</i> CE38, CE59, CE65 <i>CE-12:</i> CE45, CE70 <i>CE-13:</i> CE41 <i>CE-15:</i> CE57, CE58, CE52, CE67, CE64 <i>CE-16:</i> CE79 <i>SOS-1,</i> <i>SOS-2,</i>			



		SOS-4,			
Asignatura 1	<b>PSICOLOGÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN</b>				
	Carácter	BÁSICA			
	Ámbito de conocimiento	PSICOLOGÍA SOCIAL/CIENCIAS DEL COMPORTAMIENTO Y PSICOLOGÍA			
	ECTS asignatura	6			
	Idioma	ESPAÑOL			
	ECTS Sem 1	X	ECTS Sem 2	X	ECTS Sem 3
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8		ECTS Sem 9
Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación como hecho social. Introducción a la Psicología Social de la Comunicación.</li> <li>2. La eficacia comunicativa y los procesos psicosociales.</li> <li>3. Categorización y estereotipos en la comunicación.</li> <li>4. Comunicación persuasiva</li> <li>5. Propaganda y publicidad</li> <li>6. Limitaciones y anomalías. ¿Por qué falla la comunicación?</li> <li>7. La comunicación verbal.</li> <li>8. El lenguaje, función humana. La palabra como expresión de significados.</li> <li>9. La comunicación no verbal. Conductas no verbales. La persona y el entorno.</li> <li>10. Sociedad y Comunicación. La comunicación de masas.</li> <li>11. Medios de comunicación: funciones y efectos.</li> <li>12. El grupo humano como contexto comunicativo.</li> </ol> <p style="color: red;">I. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS            II. PROCESOS PSICOSOCIALES Y EFICACIA COMUNICATIVA            III. PROCESOS DE INFLUENCIA SOCIAL A TRAVÉS DE LA COMUNICACIÓN            IV. NIVELES INTERPERSONALES DE ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN            V. NIVELES SOCIALES DE ANÁLISIS Y NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN</p>				
Actividades formativas	<b>Actividades Formativas</b>	<b>HORAS</b>		<b>PRESENCIALIDAD</b>	
	Código AF-01	32		100%	
	Código AF-02	16		100%	
	Código AF-03	3		100%	
	Código AF-04	99		0	
Metodologías docentes	Código MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS				
	Código MD -02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...				
	Código MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...				
	Código MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.				



	Código MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO					
	Código MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.					
	Código MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.					
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación		Ponderación mínima		Ponderación máxima	
	Código SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN		10		80	
	Código SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.		10		80	
	Código SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.		10		80	
Observaciones						
Asignatura 2	<b>TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN</b>					
	Carácter		BÁSICO.			
	Ámbito de conocimiento		PERIODISMO, COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS			
	ECTS asignatura		6			
	Idioma		ESPAÑOL			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8		ECTS Sem 9	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las relaciones entre sociedad, cultura y comunicación. Los medios de comunicación en la sociedad de la información</li> <li>Los niveles de la comunicación. Comunicación interpersonal. Comunicación en grupos. Comunicación institucional. Comunicación de masas.</li> </ul>					



	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las Teorías de la Comunicación y las Ciencias Sociales</li> <li>Los orígenes de la investigación sobre medios de comunicación. Las teorías clásicas sobre la comunicación social.</li> <li>Desarrollos actuales de las teorías de la comunicación social.</li> <li>Las Teorías de la Comunicación en el nuevo contexto digital</li> </ul>		
Actividades formativas	Actividades Formativas	HORAS	PRESENCIALIDAD
	Código AF-01	32	100%
	Código AF-02	16	100%
	Código AF-03	3	100%
	Código AF-04	99	0%
Metodologías docentes	<i>Código MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>		
	<i>Código MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>		
	<del>Código MD-05</del>		
	<del>Código MD-07</del>		
	<i>Código MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</i>		
	<del>Código MD-09</del>		
	<i>Código MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</i>		
	<del>Código MD-12</del>		
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>	<del>10%</del> 50%	<del>80%</del> 50%
	<i>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</i>	<del>10%</del> 40%	<del>80%</del> 40%



	<i>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</i>	10%	80% 10%			
Observaciones						
Asignatura 3	<b>DERECHO DE LA COMUNICACIÓN</b>					
	Carácter	BÁSICA				
	Ámbito de conocimiento	DERECHO Y ESPECIALIDADES JURÍDICAS				
	ECTS asignatura	6				
	Idioma	ESPAÑOL				
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2	X	ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8		ECTS Sem 9	
Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <del>Derecho de la Comunicación y la Información: fuentes, bases constitucionales y límites.</del></li> <li>2. <del>Organización administrativa de la comunicación: entes, reguladores y autoridades competentes.</del></li> <li>3. <del>Régimen jurídico de los contenidos, medios y tecnologías de la información y la comunicación.</del></li> <li>4. <del>La Ley general de publicidad. Otras normas del ordenamiento con incidencia en la materia publicitaria: ámbitos nacional y comunitario.</del></li> <li>5. <del>La aplicación de las normas publicitarias. Resoluciones de distintas instancias.</del></li> <li>6. <del>La contratación en el ámbito de la publicidad.</del></li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Introducción al Derecho de la Comunicación</b></li> <li>● <b>Los derechos fundamentales de la comunicación: libertad de expresión, libertad de información</b></li> <li>● <b>Protección y tutela de los derechos de la comunicación; propiedad intelectual; protección de datos</b></li> <li>● <b>El régimen jurídico de los servicios de comunicación audiovisual y los servicios de intercambio de vídeos a través de plataformas</b></li> <li>● <b>Derecho de la Publicidad: la regulación de la publicidad según la finalidad (política, institucional, comercial); el régimen de la publicidad ilícita; los contratos publicitarios; la regulación de la publicidad según el soporte (audiovisual, exterior)</b></li> </ul>					
Actividades formativas	Actividades Formativas	HORAS		PRESENCIALIDAD		
	Código AF-01	32		100%		
	Código AF-02	16		100%		
	Código AF-03	3		100%		
	Código AF-04	99		0%		
Metodologías docentes	<i>Código MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>					



	<i>Código MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>		
	<i>Código MD-05: SESIONES MONOGRÁFICAS SOBRE TEMAS DE ACTUALIDAD DE LA ASIGNATURA.</i>		
	<i>Código MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>		
	<i>Código MD-07: TRABAJO GUIADO DE BÚSQUEDA, ANÁLISIS Y GESTIÓN DE INFORMACIÓN...</i>		
	<i>Código MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</i>		
	<del>Código MD-09</del>		
	<i>Código MD-10: PRUEBAS ORALES Y/O ESCRITAS PARA EVALUACIÓN INICIAL, FORMATIVA Y SUMATIVA.</i>		
	<i>Código MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</i>		
	<i>Código MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>		
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>	<del>10%</del> <i>70%</i>	<del>80%</del> <i>100%</i>
	<i>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</i>	<del>10%</del> <i>0%</i>	<del>80%</del> <i>30%</i>
	<i>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</i>	<del>10%</del> <i>0%</i>	<del>80%</del> <i>10%</i>
Observaciones			
Asignatura 4	<b><i>ECONOMÍA APLICADA A LA COMUNICACIÓN</i></b>		
	Carácter	BÁSICA	



	Ámbito de conocimiento		Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo			
	ECTS asignatura		6			
	Idioma		Español			
	ECTS Sem 1	X	ECTS Sem 1		ECTS Sem 1	
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 4		ECTS Sem 4	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 7		ECTS Sem 7	
	ECTS Sem 10		ECTS Sem 10		ECTS Sem 10	
Contenidos	<p>Parte primera: ANÁLISIS MICROECONÓMICO DE LOS MERCADOS</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El comportamiento del consumidor</li> <li>2. El comportamiento de la empresa</li> <li>3. Análisis del funcionamiento de los mercados</li> </ol> <p>Parte segunda: ANÁLISIS MACROECONÓMICO DEL ENTORNO DE LA EMPRESA</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Análisis de la Renta Nacional</li> <li>5. El mercado de bienes y servicios</li> <li>6. El mercado financiero</li> <li>7. Principales problemas macroeconómicos: inflación, desempleo, déficit público, crecimiento económico y equilibrio exterior</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Análisis microeconómico y macroeconómico de los mercados. El comportamiento de consumidores, empresas y sector público en los mercados.</li> <li>● Las políticas económicas y su repercusión.</li> <li>● El entorno económico y problemas económicos fundamentales.</li> <li>● Análisis económico del mercado publicitario</li> </ul>					
Actividades formativas	Actividades Formativas		HORAS		PRESENCIALIDAD	
	Código AF-01		40		100%	
	Código AF-02		8		100%	
	Código AF-03		3		100%	
	Código AF-04		99		0%	
Metodologías docentes	<i>Código MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>					
	<i>Código MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>					
	<i>Código MD-07: TRABAJO GUIADO DE BÚSQUEDA, ANÁLISIS Y GESTIÓN DE INFORMACIÓN...</i>					
	<i>Código MD-10: PRUEBAS ORALES Y/O ESCRITAS PARA EVALUACIÓN INICIAL, FORMATIVA Y SUMATIVA.</i>					
	<i>Código MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>					



	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.	
Sistemas de evaluación	SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN	10%	80%	
	SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.	10	80	
	SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.	10	80	
Observaciones	<p>Desglose de las actividades formativas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Clases presenciales de teoría</li> <li>-Clases prácticas de problemas o Trabajos / clases teórico-prácticas</li> <li>-Realización y/o exposición de trabajos y debates</li> <li>-Tutoría individual y/o grupal</li> <li>-Evaluación</li> <li>-Trabajo en grupo</li> <li>-Trabajo autónomo</li> </ul> <p>Desglose de las actividades de evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Examen teórico parcial/final escrito</li> <li>-Entrega planificada de actividades teórico-prácticas</li> <li>-Participación activa/colaboradora</li> </ul>			
Asignatura 5	<b>LA LENGUA ESPAÑOLA EN LA COMUNICACIÓN</b>			
	Carácter	BASICA.		
	Ámbito de conocimiento	FILOLOGÍA, ESTUDIOS CLÁSICOS, TRADUCCIÓN Y LINGÜÍSTICA		
	ECTS asignatura	6		
	Idioma	ESPAÑOL		
	ECTS Sem 1	X	ECTS Sem 2	ECTS Sem 3
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5	ECTS Sem 6
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8	ECTS Sem 9
Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El hablar y el escribir: oralidad y escritura, la ortografía.</li> <li>2. El español y sus variedades lingüísticas: la lengua común o norma estándar; las variedades geográficas, socioeconómicas y de estilo; el español hablado en Andalucía; los medios de comunicación y el uso de la lengua.</li> <li>3. El lenguaje en su uso: factores del proceso de comunicación y funciones del lenguaje verbal; los recursos expresivos; decir y querer decir.</li> <li>4. Cuestiones gramaticales del español: norma y usos lingüísticos; las maneras de presentar lingüísticamente la información.</li> <li>5. Cuestiones léxico-semánticas del español: léxico y gramática; condicionantes lingüísticos del léxico; la creación de palabras y los extranjerismos; los Diccionarios del español.</li> <li>6. Los textos: definición, clasificación, tipología textual, propiedades del texto; la argumentación.</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación verbal y formas del discurso en español</li> <li>• Diversidad y variación en la lengua española</li> </ul>			



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El español en contexto: pragmática y comunicación</li> <li>• La lengua española en la publicidad, el marketing y los medios de comunicación</li> <li>• Norma y uso: gramática y semántica del español</li> </ul>		
Actividades formativas	Actividades Formativas	HORAS	PRESENCIALIDAD
	Código AF-01	32	100%
	Código AF-02	16	100%
	Código AF-03	3	100%
	Código AF-04	99	0%
Metodologías docentes	<i>Código MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>		
	<i>Código MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</i>		
	<i>Código MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>		
	<i>Código MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</i>		
	<i>Código MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>		
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>	10%	80%
	<i>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</i>	10%	80%
	<i>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</i>	10%	80%
Observaciones			
Asignatura 6	<b>SOCIOLOGÍA APLICADA A LA COMUNICACIÓN</b>		



	Carácter		BÁSICA.			
	Ámbito de conocimiento		CIENCIAS SOCIALES, TRABAJO SOCIAL, RELACIONES LABORALES Y RECURSOS HUMANOS, SOCIOLOGÍA, CIENCIA POLÍTICA Y RELACIONES INTERNACIONALES			
	ECTS asignatura		6			
	Idioma		ESPAÑOL			
	ECTS Sem 1	X	ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8		ECTS Sem 9	
Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La sociología. Concepto y objeto de la sociología.</li> <li>2. Sociedad, Cultura y Socialización</li> <li>3. Grupos y Organizaciones</li> <li>4. Instituciones sociales.</li> <li>5. Clases sociales y estratificación social.</li> <li>6. Estructura Social</li> <li>7. Elementos básicos de la investigación social</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La Sociología. La perspectiva sociológica. Origen y desarrollo de la Sociología. El contexto de la disciplina. Paradigmas y enfoques teóricos.</li> <li>2. La investigación sociológica. Métodos y técnicas de la investigación social.</li> <li>3. Cultura y Socialización. Cultura, normas, valores y conocimiento. El proceso de socialización. Agencias de socialización. Grupos y organizaciones.</li> <li>4. Estratificación social. Sistemas de estratificación social. Desigualdades sociales. Factores que generan desigualdad. Formas de expresión de la desigualdad social en el mundo contemporáneo.</li> <li>5. Orden, conflicto y cambio. Conformidad y desviación. El control social</li> <li>6. Sistema Político. Dominación, poder y autoridad. La democracia y su evolución. Estado y sociedad civil. Los nuevos movimientos sociales y las redes</li> </ol>					
Actividades formativas	Actividades Formativas	HORAS		PRESENCIALIDAD		
	Código AF-01	32		100%		
	Código AF-02	16		100%		
	Código AF-03	3		100%		
	Código AF-04	99		0%		
Metodologías docentes	<i>Código MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>					
	<i>Código MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>					
	<i>Código MD-05: SESIONES MONOGRÁFICAS SOBRE TEMAS DE ACTUALIDAD DE LA ASIGNATURA.</i>					
	<i>Código MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>					



	Código MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.		
	Código MD-10: PRUEBAS ORALES Y/O ESCRITAS PARA EVALUACIÓN INICIAL, FORMATIVA Y SUMATIVA.		
	Código MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.		
	Código MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.		
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN	10%	80%
	SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.	10%	80%
	SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.	10%	80%
Observaciones			



<b>Materia 2</b>	<b>BÁSICO DE COMUNICACIÓN</b>					
	Carácter		BÁSICA.			
	Ámbito de conocimiento					
	ECTS Materia		24			
	Unidad temporal		Elija un elemento.			
	ECTS Sem 1	12	ECTS Sem 2	6	ECTS Sem 3	6
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8		ECTS Sem 9	
	ECTS Sem 10		ECTS Sem 11		ECTS Sem 12	
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje de la Materia</b>	Conocimientos o contenidos (C)		C-01: CG 1, CG2, CG8, CG6, CG16 C-02: CG7, CG11 C-05: CG4, CG5, CG3			
	Habilidades o destrezas (HD)		HD-01: CT1, CT2 HD-02: CT3, CT18, CT16 HD-03: CT4, CT5, CT20 HD-04: CT7, CT9 HD-08: CT11			
	Competencias (COM)		CO-01, CB1 CO-02, CB2 CE-02, CE6, CE18, CE34, CE35 CE-04, CE8, CE16, CE25, CE10, CE32 CE-05, CE24, CE43, CE46, CE68 SOS1			
<b>Asignatura 1</b>	<b>ESTRUCTURA DE LA PUBLICIDAD Y DE LAS RRPP</b>					
	Carácter		BASICA.			
	Ámbito de conocimiento		Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas			
	ECTS asignatura		6			
	Idioma		ESPAÑOL			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2	X	ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8		ECTS Sem 9	
<b>Contenidos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Origen y evolución de la Publicidad y RR.PP.</li> <li>2. Introducción a la teoría de la Publicidad y RR.PP.</li> <li>3. Introducción a la estructura de la Publicidad y RR.PP.</li> <li>4. Análisis del contexto y los públicos de la Publicidad y RR.PP.</li> <li>5. Herramientas básicas de la Publicidad y RR.PP.</li> <li>6. Evaluación, planificación y control.</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>● El anunciante. Definición y tipología.</li> <li>● La agencia. Departamentos y roles profesionales. Procesos. Fórmulas de contratación. Tipos.</li> <li>● El público. Clasificaciones.</li> <li>● Los medios.</li> <li>● La práctica profesional de las relaciones públicas.</li> </ul>					



	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Gabinetes de comunicación y agencias de comunicación. Perfiles profesionales.</li> <li>● Los públicos en las relaciones públicas.</li> <li>● El sector de la publicidad y las relaciones públicas</li> </ul>		
Actividades formativas	Actividades Formativas	HORAS	PRESENCIALIDAD
	Código AF-01	32	100%
	Código AF-02	16	100%
	Código AF-03	3	100%
	Código AF-04	99	0%
Metodologías docentes	<i>Código MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>		
	<i>Código MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>		
	<b>Código MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>		
	<i>Código MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</i>		
	<i>Código MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>		
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>	10%	80%
	<i>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</i>	10%	80%
	<i>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</i>	10%	80%
Observaciones			
Asignatura 2	<b>TEORIA DE LA IMAGEN</b>		
	Carácter	BASICA	



	Ámbito de conocimiento	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas				
	ECTS asignatura	6				
	Idioma	ESPAÑOL				
	ECTS Sem 1	X	ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8		ECTS Sem 9	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <del>Conceptos de imagen</del></li> <li>● Aspectos teóricos en torno a la imagen.</li> <li>● <del>Los códigos de la comunicación de masas: audiovisual, sonoro, gráfico, digital, escrito y oral</del></li> <li>● <del>Iconicidad y narratividad</del></li> <li>● Análisis visual de los medios de comunicación masivos.</li> <li>● Narrativa y storytelling del discurso publicitario.</li> <li>● Relaciones e interacciones entre la imagen y el texto.</li> <li>● <del>El código icónico en los medios y soportes persuasivos, informativos y de entretenimiento</del></li> <li>● Análisis de imágenes (líneas, puntos, planos, formas, proporción áurea, ley de tercios, simetría dinámica, etc.).</li> <li>● Introducción al diseño y análisis de imágenes gráficas, audiovisuales y digitales</li> </ul>					
Actividades formativas	Actividades Formativas	HORAS		PRESENCIALIDAD		
	Código AF-01	32		100%		
	Código AF-02	16		100%		
	Código AF-03	3		100%		
	Código AF-04	99		0%		
Metodologías docentes	Código MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...					
	<del>Código MD-02</del>					
	Código MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...					
	Código MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.					
	Código MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.					
	Código MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.					
	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.		Ponderación Máx.		



Sistemas de evaluación	SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN	10%	80%	
	SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.	10%	80%	
	SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.	10%	80%	
Observaciones				
Asignatura 3	<b>TEORIA DE LA PUBLICIDAD Y DE LAS RRPP</b>			
	Carácter	BASICA		
	Ámbito de conocimiento	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas		
	ECTS asignatura	6		
	Idioma	ESPAÑOL		
	ECTS Sem 1	X	ECTS Sem 2	ECTS Sem 3
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5	ECTS Sem 6
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8	ECTS Sem 9
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La comunicación empresarial e institucional. Conceptos básicos. Modelos explicativos.</li> <li>• La planificación de la publicidad. El posicionamiento. El briefing.</li> <li>• Estrategia y creatividad en la publicidad. El eje y el concepto.</li> <li>• Las relaciones públicas en empresas e instituciones. Teoría de la organización. Identidad e imagen</li> <li>• Áreas de actuación de las relaciones públicas</li> </ul>			
Actividades formativas	Actividades Formativas	HORAS	PRESENCIALIDAD	
	Código AF-01	32	100%	
	Código AF-02	16	100%	
	Código AF-03	3	100%	
	Código AF-04	99	0%	



Metodologías docentes	Código MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...							
	Código MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...							
	Código MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.							
	Código MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.							
	Código MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.							
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación		Ponderación Mín.		Ponderación Máx.			
	SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN		10%		80%			
	SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.		10%		80%			
	SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.		10%		80%			
Observaciones								
Asignatura 4	<b>EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD</b>							
	Carácter			OBLIGATORIA BÁSICA				
	Ámbito de conocimiento			Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas				
	ECTS asignatura			6				
	Idioma			ESPAÑOL				
	ECTS Sem 1			ECTS Sem 2			ECTS Sem 3	X
	ECTS Sem 4			ECTS Sem 5			ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7			ECTS Sem 8			ECTS Sem 9	
Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Funciones e integrantes del sistema de la publicidad en el marco general de la teoría de la publicidad.</li> <li>2. Nacimiento y evolución de las formas y procesos de la comunicación publicitaria.</li> <li>3. Modelos teóricos de la publicidad.</li> <li>4. Formas y procesos de la comunicación publicitaria.</li> </ol>							



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teoría para comprender la naturaleza y complejidad del fenómeno publicitario. Bases del desarrollo histórico.</li> <li>• De la imprenta al desarrollo de la publicidad moderna (1850-1914).</li> <li>• Los cimientos de la industria publicitaria y los primeros modelos teóricos de la publicidad.</li> <li>• Evolución de las formas y procesos de la publicidad en la era del consumo y la comunicación</li> </ul>		
Actividades formativas	Actividades Formativas	HORAS	PRESENCIALIDAD
	Código AF-01	32	100%
	Código AF-02	16	100%
	Código AF-03	3	100%
	Código AF-04	99	0%
Metodologías docentes	Código MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...		
	Código MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...		
	Código MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.		
	Código MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.		
	Código MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.		
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN	10%	80%
	SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.	10%	80%
	SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.	10%	80%
Observaciones			



--	--

<b>MÓDULO 2</b>	<b>FORMACIÓN OBLIGATORIA</b>					
	ECTS Módulo 2		<b>108</b>			
<b>Materia 1</b>	<b>TEORIA E HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN</b>					
	Carácter		<b>OBLIGATORIA</b>			
	ECTS Materia		12			
	Unidad temporal		Elija un elemento.			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	12
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje de la Materia</b>	<b>Conocimientos o contenidos (C)</b>		<i>C-01: CG 1, CG2, CG8, CG6, CG16</i> <i>C-02: CG7, CG11</i> <i>C-03: CG10, CG12, CG13, CG14, CG15</i> <i>C-05: CG4, CG5, CG3</i>			
	<b>Habilidades o destrezas (HD)</b>		<i>HD-01: CT1, CT2</i> <i>HD-02: CT3, CT18, CT16</i> <i>HD-03: CT4, CT5, CT20</i> <i>HD-04: CT7, CT9</i> <i>HD-06: CT12, CT21, CT22</i> <i>HD-08: CT11</i>			
	<b>Competencias (COM)</b>		<i>CO-01, CB1</i> <i>CO-02, CB2</i> <i>CO-03, CB3</i> <i>CO-04, CB4</i> <i>CO-05, CB5</i> <i>CE-02, CE6, CE18, CE34, CE35</i> <i>CE-04, CE8, CE16, CE25, CE10, CE32</i> <i>SOS-1</i>			
<b>Asignatura 1</b>	<b>ESTRATEGIA PUBLICITARIA</b>					
	Carácter		<b>OBLIGATORIA</b>			
	ECTS asignatura		<b>6</b>			
	Idioma		<b>Castellano</b>			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	<b>x</b>



	ECTS Sem 4	ECTS Sem 5	ECTS Sem 6
	ECTS Sem 7	ECTS Sem 8	
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aspectos teóricos en torno a la estrategia publicitaria</li> <li>● La estrategia de comunicación en el plan de marketing.</li> <li>● Figura del planner en la agencia publicitaria</li> <li>● El consumer insight</li> <li>● Estrategias y técnicas publicitaria</li> </ul>		
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad %/h</b>
	<i>AF-01</i>	<b>32</b>	<b>100%</b>
	<i>AF-02</i>	<b>16</b>	<b>100%</b>
	<i>AF-03</i>	<b>3</b>	<b>100%</b>
	<i>AF-04</i>	<b>99</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	<i>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>		
	<i>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>		
	<i>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>		
	<i>MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</i>		
	<i>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</i>		
	<i>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>		
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>	<b>10%</b>	<b>80%</b>



	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>	
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>	
<b>Asignatura 2</b>	<b>EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y PROCESOS DE LAS RRPP</b>			
	<b>Carácter</b>	<b>OBLIGATORIA</b>		
	<b>ECTS asignatura</b>	<b>6</b>		
	<b>Idioma</b>	<b>Castellano</b>		
	<b>ECTS Sem 1</b>	<b>ECTS Sem 2</b>	<b>ECTS Sem 3</b>	<b>x</b>
	<b>ECTS Sem 4</b>	<b>ECTS Sem 5</b>	<b>ECTS Sem 6</b>	
	<b>ECTS Sem 7</b>	<b>ECTS Sem 8</b>		
<b>Contenidos</b>	<p>—1. Aproximación conceptual</p> <p><b>1. TEORÍA E HISTORIA DE LA PROPAGANDA</b></p> <p>2. NACIMIENTO Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN ESTADOS UNIDOS</p> <p>3. LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EUROPA. NACIMIENTO Y EVOLUCION</p> <p>4. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS</p> <p><b>4. LOS MODELOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS</b></p> <p>5. PRINCIPALES HERRAMIENTAS DE LAS RR.PP.</p> <p><b>5. APROXIMACIÓN CONCEPTUAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS</b></p>			
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad %/h</b>	
	<b>AF-01</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>	
	<b>AF-02</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>	
	<b>AF-03</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>	
	<b>AF-04</b>	<b>99</b>	<b>0%</b>	
<b>Metodologías docentes</b>	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>			



	<b>MD-03</b>		
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>		
	<b>MD-07: TRABAJO GUIADO DE BÚSQUEDA, ANÁLISIS Y GESTIÓN DE INFORMACIÓN...</b>		
	<b>MD-10: PRUEBAS ORALES Y/O ESCRITAS PARA EVALUACIÓN INICIAL, FORMATIVA Y SUMATIVA.</b>		
	<b>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</b>		
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>		
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	<del>10%</del> <b>40%</b>	<del>80%</del> <b>60%</b>
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	<del>10%</del> <b>30%</b>	<del>80%</del> <b>50%</b>
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	10%	<del>80%</del> <b>30%</b>
<b>Observaciones</b>			

<b>Materia 2</b>	<b>INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN</b>	
	<b>Carácter</b>	<b>OBLIGATORIA</b>
	<b>ECTS Materia</b>	<b>12</b>



	Unidad temporal		Elija un elemento.			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4	6	ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	6
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			
Resultados del proceso de formación y aprendizaje de la Materia	<b>Conocimientos o contenidos (C)</b>		<i>C-01</i> : CG 1, CG2, CG8, CG6, CG16 <i>C-02</i> : CG7, CG11 <i>C-04</i> : CG9, CG17			
	<b>Habilidades o destrezas (HD)</b>		<i>HD-01</i> : CT1, CT2 <i>HD-02</i> : CT3, CT18, CT16 <i>HD-03</i> : CT4, CT5, CT20 <i>HD-04</i> : CT7, CT9 <i>HD-06</i> : CT12, CT21, CT22 <i>HD-07</i> : CT13, CT14			
	<b>Competencias (COM)</b>		<i>CO-01</i> , -CB1 <i>CO-02</i> , -CB2 <i>CO-03</i> , -CB3 <i>CO-05</i> , -CB5 <i>CE-03</i> , -CE7, CE9, CE37-CE39 <i>CE-12</i> , -CE45, -CE70 <i>CE-13</i> , -CE41 <i>CE-14</i> : -CE71 <i>SOS-1</i>			
Asignatura 1	<b>LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN COMUNICACIÓN</b>					
	<b>Carácter</b>		<b>OBLIGATORIA</b>			
	<b>ECTS asignatura</b>		<b>6</b>			
	<b>Idioma</b>		<b>Castellano</b>			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	✗
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	X
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			
<b>Contenidos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La investigación científica.</li> <li>2. El proceso investigador.</li> <li>3. Componentes de la investigación.</li> <li>4. Estrategias de investigación.</li> <li>5. Análisis de la información.</li> <li>6. Investigación en los medios.</li> <li>7. Investigación en Publicidad y RR.PP.</li> </ol> <p style="color: red;">           1. Introducción: consideraciones básicas            2. La formulación y definición de problemas e hipótesis            3. La recolección de información: fuentes primarias y secundarias            4. Análisis de información y contraste de hipótesis            5. La elaboración de informes y artículos científicos.            6. Estudios de caso         </p>					
	<b>Actividades Formativas</b>		<b>Horas</b>		<b>Presencialidad %/h</b>	



Actividades formativas	AF-01	32	100%
	AF-02	16	100%
	AF-03	3	100%
	AF-04	99	0%
Metodologías docentes	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>		
	<b>MD-03</b>		
	<b>MD-04</b>		
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>		
	<b>MD-07: TRABAJO GUIADO DE BÚSQUEDA, ANÁLISIS Y GESTIÓN DE INFORMACIÓN...</b>		
	<b>MD-10: PRUEBAS ORALES Y/O ESCRITAS PARA EVALUACIÓN INICIAL, FORMATIVA Y SUMATIVA.</b>		
	<b>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</b>		
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>		
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	<del>10%</del> <b>40%</b>	<del>80%</del> <b>60%</b>
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	<del>10%</del> <b>30%</b>	<del>80%</del> <b>50%</b>
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN</b>	10%	<del>80%</del> <b>30%</b>



	<b>ACTIVA</b>	<b>DEL</b>				
	<b>ESTUDIANTE.</b>					
<b>Observaciones</b>						
<b>Asignatura 2</b>	<b>PLANIFICACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MEDIOS Y AUDIENCIAS</b>					
	<b>Carácter</b>		<b>OBLIGATORIA</b>			
	<b>ECTS asignatura</b>		<b>6</b>			
	<b>Idioma</b>		<b>Castellano</b>			
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>	
	<b>ECTS Sem 4</b>	<b>X</b>	<b>ECTS Sem 5</b>		<b>ECTS Sem 6</b>	
	<b>ECTS Sem 7</b>		<b>ECTS Sem 8</b>			
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Introducción a la planificación de medios.</li> <li>● Diseño de la Investigación. Público objetivo. Análisis de contenido. Fuentes de información.</li> <li>● La oferta de medios de comunicación. Formatos publicitarios.</li> <li>● Métodos y fuentes para la investigación de medios y audiencias.</li> <li>● Realización de un plan de medios.</li> </ul>					
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>		<b>Horas</b>		<b>Presencialidad %/h</b>	
	<i>AF-01</i>		<i>32</i>		<i>100%</i>	
	<i>AF-02</i>		<i>16</i>		<i>100%</i>	
	<i>AF-03</i>		<i>3</i>		<i>100%</i>	
	<i>AF-04</i>		<i>99</i>		<i>0%</i>	
<b>Metodologías docentes</b>	<i>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>					
	<i>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</i>					
	<i>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>					
	<i>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>					



Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN	10%	80%
	SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.	10%	80%
	SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.	10%	80%
Observaciones			

Materia 3	PLANIFICACIÓN, ESTRATEGIAS Y CREACIÓN EN COMUNICACIÓN					
	Carácter			OBLIGATORIA		
	ECTS Materia			18		
	Unidad temporal			Elija un elemento.		
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	6
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5	6 12	ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			
	Resultados del proceso de formación y aprendizaje de la Materia	Conocimientos o contenidos (C)		C-02: -CG7, CG11 C-03: -CG10, CG12, CG13, CG14, CG15 C-04: -CG9, CG17		
Habilidades o destrezas (HD)		HD-01: -CT1, CT2 HD-02: -CT3, CT18, CT16 HD-03: -CT4, CT5, CT20 HD-04: -CT7, CT9 HD-05: -CT6, CT17, CT19				



		<p>HD-06: <del>CT12, CT21, CT22</del>          HD-07: <del>CT13, CT14</del>          HD-08: <del>CT11</del></p>			
	<b>Competencias (COM)</b>	<p>CO-01, <del>CB1</del>          CO-02, <del>CB2</del>          CO-03, <del>CB3</del>          CO-04, <del>CB4</del>          CO-05, <del>CB5</del>          CE-02, <del>CE6 CE18 CE34 CE35</del>          CE-04, <del>CE8, CE16, CE25, CE10, CE32</del>          CE-05, <del>CE24, CE43, CE46, CE68</del>          CE-11, <del>CE38, CE59, CE65</del>          CE-14: <del>CE71</del>          CE-15, <del>CE57, CE58, CE52, CE67, CE64</del>          SOS-2,          SOS-4,          SOS-1,</p>			
<b>Asignatura 1</b>	<b>TÉCNICAS DE PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE ACTOS Y EVENTOS</b>				
	<b>TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y PROTOCOLO</b>				
	<b>Carácter</b>	<b>OPTATIVA OBLIGATORIA</b>			
	<b>ECTS asignatura</b>	<b>6</b>			
	<b>Idioma</b>	<b>Castellano</b>			
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>	<b>X</b>	<b>ECTS Sem 6</b>
<b>ECTS Sem 7</b>	<b>-X</b>	<b>ECTS Sem 8</b>			
<b>Contenidos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Protocolo y organización de actos como técnica de relaciones públicas</li> <li>2. Gestión de los públicos a través de la organización de actos</li> <li>3. Precedentes e historia universal del ceremonial y el protocolo</li> <li>4. Historia del ceremonial y el protocolo en España</li> <li>5. Técnicas de ceremonial y protocolo</li> <li>6. El protocolo oficial             <ol style="list-style-type: none"> <li>6.1. Estructura del Estado</li> <li>6.2. Protocolo de estado: el RD 2099/83</li> <li>6.3. Protocolo autonómico y local</li> <li>6.4. Normativa reguladora de símbolos oficiales: vexilología, escudos, himnos.</li> </ol> </li> <li>7. El ceremonial corporativo: protocolo en la empresa</li> </ol> <p>- Organización y producción de eventos          - Protocolo</p>				
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad %/h</b>		
	<b>AF-01</b>	<b>32</b>	<b>100</b>		



	<b>AF-02</b>	<b>16</b>	<b>100</b>
	<b>AF-03</b>	<b>3</b>	<b>100</b>
	<b>AF-04</b>	<b>99</b>	<b>00</b>
<b>Metodologías docentes</b>	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>		
	<b>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</b>		
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>		
	<b>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</b>		
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>		
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
<b>Observaciones</b>			

<b>Asignatura 2</b>	<b><del>MARKETING Y GESTIÓN DE CUENTAS</del></b>	
	<b>GESTIÓN DE CUENTAS EN PUBLICIDAD Y RPP</b>	
<b>Carácter</b>	<b>OBLIGATORIA</b>	



	ECTS asignatura		6			
	Idioma		Castellano			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	X
	ECTS Sem 4	X	ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			
<b>Contenidos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La dirección de Marketing</li> <li>2. Las estrategias de marketing: Marketing mix</li> <li>3. Planificación, ejecución y control del Plan de Marketing</li> <li>4. Introducción a la dirección de cuentas</li> <li>5. Funciones del director de cuentas</li> <li>6. Relaciones agencia-anunciante</li> <li>7. Planificación de cuentas</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contextualización del departamento de cuentas en la agencia publicitaria.</li> <li>- Funciones y perfiles de los profesionales del departamento de cuentas</li> <li>- Relación agencia-cliente</li> <li>- Herramientas de gestión de cuentas</li> </ul>					
<b>Actividades formativas</b>	Actividades Formativas		Horas		Presencialidad %/h	
	AF-01		32		100%	
	AF-02		16		100%	
	AF-03		3		100%	
	AF-04		99		0%	
<b>Metodologías docentes</b>	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>					
	<b>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</b>					
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>					
	<b>MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</b>					
	<b>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</b>					



	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>				
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>		<b>Ponderación Mín.</b>		<b>Ponderación Máx.</b>
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>		<b>10%</b>		<b>80%</b>
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>		<b>10%</b>		<b>80%</b>
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>		<b>10%</b>		<b>80%</b>
<b>Observaciones</b>					
<b>Asignatura 3</b>	<b>CREATIVIDAD PUBLICITARIA</b>				
	<b>Carácter</b>		<b>OBLIGATORIA</b>		
	<b>ECTS asignatura</b>		<b>6</b>		
	<b>Idioma</b>		<b>Castellano</b>		
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>	<b>x</b>	<b>ECTS Sem 6</b>
	<b>ECTS Sem 7</b>		<b>ECTS Sem 8</b>		
<b>Contenidos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introducción a la creatividad</li> <li>2. El proceso creativo</li> <li>3. La creatividad en los medios</li> <li>4. Métodos y técnicas aplicados a la Publicidad y las RR.PP.</li> <li>5. La creatividad aplicada</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aspectos teóricos en torno a la creatividad.</li> <li>- Las ideas y su ejecución en publicidad.</li> <li>- La creatividad publicitaria como actividad profesional.</li> <li>- Estrategia y creatividad.</li> </ul>				



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Festivales publicitarios.</li> <li>- Técnicas para la generación de ideas.</li> </ul>		
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad %/h</b>
	<i>AF-01</i>	<b>32</b>	<b>100</b>
	<i>AF-02</i>	<b>16</b>	<b>100</b>
	<i>AF-03</i>	<b>3</b>	<b>100</b>
	<i>AF-04</i>	<b>99</b>	<b>00</b>
<b>Metodologías docentes</b>	<i>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>		
	<i>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>		
	<i>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>		
	<i>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</i>		
	<i>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>		
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
	<i>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</i>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
	<i>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</i>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
<b>Observaciones</b>			



<b>Materia 4</b>	<b>TECNICAS Y HERRAMIENTAS EN COMUNICACIÓN</b>					
	<b>Carácter</b>		<b>OBLIGATORIA</b>			
	<b>ECTS Materia</b>		<b>18</b>			
	<b>Unidad temporal</b>					
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>	<b>6</b>	<b>ECTS Sem 3</b>	
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>		<b>ECTS Sem 6</b>	<b>12</b>
	<b>ECTS Sem 7</b>		<b>ECTS Sem 8</b>			
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje de la Materia</b>	<b>Conocimientos o contenidos (C)</b>		<i>C-01:</i> -CG1, CG2, CG8, CG6, CG16 <i>C-02:</i> -CG7, CG11 <i>C-03:</i> -CG10, CG12, CG13, CG14, CG15			
	<b>Habilidades o destrezas (HD)</b>		<i>HD-01:</i> -CT1, CT2 <i>HD-02:</i> -CT3, CT18, CT16 <i>HD-03:</i> -CT4, CT5, CT20 <i>HD-04:</i> -CT7, CT9 <i>HD-05:</i> -CT6, CT17, CT19 <i>HD-06:</i> -CT12, CT21, CT22 <i>HD-07:</i> -CT13, CT14 <i>HD-08:</i> -CT11			
	<b>Competencias (COM)</b>		<i>CO-01:</i> -CB1 <i>CO-02:</i> -CB2 <i>CE-02:</i> CE6 CE18 CE34 CE35 <i>CE-05:</i> CE24, CE43, CE46, CE68 <i>CE-07:</i> CE19, CE50, CE51 <i>CE-08:</i> -CE20, CE30 <i>CE-09:</i> -CE23, CE48 <i>CE-12:</i> -CE45, CE70 <i>CE-14:</i> -CE71 <i>SOS-1,</i> <i>SOS-2,</i> <i>SOS-3,</i>			
<b>Asignatura 1</b>	<b>REDACCIÓN PUBLICITARIA</b>					
	<b>Carácter</b>		<b>OPTATIVA OBLIGATORIA</b>			
	<b>ECTS asignatura</b>		<b>6</b>			
	<b>Idioma</b>		<b>Castellano</b>			
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>	
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>		<b>ECTS Sem 6</b>	<b>X</b>



	ECTS Sem 7	ECTS Sem 8		
<b>Contenidos</b>	1. Fundamentos de la redacción publicitaria 2. Estrategias creativas y retóricas 3. La marca y el eslogan 4. La relación texto e imagen 5. La redacción adaptada a medios gráficos 6. La redacción adaptada a medios audiovisuales y digitales  <ul style="list-style-type: none"> <li>• El eslogan.</li> <li>• El nombre de marca.</li> <li>• Brand voice &amp; tone.</li> <li>• Música y redacción publicitaria.</li> <li>• Redacción publicitaria aplicada a diversos medios y herramientas</li> </ul>			
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad %/h</b>	
	<b>AF-01</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>	
	<b>AF-02</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>	
	<b>AF-03</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>	
	<b>AF-04</b>	<b>99</b>	<b>0%</b>	
<b>Metodologías docentes</b>	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>			
	<b>MD-02</b>			
	<b>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</b>			
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>			
	<b>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</b>			
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>			
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>	
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>	
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>	



	<b>ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>					
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>		<b>10%</b>		<b>80%</b>	
<b>Observaciones</b>						
<b>Asignatura 2</b>	<b>DIRECCIÓN DE ARTE EN PUBLICIDAD</b>					
	<b>Carácter</b>			<b>OPTATIVA OBLIGATORIA</b>		
	<b>ECTS asignatura</b>		<b>6</b>			
	<b>Idioma</b>		<b>Castellano</b>			
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>	
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>		<b>ECTS Sem 6</b>	<b>x</b>
	<b>ECTS Sem 7</b>		<b>ECTS Sem 8</b>			
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La dirección de arte en el proceso publicitario.</li> <li>- El perfil del director/a de arte</li> <li>- Elementos del diseño: <b>la conceptualización, el color, las tipografías, la composición, la fotografía, la ilustración.</b></li> <li>- Metodologías de trabajo y herramientas <b>del diseño.</b></li> <li>- El proceso de creación</li> <li>- <b>Influencias y revisión histórico-artística. Tendencias presentes</b></li> </ul>					
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>		<b>Presencialidad %/h</b>		
	<b>AF-01</b>	<b>32</b>		<b>100%</b>		
	<b>AF-02</b>	<b>16</b>		<b>100%</b>		
	<b>AF-03</b>	<b>3</b>		<b>100%</b>		
	<b>AF-04</b>	<b>99</b>		<b>0%</b>		



Metodologías docentes	<i>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>					
	<i>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</i>					
	<i>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>					
	<i>MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</i>					
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación		Ponderación Mín.		Ponderación Máx.	
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>		10%		80%	
	<i>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</i>		10%		80%	
	<i>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</i>		10%		80%	
Observaciones						
Asignatura 3	<b>FUNDAMENTOS TÉCNICOS EN LA PUBLICIDAD DIGITAL</b>					
	Carácter		OBLIGATORIA			
	ECTS asignatura		6			
	Idioma		Castellano			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2	X	ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			



<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptos técnicos básicos para la publicidad digital.</li> <li>• Procesado de la imagen y su importancia en la publicidad.</li> <li>• Creación y composición de documentos y productos audiovisuales para la publicidad digital</li> </ul>		
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad %/h</b>
	<i>AF-01</i>	28	100
	<i>AF-02</i>	20	100
	<i>AF-03</i>	3	100%
	<i>AF-04</i>	99	0
<b>Metodologías docentes</b>	<i>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>		
	<i>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</i>		
	<i>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>		
	<i>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>		
	<i>MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</i>		
	<i>MD-10: PRUEBAS ORALES Y/O ESCRITAS PARA EVALUACIÓN INICIAL, FORMATIVA Y SUMATIVA.</i>		
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>	10%	50%
	<i>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</i>	10%	50%



	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	<b>0%</b>	<b>20%</b>
Observaciones			

<b>Materia 5</b>	<b>ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>							
	<b>Carácter</b>			<b>OBLIGATORIA</b>				
	<b>ECTS Materia</b>			<b>12</b>				
	<b>Unidad temporal</b>							
	<b>ECTS Sem 1</b>			<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>	<b>6</b>	
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>6</b>	<b>ECTS Sem 5</b>		<b>6</b>	<b>ECTS Sem 6</b>	<b>6</b>
	<b>ECTS Sem 7</b>			<b>ECTS Sem 8</b>				
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje de la Materia</b>	<b>Conocimientos o contenidos (C)</b>		<i>C-01:</i> <del>CG 1, CG2, CG8, CG6, CG16</del> <i>C-02:</i> <del>CG7, CG11</del> <i>C-03:</i> <del>CG10, CG12, CG13, CG14, CG15</del> <i>C-04:</i> <del>CG9, CG17</del>					
	<b>Habilidades o destrezas (HD)</b>		<i>HD-02:</i> <del>CT3, CT18, CT16</del> <i>HD-03:</i> <del>CT4, CT5, CT20</del> <i>HD-04:</i> <del>CT7, CT9</del> <i>HD-05:</i> <del>CT6, CT17, CT19</del> <i>HD-06:</i> <del>CT12, CT21, CT22</del>					
	<b>Competencias (COM)</b>		<i>CO-02,</i> <del>CB2</del> <i>CO-03,</i> <del>CB3</del> <i>CO-04,</i> <del>CB4</del> <i>CE-02,</i> <del>CE6, CE18, CE34, CE35</del> <i>CE-05,</i> <del>CE24, CE43, CE46, CE68</del> <i>CE-11,</i> <del>CE38, CE59, CE65</del> <i>CE-14:</i> <del>CE71</del> <i>CE-15,</i> <del>CE57, CE58, CE52, CE67, CE64</del> <i>SOS-1,</i> <i>SOS-3,</i> <i>SOS-4,</i>					
<b>Asignatura 1</b>	<b>DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN</b>							
	<b>Carácter</b>			<b>OBLIGATORIA</b>				
	<b>ECTS asignatura</b>			<b>6</b>				
	<b>Idioma</b>			<b>Castellano</b>				



	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	X
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La dirección en comunicación.</li> <li>• Dircom: perfil y competencias.</li> <li>• La gestión de la comunicación en las organizaciones.</li> <li>• Comunicación en las instituciones públicas</li> <li>• Gestión de los medios de comunicación</li> </ul>					
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad %/h</b>			
	<i>AF-01</i>	32	100%			
	<i>AF-02</i>	16	100%			
	<i>AF-03</i>	3	100%			
	<i>AF-04</i>	99	0%			
<b>Metodologías docentes</b>	<i>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>					
	<i>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>					
	<i>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>					
	<i>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</i>					
	<i>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>					
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>			
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>	10%	80%			
	<i>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y</i>	10%	80%			



	<b>ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>			
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>		10%	80%
<b>Observaciones</b>				
<b>Asignatura 2</b>	<b>RELACIONES PÚBLICAS ESPECIALIZADAS</b>			
	<b>Carácter</b>		<b>OBLIGATORIA</b>	
	<b>ECTS asignatura</b>		<b>6</b>	
	<b>Idioma</b>		<b>Castellano</b>	
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>	<b>ECTS Sem 3</b>
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>	<b>X</b> <b>ECTS Sem 6</b>
	<b>ECTS Sem 7</b>		<b>ECTS Sem 8</b>	
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comunicación de crisis.</li> <li>● Lobby.</li> <li>● Relaciones públicas sectoriales.</li> <li>● Comunicación interna.</li> <li>● Responsabilidad Social Corporativa.</li> </ul>			
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad %/h</b>	
	<b>AF-01</b>	32	100%	
	<b>AF-02</b>	16	100%	
	<b>AF-03</b>	3	100%	
	<b>AF-04</b>	99	0%	



Metodologías docentes	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>		
	<b>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</b>		
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>		
	<b>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</b>		
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>		
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	10%	80%
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	10%	80%
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	10%	80%
Observaciones			

<b>Materia 6</b>	<b>ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN EMPRESARIAL</b>					
	Carácter			OBLIGATORIA		
	ECTS Materia			12		
	Unidad temporal					
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	



	ECTS Sem 4	12	ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			
Resultados del proceso de formación y aprendizaje de la Materia	Conocimientos o contenidos (C)		C-02, CG7, CG11 C-03, CG10, CG12, CG13, CG14, CG15			
	Habilidades o destrezas (HD)		HD-01: CT1, CT2 HD-02: CT3, CT18, CT16 HD-03: CT4, CT5, CT20 HD-05: CT6, CT17, CT19 HD-06: CT12, CT21, CT22 HD-08: CT11			
	Competencias (COM)		CO-01, CB1 CO-02, CB2 CO-03, CB3 CO-04, CB4 CO-05, CB5 CE-02, CE6, CE18, CE34, CE35 CE-04, CE8, CE16, CE25, CE10, CE32 CE-05, CE24, CE43, CE46, CE68 CE-06, CE15 CE-08, CE20, CE30 SOS-1, SOS-2, SOS-4,			
Asignatura 1	<b>PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN RELACIONES PÚBLICAS</b>					
	Carácter		OBLIGATORIA			
	ECTS asignatura		6			
	Idioma		Castellano			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4	X	ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			
Contenidos	<p>Introducción: Contexto, Conceptos y consideraciones generales</p> <p>Estrategia corporativa en relaciones públicas.</p> <p>El plan de comunicación.: la investigación</p> <p>El plan de comunicación: la planificación estratégica</p> <p>El plan de comunicación: la acción</p> <p>El plan de comunicación: la evaluación</p>					
Actividades formativas	Actividades Formativas		Horas		Presencialidad %/h	
	AF-01		32		100%	



	<b>AF-02</b>	16	100%
	<b>AF-03</b>	3	100%
	<b>AF-04</b>	99	0%
Metodologías docentes	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>		
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>		
	<b>MD-07: TRABAJO GUIADO DE BÚSQUEDA, ANÁLISIS Y GESTIÓN DE INFORMACIÓN...</b>		
	<b>MD-10: PRUEBAS ORALES Y/O ESCRITAS PARA EVALUACIÓN INICIAL, FORMATIVA Y SUMATIVA.</b>		
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>		
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	40%	60%
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	30%	50%
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	10%	30%
Observaciones			
Asignatura 2	<b>GESTIÓN DE MARCA</b>		
	Carácter	OBLIGATORIA	



	ECTS asignatura		6			
	Idioma		Castellano			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4	X	ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto y aproximación teórica a la dimensión de la marca</li> <li>• Evolución histórica del concepto de marca</li> <li>• La arquitectura de marca</li> <li>• Modelos de gestión de marca</li> </ul>					
Actividades formativas	Actividades Formativas	Horas		Presencialidad %/h		
	<i>AF-01</i>	32		100%		
	<i>AF-02</i>	16		100%		
	<i>AF-03</i>	3		100%		
	<i>AF-04</i>	99		0%		
Metodologías docentes	<i>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>					
	<i>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>					
	<i>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>					
	<i>MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</i>					
	<i>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</i>					
	<i>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>					



Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	10%	80%
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	10%	80%
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	10%	80%
Observaciones			

<b>Materia 7</b>	<b>ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL</b>					
	Carácter		OBLIGATORIA			
	ECTS Materia		12			
	Unidad temporal					
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4	6	ECTS Sem 5	<del>6</del> 6	ECTS Sem 6	6
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			
Resultados del proceso de formación y aprendizaje de la Materia	Conocimientos o contenidos (C)		C-01: CG 1, CG2, CG8, CG6, CG16 C-02: CG7, CG11 C-04: CG9, CG17			
	Habilidades o destrezas (HD)		HD-02: CT3, CT18, CT16 HD-04: CT7, CT9 HD-05: CT6, CT17, CT19			
	Competencias (COM)		CO-02, CB2 CO-03, CB3 CE-05, CE24, CE43, CE46, CE68 SOS-1, SOS-2,			



	SOS-3, SOS-4,				
Asignatura 1	<b>COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y EL CAMBIO SOCIAL</b>				
	Carácter		OBLIGATORIA		
	ECTS asignatura		6		
	Idioma		Castellano		
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3
	ECTS Sem 4	X	ECTS Sem 5	✗	ECTS Sem 6
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8		
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <del>Modelos y etapas de la CDCS. Modelo de difusión de innovaciones, modelo de la dependencia, modelo de la multiplicidad.</del></li> <li>● <del>Diseño, seguimiento y evaluación de proyectos de Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social. Metodologías participativas de investigación-acción. Sistematización de experiencias.</del></li> <li>● <del>Las organizaciones impulsoras de la Comunicación para el Desarrollo en España. El Tercer Sector Audiovisual. Los medios comunitarios.</del></li> <li>● <del>El trabajo comunicativo en los proyectos y programas de intervención relacionados con el cambio social y el desarrollo.</del></li> <li>● <del>Procesos Comunicativos y Campañas Comunicativas para el impulso de la CDCS</del></li> <li>● <del>Nuevas tendencias en la CDCS. Publicidad Social, RSC, redes sociales</del></li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Las relaciones entre Comunicación, Cambio Social y Desarrollo. <b>Genealogía y evolución de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS).</b></li> <li>● <b>Contextos y escenarios de la CDCS.</b></li> <li>● <b>Modelos y etapas de la CDCS.</b></li> <li>● <b>Actores sociales impulsores de la CDCS.</b></li> <li>● <b>La CDCS en los organismos internacionales de la ONU (UNESCO, FAO). La CDCS, los ODS y la Agenda 2030.</b></li> </ul>				
Actividades formativas	Actividades Formativas		Horas		Presencialidad %/h
	AF-01		32		100%
	AF-02		16		100%
	AF-03		3		100%
	AF-04		99		0%
Metodologías docentes	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>				



	<i>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>		
	<i>MD-05: SESIONES MONOGRÁFICAS SOBRE TEMAS DE ACTUALIDAD DE LA ASIGNATURA.</i>		
	<i>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>		
	<i>MD-07: TRABAJO GUIADO DE BÚSQUEDA, ANÁLISIS Y GESTIÓN DE INFORMACIÓN...</i>		
	<i>MD-10: PRUEBAS ORALES Y/O ESCRITAS PARA EVALUACIÓN INICIAL, FORMATIVA Y SUMATIVA.</i>		
	<i>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</i>		
	<i>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>		
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
	<i>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</i>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
	<i>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</i>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
<b>Observaciones</b>			
<b>Asignatura 2</b>	<b>COMUNICACIÓN, DERECHOS HUMANOS E IGUALDAD</b>		
	<b>Carácter</b>	<b>OBLIGATORIA</b>	



	ECTS asignatura		6			
	Idioma		Castellano			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5	X	ECTS Sem 6	✖
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			
<b>Contenidos</b>	<p><del>1. Los Derechos Humanos como productos culturales.</del>  <del>2. Los Derechos Humanos y la Comunicación: evolución histórica hasta la actualidad.</del>  <del>3. Los Derechos Humanos y la Comunicación en la Sociedad de la Información. Software libre, Conocimiento abierto, propiedad intelectual.</del>  <del>4. Políticas de Igualdad y Políticas e Comunicación. El tratamiento de la violencia de género y de la Igualdad en los medios de Comunicación.</del>  <del>5. Discurso, imagen y poder: la imagen de la mujer en los medios de comunicación.</del>  <del>6. Políticas de Comunicación e Igualdad en la Sociedad de la Información.</del></p> <p>1. Perspectivas teóricas para el estudio de los derechos humanos. Generaciones de derechos humanos. Los derechos humanos como productos culturales</p> <p>2. Los derechos humanos y la comunicación. Evolución histórica. Libertad de expresión, derecho de acceso y derecho a la comunicación.</p> <p>3. Los derechos de la comunicación en la Sociedad de la Información y en la era digital. Movimientos sociales en el impulso y defensa de los derechos de la comunicación. Los derechos de la comunicación y la IA.</p> <p>4. Comunicación e igualdad en la era digital. Comunicación, tecnología y género. Diferentes, desiguales y desconectados. Discurso, imagen y poder. Análisis del discurso y perspectiva de género. Derechos LGBTIQ+, Comunicación y Cultura.</p> <p>5. Derechos humanos, comunicación e igualdad en la producción teórica de la ONU, en los ODS y en la Agenda 2030.</p>					
<b>Actividades formativas</b>	Actividades Formativas		Horas		Presencialidad %/h	
	AF-01		32		100%	
	AF-02		16		100%	
	AF-03		3		100%	
	AF-04		99		0%	
<b>Metodologías docentes</b>	MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...					
	MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...					



	<b>MD-05: SESIONES MONOGRÁFICAS SOBRE TEMAS DE ACTUALIDAD DE LA ASIGNATURA.</b>		
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>		
	<b>MD-07: TRABAJO GUIADO DE BÚSQUEDA, ANÁLISIS Y GESTIÓN DE INFORMACIÓN...</b>		
	<b>MD-10: PRUEBAS ORALES Y/O ESCRITAS PARA EVALUACIÓN INICIAL, FORMATIVA Y SUMATIVA.</b>		
	<b>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</b>		
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>		
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
<b>Observaciones</b>			

<b>Materia 8</b>	<b>NUEVAS TENDENCIAS EN COMUNICACIÓN</b>	
	<b>Carácter</b>	<b>OBLIGATORIA</b>



	<b>ECTS Materia</b>		<b>12</b>			
	<b>Unidad temporal</b>					
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>	
	<b>ECTS Sem 4</b>	<b>6</b>	<b>ECTS Sem 5</b>	<b>6</b>	<b>ECTS Sem 6</b>	
	<b>ECTS Sem 7</b>		<b>ECTS Sem 8</b>			
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje de la Materia</b>	<b>Conocimientos o contenidos (C)</b>		<del>C-02;</del> <del>CG7, CG11</del> <del>C-03;</del> <del>CG10, CG12, CG13, CG14, CG15</del> <del>C-04;</del> <del>CG9, CG17</del> <del>C-05;</del> <del>CG4, CG5, CG3</del>			
	<b>Habilidades o destrezas (HD)</b>		<del>HD-01:</del> <del>CT1, CT2</del> <del>HD-02:</del> <del>CT3, CT18, CT16</del> <del>HD-03:</del> <del>CT4, CT5, CT20</del> <del>HD-04:</del> <del>CT7, CT9</del> <del>HD-05:</del> <del>CT6, CT17, CT19</del> <del>HD-06:</del> <del>CT12, CT21, CT22</del> <del>HD-07:</del> <del>CT13, CT14</del> <del>HD-08:</del> <del>CT11</del>			
	<b>Competencias (COM)</b>		<del>CO-01,</del> <del>CB1</del> <del>CO-02,</del> <del>CB2</del> <del>CE-05,</del> <del>CE24, CE43, CE46, CE68</del> <del>CE-06,</del> <del>CE15</del> <del>CE-07,</del> <del>CE19, CE50, CE51</del> <del>CE-08,</del> <del>CE20, CE30</del> <del>CE-09,</del> <del>CE23, CE48</del> <del>CE-11,</del> <del>CE38, CE59, CE65</del> <del>CE-12,</del> <del>CE45, CE70</del> <del>CE-14:</del> <del>CE71</del> <del>SOS-1,</del> <del>SOS-4,</del>			
<b>Asignatura 1</b>	<b>TALLERES DE COMUNICACIÓN E INTELIGENCIA EMOCIONAL</b>					
	<b>Carácter</b>		<b>OBLIGATORIA</b>			
	<b>ECTS asignatura</b>		<b>6</b>			
	<b>Idioma</b>		<b>Castellano</b>			
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>	
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>	<b>X</b>	<b>ECTS Sem 6</b>	
	<b>ECTS Sem 7</b>		<b>ECTS Sem 8</b>			
<b>Contenidos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introducción</li> <li>2. Concepto de inteligencia emocional</li> <li>3. Bases biológicas de la inteligencia emocional</li> <li>4. Inteligencia emocional y cambio organizacional en comunicación</li> <li>5. Inteligencia emocional en las relaciones laborales en comunicación</li> <li>6. Inteligencia emocional y liderazgo</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Bases sociales de la emoción. Relaciones interpersonales en el ámbito laboral:</li> </ul>					



	<p>los grupos y el liderazgo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aproximación al concepto de inteligencia emocional. Principales modelos explicativos</li> <li>• Competencias emocionales y desarrollo emocional</li> <li>• Adquisición de competencias emocionales. Técnicas para el crecimiento.</li> </ul>		
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad %/h</b>
	<b>AF-01</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>
	<b>AF-02</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>
	<b>AF-03</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>
	<b>AF-04</b>	<b>99</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>		
	<b>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</b>		
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>		
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>		
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>



Observaciones						
Asignatura 2	<del>DISEÑO GRÁFICO, MULTIMEDIA Y DE ESPACIOS COMERCIALES</del> <b>DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO I</b>					
	Carácter		OBLIGATORIA			
	ECTS asignatura		6			
	Idioma		Castellano			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4	X	ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			
Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <del>Introducción: El ocio y los espacios comerciales</del></li> <li>2. <del>Los espacios lúdico-comerciales</del></li> <li>3. <del>La comunicación en el espacio comercial. El nuevo espacio comercial: Internet</del></li> <li>4. <del>Sistemas multimedia aplicados a la publicidad</del></li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Historia y teoría del diseño.</li> <li>- Fundamentos del diseño gráfico publicitario</li> <li>- Diseño de identidad corporativa – nivel básico.</li> <li>- Composición y retoque fotográfico – nivel básico.</li> <li>- Diseño editorial – nivel básico</li> </ul>					
Actividades formativas	Actividades Formativas		Horas		Presencialidad %/h	
	AF-01		28		100%	
	AF-02		20		100%	
	AF-03		3		100%	
	AF-04		99		0%	
Metodologías docentes	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>					



	<i>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</i>		
	<del>MD-03</del>		
	<i>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>		
	<i>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>		
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>	10%	80%
	<i>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</i>	10%	80%
	<i>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</i>	10%	80%
<b>Observaciones</b>			

<b>MÓDULO 3</b>	<b>FORMACIÓN ESPECÍFICA EN COMUNICACIÓN</b>					
	<b>ECTS Módulo 3</b>			<b>102</b>		
<b>Materia 1</b>	<b>COMUNICACIÓN GLOBAL</b>					
	<b>Carácter</b>			<b>OPTATIVA</b>		
	<b>ECTS Materia</b>			<b>42</b>		
	<b>Unidad temporal</b>					
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>	



	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5	6	ECTS Sem 6	12
	ECTS Sem 7	6 12	ECTS Sem 8	18		
Resultados del proceso de formación y aprendizaje de la Materia	<b>Conocimientos o contenidos (C)</b>		<del>C-01: CG 1, CG2, CG8, CG6, CG16</del> <del>C-02: CG7, CG11</del> <del>C-03: CG10, CG12, CG13, CG14, CG15</del> <del>C-04: CG9, CG17</del> <del>C-05: CG4, CG5, CG3</del>			
	<b>Habilidades o destrezas (HD)</b>		<del>HD-01: CT1, CT2</del> <del>HD-02: CT3, CT18, CT16</del> <del>HD-04: CT7, CT9</del> <del>HD-05: CT6, CT17, CT19</del> <del>HD-06: CT12, CT21, CT22</del> <del>HD-08: CT11</del>			
	<b>Competencias (COM)</b>		<del>CO-01, CB1</del> <del>CO-02, CB2</del> <del>CO-03, CB3</del> <del>CO-04, CB4</del> <del>CO-05, CB5</del> <del>CE-01, CE1, CE2, CE5, CE3, CE12</del> <del>CE-02, CE6, CE18, CE34, CE35</del> <del>CE-04, CE8, CE16, CE25, CE10, CE32</del> <del>CE-05, CE24, CE43, CE46, CE68</del> <del>CE-06, CE15</del> <del>CE-07, CE19, CE50, CE51</del> <del>CE-08, CE20, CE30</del> <del>CE-09, CE23, CE48</del> <del>CE-12, CE45, CE70</del> <del>CE-13, CE41</del> <del>CE-14: CE71</del> <del>CE-15, CE57, CE58, CE52, CE67, CE64</del> <del>CE-16, CE79</del> <del>SOS-1,</del> <del>SOS-2,</del> <del>SOS-4,</del>			
Asignatura 1	<b>LENGUAJE Y COMUNICACIÓN EFICAZ</b>					
	<b>Carácter</b>			<b>OPTATIVA.</b>		
	<b>ECTS asignatura</b>			<b>6</b>		
	<b>Idioma</b>			<b>Castellano</b>		
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8	X		



<p><b>Contenidos</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fundamentos socioantropológicos de la comunicación lingüística.</li> <li>2. Aproximación psicolingüística a la comunicación.</li> <li>3. Mecanismos lingüísticos de la persuasión.</li> <li>4. Comunicación e información escrita.</li> <li>5. Técnicas de expresión oral.</li> <li>6. Estrategias lingüísticas en la comunicación especializada.</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción al lenguaje y la comunicación eficaz.</li> <li>- Aproximación lingüística a la comunicación.</li> <li>- Fundamento del lenguaje.</li> <li>- Comunicación oral y escrita.</li> <li>- Estrategias lingüísticas aplicadas a la publicidad.</li> </ul>		
<p><b>Actividades formativas</b></p>	<p><b>Actividades Formativas</b></p>	<p><b>Horas</b></p>	<p><b>Presencialidad %/h</b></p>
	<p><b>AF-01</b></p>	<p><b>32</b></p>	<p><b>21,34%</b></p>
	<p><b>AF-02</b></p>	<p><b>16</b></p>	<p><b>10,66%</b></p>
	<p><b>AF-03</b></p>	<p><b>3</b></p>	<p><b>2%</b></p>
	<p><b>AF-04</b></p>	<p><b>99</b></p>	<p><b>66%</b></p>
<p><b>Metodologías docentes</b></p>	<p><b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b></p> <p><b>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</b></p> <p><b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b></p> <p><b>MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</b></p> <p><b>MD-09</b></p> <p><b>MD-10: PRUEBAS ORALES Y/O ESCRITAS PARA EVALUACIÓN INICIAL, FORMATIVA Y SUMATIVA.</b></p> <p><b>MD-11</b></p> <p><b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b></p>		
<p><b>Sistemas de evaluación</b></p>	<p><b>Pruebas de evaluación</b></p>	<p><b>Ponderación Mín.</b></p>	<p><b>Ponderación Máx.</b></p>
	<p><b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O</b></p>	<p><b>10%</b></p>	<p><b>60%</b></p>



	<b>ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>					
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>		<b>10%</b>	<b>50%</b>		
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>		<b>10%</b>	<b>30%</b>		
<b>Observaciones</b>						
<b>Asignatura 2</b>	<b>CULTURA PUBLICITARIA Y CREACIÓN DE PORTFOLIO</b>					
	<b>Carácter</b>		<b>OPTATIVA.</b>			
	<b>ECTS asignatura</b>		<b>6</b>			
	<b>Idioma</b>		<b>Castellano</b>			
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>	
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>		<b>ECTS Sem 6</b>	<b>X</b>
	<b>ECTS Sem 7</b>		<b>ECTS Sem 8</b>			
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad, alta cultura y cultura de masas: arte, cine, televisión, literatura, cómic, etc.</li> <li>• Los géneros como estilos publicitarios. Cultura publicitaria: agencias, publicitarios/as y campañas.</li> <li>• Palmarés de festivales publicitarios.</li> <li>• Ideación y desarrollo de campañas publicitarias.</li> <li>• Elaboración de portfolio creativo.</li> </ul>					
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>		<b>Horas</b>		<b>Presencialidad %/h</b>	
	<b>AF-01</b>		<b>28</b>		<b>100%</b>	
	<b>AF-02</b>		<b>20</b>		<b>100%</b>	



	<b>AF-03</b>	3	100%
	<b>AF-04</b>	99	0%
Metodologías docentes	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>		
	<b>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</b>		
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>		
	<b>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</b>		
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>		
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	10%	80%
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	10%	80%
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	10%	80%
Observaciones			
Asignatura 3	<del>SOCIEDAD GLOBAL Y ESTILOS DE VIDA</del>		
	<b>SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO</b>		
	Carácter	OPTATIVA.	
	ECTS asignatura	6	



	Idioma		Castellano			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8	X	ECTS Sem 9	
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El consumo como fenómeno pluridimensional. Aspectos sociales y culturales del consumo</li> <li>- Enfoques teóricos sobre el consumo y la sociedad de consumo</li> <li>- Cultura, identidad y consumo</li> <li>- Globalización, desigualdad social y consumo</li> <li>- Género, consumo y publicidad.</li> <li>- Consumo y medios digitales</li> <li>- Ética y responsabilidad social en el consumo.</li> </ul>					
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>		<b>Horas</b>		<b>Presencialidad %/h</b>	
	<i>AF-01</i>		<b>28</b>		<b>100%</b>	
	<i>AF-02</i>		<b>20</b>		<b>100%</b>	
	<i>AF-03</i>		<b>3</b>		<b>100%</b>	
	<i>AF-04</i>		<b>99</b>		<b>0%</b>	
<b>Metodologías docentes</b>	<i>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>					
	<i>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>					
	<i>MD-05: SESIONES MONOGRÁFICAS SOBRE TEMAS DE ACTUALIDAD DE LA ASIGNATURA.</i>					
	<i>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>					
	<i>MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</i>					
	<i>MD-10: PRUEBAS ORALES Y/O ESCRITAS PARA EVALUACIÓN INICIAL, FORMATIVA Y SUMATIVA.</i>					



	<b>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</b>					
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>					
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>		<b>Ponderación Mín.</b>		<b>Ponderación Máx.</b>	
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>		<b>10%</b>		<b>80%</b>	
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>		<b>10%</b>		<b>80%</b>	
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>		<b>10%</b>		<b>80%</b>	
<b>Observaciones</b>						
<b>Asignatura 4</b>	<b>FOTOGRAFÍA APLICADA A LA PUBLICIDAD Y LAS RRPP</b>					
	<b>Carácter</b>		<b>OPTATIVA.</b>			
	<b>ECTS asignatura</b>		<b>6</b>			
	<b>Idioma</b>		<b>Castellano</b>			
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>	
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>		<b>ECTS Sem 6</b>	
	<b>ECTS Sem 7</b>	<b>x</b>	<b>ECTS Sem 8</b>			
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía y publicidad</li> <li>- Técnica e imagen fotográfica</li> <li>- Géneros fotográficos</li> </ul>					



	- El proyecto fotográfico		
Actividades formativas	Actividades Formativas	Horas	Presencialidad %/h
	<b>AF-01</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>
	<b>AF-02</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>
	<b>AF-03</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>
	<b>AF-04</b>	<b>99</b>	<b>0%</b>
Metodologías docentes	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>		
	<b>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</b>		
	<b>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</b>		
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>		
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>



Observaciones						
Asignatura 5	<b>INGLÉS APLICADO A LA PUBLICIDAD Y A LAS RRPP</b>					
	<b>Carácter</b>		<b>OPTATIVA.</b>			
	<b>ECTS asignatura</b>		<b>6</b>			
	<b>Idioma</b>		<b>Inglés</b>			
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>	
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>		<b>ECTS Sem 6</b>	
	<b>ECTS Sem 7</b>		<b>ECTS Sem 8</b>	<b>X</b>		
<b>Contenidos</b>	<p><del>1. Lectura de textos y documentos relacionados con las distintas áreas de la titulación.</del></p> <p><del>2. Redacción y elaboración de mensajes y campañas publicitarias.</del></p> <p><del>3. Vocabulario específico relativo a las distintas áreas que afectan a la Publicidad y RR.PP</del></p> <p><del>4. Conversaciones presenciales y telefónicas, tanto de carácter personal como profesional.</del></p> <p><del>5. Presentaciones y exposiciones de carácter profesional.</del></p> <p>Desarrollo de las cuatro destrezas lingüísticas de la lengua inglesa, con la precisión adecuada a un mínimo de nivel B2 del MERCL, aplicado a:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nuevas tendencias en Publicidad.</li> <li>2. Notas de prensa.</li> <li>3. Campañas publicitarias.</li> <li>4. Targeting.</li> <li>5. Briefings.</li> <li>6. Hablar en público.</li> </ol>					
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>		<b>Horas</b>		<b>Presencialidad %/h</b>	
	<b>AF-01</b>		<b>32 48</b>		<b>100%</b>	
	<b>AF-02</b>		<b>16 3</b>		<b>100%</b>	
	<b>AF-04</b>		<b>99</b>		<b>0%</b>	
	<b>MD-01:</b>					



Metodologías docentes	<i>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</i>		
	<i>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>		
	<b>MD-05</b>		
	<i>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>		
	<b>MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</b>		
	<i>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</i>		
	<i>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>		
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>	<del>10</del> <b>70%</b>	<del>80</del> <b>100%</b>
	<i>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</i>	<del>10</del> <b>0%</b>	<del>80</del> <b>15%</b>
	<i>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</i>	<del>10</del> <b>0%</b>	<del>80</del> <b>15%</b>
Observaciones			
Asignatura 6	<i>ETICA Y DEONTOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD Y RRRPP.</i>		
	Carácter	OPTATIVA.	



	ECTS asignatura		6			
	Idioma		Castellano			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	X
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Concepto, tipos y características de la ética</li> <li>-Regulación y autorregulación ética de la publicidad y las RR.PP.</li> <li>-Principios básicos de la deontología publicitaria</li>   <li>- Control de la publicidad y principios generales</li> <li>- Dignidad y publicidad: publicidad sexista, menores, imagen, intimidad, honor</li> <li>- Proteger la armonía social y el medio ambiente</li> <li>- Veracidad, autenticidad y lealtad con el competidor</li> </ul>					
<b>Actividades formativas</b>	Actividades Formativas		Horas		Presencialidad %/h	
	<i>AF-01</i>		40		100%	
	<i>AF-02</i>		8		100%	
	<i>AF-03</i>		3		100%	
	<i>AF-04</i>		99		0%	
<b>Metodologías docentes</b>	<i>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>					
	<i>MD-03</i>					
	<i>MD-05</i>					
	<i>MD-06</i>					
	<i>MD-07</i>					
	<i>MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</i>					
<i>MD-12</i>						



Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	<del>10</del> <b>90%</b>	<del>80</del> <b>90%</b>
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	10%	<del>80</del> <b>10%</b>
	<b>SE-03</b>	<del>10</del>	<del>80</del> <b>%</b>
Observaciones			

Asignatura 7	INGLÉS PARA FINES PROFESIONALES					
	Carácter		OPTATIVA			
	ECTS asignatura		6			
	Idioma		Inglés			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7	x	ECTS Sem 8			
Contenidos	<p>1. Currículum vitae y cartas de presentación</p> <p>2. Entrevistas de Trabajo</p> <p>3. Reuniones de trabajo</p> <p>4. Presentaciones comerciales</p> <p>5. Viajes de negocios.</p> <p>6. Atención al cliente.</p> <p>7. Redacción de informes, presentaciones, cartas comerciales y correos electrónicos.</p> <p>8. Comunicación telefónica.</p> <p>Desarrollo de las cuatro destrezas lingüísticas de la lengua inglesa, con la precisión adecuada a un mínimo de nivel B2 del MERCL, aplicado a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nuevas formas de comunicación.</li> <li>Búsqueda de trabajo: Redes profesionales, Currículum vitae, cartas de</li> </ul>					



	<p>presentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevistas de trabajo.</li> <li>• Reuniones y presentaciones profesionales.</li> <li>• Notas de prensa.</li> </ul>		
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad %/h</b>
	<i>AF-01</i>	<b>32 -48</b>	<b>100%</b>
	<i>AF-02</i>	<b>16 3</b>	<b>100%</b>
	<i>AF-04</i>	<b>99</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	<del><i>MD-01</i></del>		
	<i>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</i>		
	<i>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>		
	<i>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>		
	<del><i>MD-07</i></del>		
	<i>MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</i>		
	<del><i>MD-09</i></del>		
	<i>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</i>		
<i>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>			
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O</i>	<del>10</del> <b>70%</b>	<del>80</del> <b>100%</b>



	<b>ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>				
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>		<del>10</del> <b>0%</b>		<del>80</del> <b>15%</b>
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>		<del>10</del> <b>0%</b>		<del>80</del> <b>15%</b>
<b>Observaciones</b>					
<b>Materia 2</b>	<b>COMUNICACIÓN INTERACTIVA</b>				
	<b>Carácter</b>		<b>Optativa</b>		
	<b>ECTS Materia</b>		<b>30</b>		
	<b>Unidad temporal</b>		<b>Elija un elemento.</b>		
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>		<b>ECTS Sem 6</b>
	<b>ECTS Sem 7</b>	<b>18 12</b>	<b>ECTS Sem 8</b>	<b>6 12</b>	
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje de la Materia</b>	<b>Conocimientos o contenidos (C)</b>		<i>C-01:</i> CG 1, CG2, CG8, CG6, CG16 <i>C-02:</i> CG7, CG11 <i>C-03:</i> CG10, CG12, CG13, CG14, CG15 <i>C-05:</i> CG4, CG5, CG3		
	<b>Habilidades o destrezas (HD)</b>		<i>HD-01:</i> CT1, CT2 <i>HD-02:</i> CT3, CT18, CT16 <i>HD-03:</i> CT4, CT5, CT20 <i>HD-04:</i> CT7, CT9 <i>HD-05:</i> CT6, CT17, CT19 <i>HD-06:</i> CT12, CT21, CT22 <i>HD-07:</i> CT13, CT14 <i>HD-08:</i> CT11		
	<b>Competencias (COM)</b>		<i>CO-01,</i> CB1 <i>CO-02,</i> CB2 <i>CE-02,</i> CE6 CE18 CE34 CE35 <i>CE-04,</i> CE8, CE16, CE25, CE10, CE32 <i>CE-05,</i> CE24, CE43, CE46, CE68 <i>CE-07,</i> CE19, CE50, CE51 <i>CE-08,</i> CE20, CE30 <i>CE-12,</i> CE45, CE70 <i>CE-14:</i> CE71 <i>SOS-1,</i> <i>SOS-2,</i>		



		SOS-3, SOS-4,			
<b>Asignatura 1</b>	<b>COMUNICACIÓN DIGITAL E INTERACTIVA</b>				
	<b>Carácter</b>		<b>OPTATIVA</b>		
	<b>ECTS asignatura</b>		<b>6</b>		
	<b>Idioma</b>		<b>Castellano</b>		
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>		<b>ECTS Sem 6</b>
	<b>ECTS Sem 7</b>	<b>x</b>	<b>ECTS Sem 8</b>		
<b>Contenidos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicación y cultura digital. Teorías sobre los nuevos medios. Cultura de la convergencia. Convergencia mediática.</li> <li>2. Características de los nuevos medios: digitalidad, interactividad, hipertextualidad, virtualidad, trabajo en red, simulación. Narrativas digitales y transmediáticas.</li> <li>3. Cultura y comunicación participativa. Inteligencia colectiva. Modelos de comunicación participativa. Comunicación y Ciudadanía Digital.</li> <li>4. Comunicación Digital y educomunicación.</li> <li>5. Los bienes públicos mundiales en el marco de la comunicación digital</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La obra audiovisual publicitaria: formatos, tipologías y géneros de los productos audiovisuales. Estructura audiovisual. La publicidad audiovisual.</li> <li>- El guion audiovisual: planificación, estructuras, narrativa, guion, diálogos, diseño de personajes, guion técnico y guion literario</li> <li>- La realización audiovisual: conceptos básicos de realización y lenguaje audiovisual: secuencia, escena, plano y toma. Raccord, continuidad, proporción y eje. Espacio, tiempo y sonido.</li> <li>- La posproducción audiovisual: Edición de imagen, edición de sonido, banda sonora, efectos digitales.</li> </ul>				
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad %/h</b>		
	<b>AF-01</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>		
	<b>AF-02</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>		
	<b>AF-03</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>		
	<b>AF-04</b>	<b>99</b>	<b>0%</b>		
<b>Metodologías docentes</b>	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>				



	<b>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</b>				
	<b>MD-03</b>				
	<b>MD-04: ESTUDIO DE CAMPO Y VISITAS A CONTEXTOS REALES...</b>				
	<b>MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</b>				
	<b>MD-11</b>				
	<b>MD-12</b>				
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>		
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>		
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>		
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>		
<b>Observaciones</b>					
<b>Asignatura 2</b>	<b>REALIZACIÓN Y POSPRODUCCIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES PUBLICITARIOS</b>				
	<b>Carácter</b>	<b>OPTATIVA.</b>			
	<b>ECTS asignatura</b>	<b>6</b>			
	<b>Idioma</b>	<b>Castellano</b>			
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>



	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8	X	ECTS Sem 9	
	ECTS Sem 10		ECTS Sem 11		ECTS Sem 12	
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementos y conceptos básicos del Visual Merchandising</li> <li>- Tipos y técnicas de promoción de ventas</li> <li>- Comunicación en el punto de venta</li> <li>- Escaparatismo y atmósfera comercial</li> <li>- Gestión y organización del producto en el lineal.</li> </ul>					
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>		<b>Horas</b>		<b>Presencialidad %/h</b>	
	<i>AF-01</i>		28		100%	
	<i>AF-02</i>		20		100%	
	<i>AF-03</i>		3		100%	
	<i>AF-04</i>		99		0%	
<b>Metodologías docentes</b>	<i>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>					
	<i>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</i>					
	<i>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>					
	<i>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>					
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>		<b>Ponderación Mín.</b>		<b>Ponderación Máx.</b>	
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>		10%		80%	
	<i>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y</i>		10%		80%	



	<b>ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>					
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>		10%	80%		
Observaciones						
Asignatura 3	<b>ANIMACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN PUBLICIDAD</b>					
	Carácter		<b>OPTATIVA</b>			
	ECTS asignatura		<b>6</b>			
	Idioma		<b>Castellano</b>			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6	<b>x</b>
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8			
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evolución de la animación y su relación con la publicidad</li> <li>- Tecnologías, técnicas, recursos y estrategias en la publicidad</li> <li>- Nuevas tecnologías en la publicidad</li> <li>- Desarrollo de animaciones</li> </ul>					
Actividades formativas	Actividades Formativas		Horas		Presencialidad %/h	
	<b>AF-01</b>		28		100%	
	<b>AF-02</b>		20		100%	
	<b>AF-03</b>		3		100%	
	<b>AF-04</b>		99		0%	
Metodologías docentes	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>					
	<b>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</b>					



	<b>MD-04: ESTUDIO DE CAMPO Y VISITAS A CONTEXTOS REALES...</b>					
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>					
	<b>MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</b>					
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>		<b>Ponderación Mín.</b>		<b>Ponderación Máx.</b>	
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>		40%		50%	
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>		45%		60%	
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>		0%		40%	
<b>Observaciones</b>						
<b>Asignatura 4</b>	<b>DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO II</b>					
	<b>Carácter</b>			OPTATIVA		
	<b>ECTS asignatura</b>			6		
	<b>Idioma</b>			Castellano		
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>	
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>		<b>ECTS Sem 6</b>	
	<b>ECTS Sem 7</b>		<b>ECTS Sem 8</b>			
		X				
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cultura visual.</li> <li>- Metodologías de trabajo para diseñadores</li> <li>- Diseño de identidad corporativa – nivel avanzado</li> </ul>					



- Composición y retoque fotográfico – nivel avanzado			
Actividades formativas	Actividades Formativas	Horas	Presencialidad %/h
	<i>AF-01</i>	28	100%
	<i>AF-02</i>	20	100%
	<i>AF-03</i>	3	100%
	<i>AF-04</i>	99	0%
Metodologías docentes	<i>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>		
	<i>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</i>		
	<i>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</i>		
	<i>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>		
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>	10%	80%
	<i>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</i>	10%	80%
	<i>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</i>	10%	80%
Observaciones			
<b>TECNOLOGÍA Y PUBLICACIÓN EN INTERNET</b>			



<b>Asignatura 5</b>	<b>Carácter</b>		<b>OPTATIVA.</b>			
	<b>ECTS asignatura</b>		<b>6</b>			
	<b>Idioma</b>		<b>Castellano</b>			
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>	
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>		<b>ECTS Sem 6</b>	
	<b>ECTS Sem 7</b>	<b>X</b>	<b>ECTS Sem 8</b>		<b>ECTS Sem 9</b>	
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo de contenidos y publicación en internet.</li> <li>- Elementos de Internet. Tecnología y protocolos</li> <li>- Conceptos y herramientas de desarrollo web</li> <li>- <b>Diseño y desarrollo de contenidos y publicación para Internet</b></li> <li>- <b>Herramientas informáticas de publicación de contenidos en la Web</b></li> </ul>					
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>		<b>Horas</b>		<b>Presencialidad %/h</b>	
	<b>AF-01</b>		<b>28</b>		<b>50%</b>	
	<b>AF-02</b>		<b>20</b>		<b>80%</b>	
	<b>AF-03</b>		<b>3</b>		<b>100%</b>	
	<b>AF-04</b>		<b>99</b>		<b>10%</b>	
<b>Metodologías docentes</b>	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>					
	<b>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</b>					
	<b>MD-03</b>					
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>					
	<b>MD-07: TRABAJO GUIADO DE BÚSQUEDA, ANÁLISIS Y GESTIÓN DE INFORMACIÓN...</b>					
	<b>MD-10: PRUEBAS ORALES Y/O ESCRITAS PARA EVALUACIÓN INICIAL, FORMATIVA Y SUMATIVA.</b>					



	<b>MD-11</b>					
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>					
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>		<b>Ponderación Mín.</b>		<b>Ponderación Máx.</b>	
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>		<b>40% 10</b>		<b>50% 80</b>	
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>		<b>50% 10</b>		<b>50% 80</b>	
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>		<b>0 10</b>		<b>10% 80</b>	
<b>Observaciones</b>						
<b>Materia 3</b>	<b>COMUNICACIÓN EMPRESARIAL, INSTITUCIONAL Y POLÍTICA</b>					
	<b>Carácter</b>			<b>Optativa</b>		
	<b>ECTS Materia</b>			<b>30</b>		
	<b>Unidad temporal</b>					
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>	
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>		<b>ECTS Sem 6</b>	
	<b>ECTS Sem 7</b>		<b>ECTS Sem 8</b>			
<b>Resultados del proceso de formación y</b>	<b>Conocimientos o contenidos (C)</b>		<b>C-01:</b> CG 1, CG2, CG8, CG6, CG16 <b>C-02:</b> CG7, CG11 <b>C-03:</b> CG10, CG12, CG13, CG14, CG15 <b>C-04:</b> CG9, CG17 <b>C-05:</b> CG4, CG5, CG3			



aprendizaje de la Materia	Habilidades o destrezas (HD)	<p>HD-01: <del>CT1, CT2</del>          HD-02: <del>CT3, CT18, CT16</del>          HD-03: <del>CT4, CT5, CT20</del>          HD-04: <del>CT7, CT9</del>          HD-05: <del>CT6, CT17, CT19</del>          HD-06: <del>CT12, CT21, CT22</del>          HD-07: <del>CT13, CT14</del>          HD-08: <del>CT11</del></p>			
	Competencias (COM)	<p>CO-01, <del>CB1</del>          CO-02, <del>CB2</del>          CO-03, <del>CB3</del>          CO-04, <del>CB4</del>          CO-05, <del>CB5</del>          CE-02, <del>CE6, CE18, CE34, CE35</del>          CE-05, <del>CE24, CE43, CE46, CE68</del>          CE-07, <del>CE19, CE50, CE51</del>          CE-08, <del>CE20, CE30</del>          CE-09, <del>CE23, CE48</del>          CE-11, <del>CE38, CE59, CE65</del>          CE-12, <del>CE45, CE70</del>          CE-15, <del>CE57, CE58, CE52, CE67, CE64</del>          SOS-1,          SOS-2,          SOS-4,</p>			
Asignatura 1	<b>VISUAL MERCHANDISING Y PROMOCIÓN DE VENTAS</b>				
	Carácter	OPTATIVA			
	ECTS asignatura	6			
	Idioma	Castellano			
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2		ECTS Sem 3
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5		ECTS Sem 6
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8	x	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementos y conceptos básicos del Visual Merchandising</li> <li>- Tipos y técnicas de promoción de ventas</li> <li>- Comunicación en el punto de venta</li> <li>- Escaparatismo y atmósfera comercial</li> <li>- Gestión y organización del producto en el lineal.</li> </ul>				
Actividades formativas	Actividades Formativas	Horas	Presencialidad %/h		
	AF-01	28	100%		
	AF-02	20	100%		
	AF-03	3	100%		



	<b>AF-04</b>	99	0%	
Metodologías docentes	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>			
	<b>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</b>			
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>			
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>			
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.	
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	10%	80%	
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	10%	80%	
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	10%	80%	
Observaciones				
Asignatura 2	<b>ELABORACIÓN DE MATERIALES CORPORATIVOS</b>			
	Carácter	<b>OPTATIVA</b>		
	ECTS asignatura	<b>6</b>		
	Idioma	<b>Castellano</b>		
	ECTS Sem 1	ECTS Sem 2	ECTS Sem 3	
	ECTS Sem 4	ECTS Sem 5	ECTS Sem 6	<b>X</b>



	ECTS Sem 7	ECTS Sem 8		
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción a los géneros periodísticos.</li> <li>- Materiales de identidad corporativa.</li> <li>- Materiales de relaciones con los medios.</li> <li>- Otros materiales corporativos.</li> <li>- Redacción para web y redes sociales.</li> </ul>			
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad %/h</b>	
	<i>AF-01</i>	32	100%	
	<i>AF-02</i>	16	100%	
	<i>AF-03</i>	3	100%	
	<i>AF-04</i>	99	0%	
<b>Metodologías docentes</b>	<i>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</i>			
	<i>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</i>			
	<i>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</i>			
	<i>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</i>			
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>	
	<i>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</i>	10%	80%	
	<i>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</i>	10%	80%	



	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	10%	80%
Observaciones			
Asignatura 3	<b>PRODUCCIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS GRÁFICOS Y AUDIOVISUALES</b>		
	Carácter	OPTATIVA	
	ECTS asignatura	6	
	Idioma	Castellano	
	ECTS Sem 1	ECTS Sem 2	ECTS Sem 3
	ECTS Sem 4	ECTS Sem 5	x ECTS Sem 6
	ECTS Sem 7	ECTS Sem 8	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El concepto de producción, <b>formatos publicitarios</b></li> <li>- <del>Las empresas de producción</del></li> <li>- La producción en la actividad publicitaria: <del>del plan de comunicación a la producción en publicidad</del> <b>agencia de publicidad</b></li> <li>- La producción audiovisual; <del>la producción sonora; la producción gráfica; la producción digital</del></li> <li>- <del>La producción radiofónica</del></li> <li>- <del>La producción no audiovisual</del></li> <li>- <b>Contratos y empresas de producción</b></li> </ul>		
Actividades formativas	Actividades Formativas	Horas	Presencialidad %/h
	<b>AF-01</b>	<b>32</b>	<b>100</b>
	<b>AF-02</b>	<b>16</b>	<b>100</b>
	<b>AF-03</b>	<b>3</b>	<b>100</b>
	<b>AF-04</b>	<b>99</b>	<b>00</b>
Metodologías docentes	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>		
	<b>MD-02</b>		



	<b>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</b>				
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>				
	<b>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</b>				
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>				
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>		
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>		
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>		
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	<b>10%</b>	<b>80%</b>		
<b>Observaciones</b>					
<b>Asignatura 4</b>	<b>COMUNICACIÓN POLÍTICA</b>				
	<b>Carácter</b>	<b>OPTATIVA</b>			
	<b>ECTS asignatura</b>	<b>6</b>			
	<b>Idioma</b>	<b>Castellano</b>			
	<b>ECTS Sem 1</b>		<b>ECTS Sem 2</b>		<b>ECTS Sem 3</b>
	<b>ECTS Sem 4</b>		<b>ECTS Sem 5</b>		<b>ECTS Sem 6</b>
	<b>ECTS Sem 7</b>	<b>x</b>	<b>ECTS Sem 8</b>		



<p><b>Contenidos</b></p>	<p><del>— Diferencias conceptuales entre comunicación política, publicidad política, marketing político y propaganda.</del></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>El concepto de comunicación política.</b></li> <li>- El marco ideológico de la comunicación política.</li> <li>- <b>Las campañas políticas y electorales.</b></li> <li>- La publicidad política.</li> <li>- Las relaciones públicas políticas.</li> </ul> <p><del>— La creación de la imagen de marca</del></p>		
<p><b>Actividades formativas</b></p>	<p>Actividades Formativas</p>	<p>Horas</p>	<p>Presencialidad %/h</p>
	<p><b>AF-01</b></p>	<p><b>32</b></p>	<p><b>100%</b></p>
	<p><b>AF-02</b></p>	<p><b>16</b></p>	<p><b>100%</b></p>
	<p><b>AF-03</b></p>	<p><b>3</b></p>	<p><b>100%</b></p>
	<p><b>AF-04</b></p>	<p><b>99</b></p>	<p><b>0%</b></p>
<p><b>Metodologías docentes</b></p>	<p><b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b></p> <p><b>MD-02: TRABAJO GRUPAL SUPERVISADO CON RECURSOS ESPECIALIZADOS Y APRENDIZAJE INTERACTIVO...</b></p> <p><b>MD-03: APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS...</b></p> <p><del><b>MD-04</b></del></p> <p><b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b></p> <p><b>MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</b></p> <p><b>MD-10: PRUEBAS ORALES Y/O ESCRITAS PARA EVALUACIÓN INICIAL, FORMATIVA Y SUMATIVA.</b></p> <p><b>MD-11: APRENDIZAJE COOPERATIVO O COLABORATIVO PARA PREPARAR Y PRESENTAR ACTIVIDADES.</b></p> <p><b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b></p>		
	<p>Pruebas de evaluación</p>	<p>Ponderación Mín.</p>	<p>Ponderación Máx.</p>



Sistemas de evaluación	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>		10%	80%
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>		10%	80%
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>		10%	80%
Observaciones				
Asignatura 5	<b>CREACIÓN DE EMPRESAS DE LA COMUNICACIÓN</b>			
	Carácter		OPTATIVA	
	ECTS asignatura		6	
	Idioma		Castellano	
	ECTS Sem 1		ECTS Sem 2	ECTS Sem 3
	ECTS Sem 4		ECTS Sem 5	ECTS Sem 6
	ECTS Sem 7		ECTS Sem 8	x
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Importancia del fenómeno emprendedor y función del emprendedor</li> <li>- Detección, generación y análisis de oportunidades de negocio en el sector de las comunicaciones: la innovación como fuente de ventajas competitivas.</li> <li>- Identificación de recursos, organización, planificación e implantación del proyecto de negocio.</li> <li>- Proceso emprendedor y empresario</li> <li>- Ideas y oportunidades de negocios. Sector de las relaciones públicas y publicidad.</li> <li>- Plan de empresa</li> </ul>			
Actividades formativas	Actividades Formativas	Horas	Presencialidad %/h	
	<b>AF-01</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>	



Metodologías docentes	<b>AF-02</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>
	<b>AF-03</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>
	<b>AF-04</b>	<b>99</b>	<b>0</b>
	<b>MD-01: EXPOSICIÓN DEL PROFESORADO PARA DESARROLLAR CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS...</b>		
	<b>MD-03</b>		
	<b>MD-04</b>		
	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>		
	<b>MD-07: TRABAJO GUIADO DE BÚSQUEDA, ANÁLISIS Y GESTIÓN DE INFORMACIÓN...</b>		
	<b>MD-08</b>		
	<b>MD-11</b>		
<b>MD-12</b>			
Sistemas de evaluación	Pruebas de evaluación	Ponderación Mín.	Ponderación Máx.
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	<b>50% 10</b>	<b>50% 80</b>
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	<b>50% 10</b>	<b>50% 80</b>
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	<b>10</b>	<b>80</b>
Observaciones			



<b>MÓDULO 4</b>	<b>TFG Y PRÁCTICAS</b>				
	<b>ECTS Módulo 4</b>			<b>18</b>	
<b>Materia 1</b>	<b>TRABAJO FIN DE GRADO</b>				
	<b>Carácter</b>			<b>TFG</b>	
	<b>ECTS Materia</b>			<b>6</b>	
	<b>Unidad temporal</b>			<b>ANUAL</b>	
	<b>ECTS Año 1</b>		<b>ECTS Año 2</b>		<b>6</b>
	<b>ECTS Año 3</b>		<b>ECTS Año 4</b>		
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje de la Materia</b>	<b>Conocimientos o contenidos (C)</b>		<i>C-01: CG-1, CG2, CG8, CG6, CG16  C-02: CG7, CG11  C-03: CG10, CG12, CG13, CG14, CG15  C-04: CG9, CG17  C-05: CG4, CG5, CG3</i>		
	<b>Habilidades o destrezas (HD)</b>		<i>HD-01: CT1, CT2  HD-02: CT3, CT18, CT16  HD-03: CT4, CT5, CT20  HD-04: CT7, CT9  HD-05: CT6, CT17, CT19  HD-06: CT12, CT21, CT22  HD-07: CT13, CT14  HD-08: CT11  HD-09: CT10, CT15</i>		
	<b>Competencias (COM)</b>		<i>CO-01, CB1  CO-02, CB2  CO-03, CB3  CO-04, CB4  CO-05, CB5  CE-01, CE1, CE2, CE5, CE3, CE12  CE-02, CE6, CE18, CE34, CE35  CE-03, CE7, CE9, CE37, CE39  CE-04, CE8, CE16, CE25, CE10, CE32  CE-05, CE24, CE43, CE46, CE68  CE-06, CE15  CE-07, CE19, CE50, CE51  CE-08, CE20, CE30  CE-09, CE23, CE48  CE-10, CE21, CE33  CE-11, CE38, CE59, CE65  CE-12, CE45, CE70  CE-13, CE41  CE-14, CE71  CE-15, CE57, CE58, CE52, CE67, CE64  CE-16, CE79  SOS-1,  SOS-2,  SOS-3,  SOS-4,</i>		



<b>Asignatura 1</b>	<b>TRABAJO FIN DE GRADO</b>			
	<b>Carácter</b>		<b>TFG</b>	
	<b>ECTS asignatura</b>		<b>6</b>	
	<b>Idioma</b>		<b>Castellano</b>	
	<b>ECTS Año 1</b>		<b>ECTS Año 2</b>	
	<b>ECTS Año 3</b>		<b>ECTS Año 4</b>	<b>6</b>
<b>Contenidos</b>	Realización de un trabajo en el que se demuestre la adquisición de las competencias propias de la titulación. Podrá ser un trabajo de introducción a la investigación			
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad %/h</b>	
	<b>AF-01</b>	<b>5</b>	<b>100</b>	
	<b>AF-03</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	
	<b>AF-04</b>	<b>144</b>	<b>0</b>	
<b>Metodologías docentes</b>	<b>MD-06: TRABAJOS Y DEBATES BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE.</b>			
	<del><b>MD-08</b></del>			
	<b>MD-12: ESTUDIO AUTÓNOMO PARA PREPARAR Y ENTREGAR ACTIVIDADES ACADÉMICAS.</b>			
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>	
	<b>SE-01. PRUEBAS OBJETIVAS ESCRITAS Y/O ORALES, CON EXAMEN DE RECUPERACIÓN</b>	<b>30</b>	<b>50</b>	
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	<b>40</b>	<b>60</b>	



	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
<b>Observaciones</b>	La asignatura de TFG es anual de 4º curso. El estudiante podrá defender su TFG siempre que tenga superadas todas las asignaturas básicas y obligatorias de su título.		
<b>Materia 2</b>	<b>PRÁCTICAS EN EMPRESAS</b>		
	<b>Carácter</b>	<b>OPTATIVA</b>	
	<b>ECTS Materia</b>	<b>12</b>	
	<b>Unidad temporal</b>	<b>ANUAL</b>	
	<b>ECTS Año 1</b>	<b>ECTS Año 2</b>	
	<b>ECTS Año 3</b>	<b>ECTS Año 4</b>	<b>12</b>
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje de la Materia</b>	<b>Conocimientos o contenidos (C)</b>	C-02; -CG7, CG11 C-03; -CG10, CG12, CG13, CG14, CG15 C-05; -CG4, CG5, CG3	
	<b>Habilidades o destrezas (HD)</b>	HD-01: -CT1, CT2 HD-02: -CT3, CT18, CT16 HD-03: -CT4, CT5, CT20 HD-04: -CT7, CT9 HD-05: -CT6, CT17, CT19 HD-06: -CT12, CT21, CT22 HD-07: -CT13, CT14 HD-08: -CT11 HD-09: -CT10, CT15	
	<b>Competencias (COM)</b>	CO-02, -CB2 CO-03, -CB3 CO-04, -CB4 CE-01, -CE1, CE2, CE5, CE3, CE12 CE-02, CE6 CE18 CE34 CE35 CE-04, CE8, CE16, CE25, CE10, CE32 CE-05, CE24, CE43, CE46, CE68 CE-06, -CE15 CE-07, CE19, CE50, CE51 CE-08, -CE20, CE30 CE-09, -CE23, CE48 CE-10, -CE21, CE33 CE-11, -CE38, CE59, CE65 CE-12, -CE45, CE70 CE-13, -CE41 CE-14: -CE71 CE-15, -CE57, CE58, CE52, CE67, CE64  SOS-1, SOS-2, SOS-3, SOS-4,	



<b>Asignatura 1</b>	<b>PRÁCTICAS EN EMPRESAS</b>			
	<b>Carácter</b>		<b>OPTATIVA</b>	
	<b>ECTS asignatura</b>		<b>12</b>	
	<b>Idioma</b>		<b>Castellano</b>	
	<b>ECTS Año 1</b>		<b>ECTS Año 2</b>	
	<b>ECTS Año 3</b>		<b>ECTS Año 4</b>	<b>12</b>
<b>Contenidos</b>	Observación y ejercicio de las actividades propias de la empresa/institución relacionada con el contenido del Grado			
<b>Actividades formativas</b>	<b>Actividades Formativas</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad %/h</b>	
	<b>AF-02</b>	<b>290</b>	<b>100</b>	
	<b>AF-03</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	
	<b>AF-04</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	
<b>Metodologías docentes</b>	<b>MD-08: AULA INVERTIDA PARA APRENDIZAJE ACTIVO Y CONSTRUCCIÓN SIGNIFICATIVA DEL CONOCIMIENTO.</b>			
	<b>MD-09: APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS CON APLICACIÓN PRÁCTICA...</b>			
<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>Pruebas de evaluación</b>	<b>Ponderación Mín.</b>	<b>Ponderación Máx.</b>	
	<b>SE-02. EVALUACIÓN DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS.</b>	<b>70</b>	<b>90</b>	
	<b>SE-03. EVALUACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL ESTUDIANTE.</b>	<b>10</b>	<b>30</b>	
<b>Observaciones</b>	El estudiante podrá realizar las prácticas de empresa en 4º curso, en el 7 o 8 semestre.			



## 5.1. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

### Descripción de los perfiles de profesorado

Todo el personal docente de la Universidad de Cádiz ha sido contratado en base a un proceso selectivo en el que se valoran los méritos docentes dentro de un baremo general, cuyo contenido se adapta a la normativa vigente. En relación a la docencia de asignaturas en un segundo idioma, los Departamentos que han expresado el compromiso de impartir dicha docencia se han asegurado previamente de disponer de profesorado con nivel acreditado del idioma correspondiente.

**Tabla 5. Resumen del profesorado asignado al título**

Univ	Categoría	Número	(a)	Doctores	Quinquenios	Sexenios	(b)	©
UCA	Catedrático de Universidad	1	2,44%	100%	6	4	3,00	37,5%
UCA	Catedrático de Escuela Universitaria	2	4,88%	100%	12	0	14,00	33,33 %
UCA	Profesor Titular de Universidad	10	24,39%	100%	25	6	90,45	72,02 %
UCA	Profesor Titular de Escuela Universitaria	1	2,44%	100%	5	0	0,25	1,61%
UCA	Profesor Contratado Doctor	2	4,88%	100%	8	2	16,00	55,31 %
UCA	Profesor Colaborador	1	2,44%	0%	5	0	8,00	51,61 %
UCA	Profesor Ayudante Doctor	6	14,63%	100%	0	0	70,95	62,99 %
UCA	Profesor Asociado	1	2,44%	100%	0	0	8,00	65,47 %
UCA	Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	17	41,46%	35,29%	0	0	161,10	48,91 %
	TOTAL	41	100%	70,73%	61	12	371,75	53,9%

(a) Categoría/Totalx100

(b) Nº Créditos de dedicación al título

(c) Porcentaje de créditos de dedicación al título sobre el total de créditos impartidos en el resto de títulos

### Méritos docentes del profesorado acreditado y no acreditado

Todo el personal docente de la Universidad de Cádiz ha sido contratado en base a un proceso selectivo en el que se valoran los méritos docentes dentro de un baremo general, cuyo contenido se adapta a la normativa vigente. Esta información se encuentra disponible en el portal de producción científica de la Universidad de Cádiz. (ver tabla 7 de este documento)

### Méritos de investigación del profesorado no doctor

Todo el personal docente de la Universidad de Cádiz ha sido contratado en base a un proceso selectivo en el que se valoran los méritos investigadores dentro de un baremo general, cuyo contenido se adapta a la normativa vigente. En el siguiente enlace se puede consultar la normativa de contratación de profesorado no doctor:

<https://personal.uca.es/wp-content/uploads/2022/02/Consolidado-REGLAMENTO-COBERTURA-NECESIDADES-DOCENTES-APROBADO-EN-CG....pdf?u>

### Perfil del profesorado necesario y no disponible y plan de contratación

Los departamentos con docencia en el Grado tienen capacidad docente con su plantilla actual para asumir la docencia en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.



Tabla 7. Personal disponible para impartir el título

Universidad	Código Profesor	Denominación asignatura	N° ECTS asignatura	Modalidad de enseñanza	Área de Conocimiento del Profesorado (1)	Categoría	Doctor/a (S/N)	Experiencia docente (años)	Experiencia investigadora (sexenios)	Dedicación al Título		Dedicación a otros títulos	
										Dedicación (TC o TP)	Tiempo (horas totales)	Denominación del título/s (2)	Tiempo total de dedicación a otro/s título/s
UCA	160163	DIRECCIÓN DE ARTE EN PUBLICIDAD	6	Presencial	1	PSI	S	2	-	TP	196	1	4
UCA	160163	CREATIVIDAD PUBLICITARIA	6	Presencial	1	PSI	S	2	-	TP	196	1	4
UCA	160163	GESTIÓN Y REALIZACIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES	6	Presencial	1	PSI	S	2	-	TP	196	1	4
UCA	160163	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS GRÁFICOS Y AUDIOVISUALES	6	Presencial	1	PSI	S	2	-	TP	196	1	4
UCA	160163	SISTEMAS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL I	6	Presencial	1	PSI	S	2	-	TP	196	1	4
UCA	160163	PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y SOPORTES	6	Presencial	1	PSI	S	2	-	TP	196	1	4
UCA	160163	COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y EL CAMBIO SOCIAL	6	Presencial	1	PSI	S	2	-	TP	196	1	4
UCA	149743	TECNOLOGÍA Y PUBLICACIÓN EN INTERNET	6	Presencial	2	PSI	-	2	-	TP	48	1, 2, 3, 4, 5	164
UCA	149446	CREACIÓN DE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN	6	Presencial	3	PSI	-	11	-	TP	48	6,7	154
UCA	124663	TECNOLOGÍA Y PUBLICACIÓN EN INTERNET	6	Presencial	2	AD	S	2	-	TP	20	8,9	48
UCA	248626	COMUNICACIÓN POLÍTICA	6	Presencial	1	PTU	S	12	-	TP	96	1, 10	17.52



UCA	248626	DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN COMUNICACIÓN	6	Presencial	1	PTU	S	12	-	TP	96	1, 10	17.52
UCA	248626	TALLERES DE DIRECCIÓN DE PROYECTOS DIGITALES EN PUBLICIDAD Y RR.PP	6	Presencial	1	PTU	S	12	-	TP	96	1, 10	17.52
UCA	31763	COMUNICACIÓN DIGITAL	6	Presencial	1	AD	S	4	-	TC	168	-	0
UCA	31763	NUEVAS TECNOLOGÍAS EN COMUNICACIÓN	6	Presencial	1	AD	S	4	-	TC	168	-	0
UCA	31763	TALLERES DE DIRECCIÓN DE PROYECTOS DIGITALES EN PUBLICIDAD Y RR.PP	6	Presencial	1	AD	S	4	-	TC	168	-	0
UCA	31763	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	6	Presencial	1	AD	S	4	-	TC	168	-	0
UCA	31844	DERECHO DE LA COMUNICACIÓN	6	Presencial	4	PTU	S	31	-	TP	2	11, 12, 4, 5, 13	122
UCA	144084	TALLERES DE COMUNICACIÓN E INTELIGENCIA EMOCIONAL	6	Presencial	5	PC	S	14	1	TC	64	-	0
UCA	37217	LA LENGUA ESPAÑOLA EN LA COMUNICACIÓN	6	Presencial	6	PC	-	29	-	TP	64	14, 15, 16	60
UCA	254986	MARKETING Y GESTIÓN DE CUENTAS	6	Presencial	1	IP	-	-	-	TC	88	-	0
UCA	254986	MEDIOS Y SOPORTES INTERACTIVOS	6	Presencial	1	IP	-	-	-	TC	88	-	0
UCA	254986	ESTRUCTURA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP.	6	Presencial	1	IP	-	-	-	TC	88	-	0
UCA	26536	PSICOLOGÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN	6	Presencial	5	PC	S	20	1	TP	64	2, 3, 17	103.44
UCA	221483	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MEDIOS Y AUDIENCIAS	6	Presencial	1	PSI	S	5	-	TP	140	1, 10	25.52
UCA	221483	TEORÍA DE LA IMAGEN	6	Presencial	1	PSI	S	5	-	TP	140	1, 10	25.52
UCA	221483	ESTRUCTURA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP.	6	Presencial	1	PSI	S	5	-	TP	140	1, 10	25.52
UCA	221483	COMUNICACIÓN POLÍTICA	6	Presencial	1	PSI	S	5	-	TP	140	1, 10	25.52
UCA	113460	HERRAMIENTAS MULTIMEDIA Y ANIMACIÓN	6	Presencial	2	AD	S	14	-	TC	140	-	0
UCA	113460	HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA COMUNICACIÓN	6	Presencial	2	AD	S	14	-	TC	140	-	0



UCA	46485	DISEÑO GRÁFICO, MULTIMEDIA Y DE ESPACIOS COMERCIALES	6	Presencial	1	PSI	-	-	-	TC	88	-	0
UCA	46485	MARKETING Y GESTIÓN DE CUENTAS	6	Presencial	1	PSI	-	-	-	TC	88	-	0
UCA	46485	TALLERES DE DIRECCIÓN DE PROYECTOS DIGITALES EN PUBLICIDAD Y RR.PP	6	Presencial	1	PSI	-	-	-	TC	88	-	0
UCA	328474	HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA COMUNICACIÓN	6	Presencial	9	PSI	-	1	-	TP	30	18, 2, 4	212
UCA	3304	INGLÉS PARA FINES PROFESIONALES	6	Presencial	7	PTU	S	33	1	TP	73.6	7	48
UCA	3304	INGLÉS APLICADO A LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP.	6	Presencial	7	PTU	S	33	1	TP	73.6	7	48
UCA	264300	REDACCIÓN PUBLICITARIA	6	Presencial	1	PSI	-	11	-	TP	88	1, 10	49.52
UCA	264300	DISEÑO GRÁFICO, MULTIMEDIA Y DE ESPACIOS COMERCIALES	6	Presencial	1	PSI	-	11	-	TP	88	1, 10	49.52
UCA	156251	GESTIÓN Y REALIZACIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES	6	Presencial	1	AD	S	8	-	TP	151.6	1, 10, 19	21.52
UCA	156251	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	6	Presencial	1	AD	S	8	-	TP	151.6	1, 10, 19	21.52
UCA	156251	DIRECCIÓN DE ARTE EN PUBLICIDAD	6	Presencial	1	AD	S	8	-	TP	151.6	1, 10, 19	21.52
UCA	156251	MEDIOS Y SOPORTES INTERACTIVOS	6	Presencial	1	AD	S	8	-	TP	151.6	1, 10, 19	21.52
UCA	156251	COMUNICACIÓN INTERNACIONAL E INTERCULTURAL	6	Presencial	1	AD	S	8	-	TP	151.6	1, 10, 19	21.52
UCA	156251	IMAGEN CORPORATIVA INSTITUCIONAL	6	Presencial	1	AD	S	8	-	TP	151.6	1, 10, 19	21.52
UCA	162971	COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y EL CAMBIO SOCIAL	6	Presencial	1	PTU	S	18	3	TC	68	-	0
UCA	162971	COMUNICACIÓN, DERECHOS HUMANOS E IGUALDAD	6	Presencial	1	PTU	S	18	3	TC	68	-	0
UCA	102184	ECONOMÍA	6	Presencial	8	PSI	-	14	-	TP	48	1, 10, 19	176
UCA	137037	ÉTICA Y DEONTOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP.	6	Presencial	10	CU	S	37	4	TP	24	3, 20	40



UCA	287802	MEDIOS Y SOPORTES INTERACTIVOS	6	Presencial	1	PSI	S	10	-	TP	121.6	1, 10	37.52
UCA	287802	TEORÍA DE LA IMAGEN	6	Presencial	1	PSI	S	10	-	TP	121.6	1, 10	37.52
UCA	287802	DIRECCIÓN DE ARTE EN PUBLICIDAD	6	Presencial	1	PSI	S	10	-	TP	121.6	1, 10	37.52
UCA	287802	GESTIÓN Y REALIZACIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES	6	Presencial	1	PSI	S	10	-	TP	121.6	1, 10	37.52
UCA	287802	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS GRÁFICOS Y AUDIOVISUALES	6	Presencial	1	PSI	S	10	-	TP	121.6	1, 10	37.52
UCA	309505	ÉTICA Y DEONTOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP.	6	Presencial	11	AD	S	8	-	TP	24	11	152
UCA	63705	HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA COMUNICACIÓN	6	Presencial	9	PSI	-	-	-	TP	20	2	48
UCA	200815	TALLERES DE COMUNICACIÓN E INTELIGENCIA EMOCIONAL	6	Presencial	5	PSI	-	3	-	TP	16	7, 3, 21	178.56
UCA	198932	GESTIÓN Y REALIZACIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES	6	Presencial	1	PSI	-	-	-	TC	14.8	-	0
UCA	198932	MEDIOS Y SOPORTES INTERACTIVOS	6	Presencial	1	PSI	-	-	-	TC	14.8	-	0
UCA	198932	DIRECCIÓN DE ARTE EN PUBLICIDAD	6	Presencial	1	PSI	-	-	-	TC	14.8	-	0
UCA	72546	SOCIEDAD GLOBAL Y ESTILOS DE VIDA	6	Presencial	12	PSI	-	2	-	TP	48	3, 22, 23	116
UCA	176880	TÉCNICAS DE PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE ACTOS Y EVENTOS	6	Presencial	1	PA	S	10	-	TP	64	24	33.76
UCA	137278	SOCIOLOGÍA	6	Presencial	12	PTU	S	34	-	TP	64	2	96
UCA	425503	EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y PROCESOS DE LAS RR.PP	6	Presencial	1	PTU	S	3	-	TP	64	10	35.04
UCA	137280	HISTORIA ECONÓMICA Y SOCIAL	6	Presencial	1	CU	S	36	-	TP	56	6, 7	112
UCA	470791	COMUNICACIÓN DIGITAL	6	Presencial	1	PSI	S	2	-	TP	188	5, 25	6
UCA	470791	PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y SOPORTES	6	Presencial	1	PSI	S	2	-	TP	188	5, 25	6
UCA	470791	CREATIVIDAD PUBLICITARIA	6	Presencial	1	PSI	S	2	-	TP	188	5, 25	6



UCA	470791	SISTEMAS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL II	6	Presencial	1	PSI	S	2	-	TP	188	5,25	6
UCA	470791	DISEÑO Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	6	Presencial	1	PSI	S	2	-	TP	188	5,25	6
UCA	83150	DERECHO DE LA COMUNICACIÓN	6	Presencial	4	PTU	S	29	2	TP	46	2,26	18
UCA	508764	MARKETING Y GESTIÓN DE CUENTAS	6	Presencial	1	PSI	S	-	-	TC	84	-	0
UCA	508764	COMUNICACIÓN, DERECHOS HUMANOS E IGUALDAD	6	Presencial	1	PSI	S	-	-	TC	84	-	0
UCA	425510	COMUNICACIÓN DIGITAL	6	Presencial	1	PTU	S	4	-	TP	56	10	25.52
UCA	425510	DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN COMUNICACIÓN	6	Presencial	1	PTU	S	4	-	TP	56	10	25.52
UCA	245356	ESTRUCTURA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP.	6	Presencial	1	PTU	S	13	-	TP	64	1,10	12
UCA	245356	REDACCIÓN PUBLICITARIA	6	Presencial	1	PTU	S	13	-	TP	64	1,10	12
UCA	245356	CREATIVIDAD PUBLICITARIA	6	Presencial	1	PTU	S	13	-	TP	64	1,10	12
UCA	89302	EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD	6	Presencial	1	PTU	S	14	-	TP	64	1,10	11.52
UCA	471900	SISTEMAS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL I	6	Presencial	1	PTU	S	2	-	TP	128	1,10	17.52
UCA	471900	LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN COMUNICACIÓN	6	Presencial	1	PTU	S	2	-	TP	128	1,10	17.52
UCA	471900	IMAGEN CORPORATIVA INSTITUCIONAL	6	Presencial	1	PTU	S	2	-	TP	128	1,10	17.52
UCA	90719	ECONOMÍA	6	Presencial	13	CE	S	36	-	TP	56	7	112
UCA	109210	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN EFICAZ	6	Presencial	14	AD	S	7	-	TP	64	15,19	112
UCA	512485	INGLÉS PARA FINES PROFESIONALES	6	Presencial	7	PSI	S	-	-	TP	22.4	14,15,27	175.04



**(1) Áreas de conocimiento del profesorado**

CÓDIGO	ÁREA DE CONOCIMIENTO DEL PROFESORADO
1	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS
3	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
4	DERECHO ADMINISTRATIVO
5	PSICOLOGÍA SOCIAL
6	LENGUA ESPAÑOLA
7	FILOLOGÍA INGLESA
8	ECONOMÍA APLICADA
9	CIENCIA DE LA COMPUTACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL
10	FILOSOFÍA DEL DERECHO
11	HISTORIA DEL DERECHO Y DE LAS INSTITUCIONES
12	SOCIOLOGÍA
13	ECONOMÍA APLICADA
14	LINGÜÍSTICA GENERAL

**(2) Denominación de otros títulos**

CÓDIGO	OTROS TÍTULOS DONDE IMPARTE DOCENCIA
1	MÁSTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL
2	GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
3	GRADO EN TRABAJO SOCIAL
4	GRADO EN TURISMO
5	MÁSTER EN DIRECCIÓN TURÍSTICA
6	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESA
7	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
8	GRADO EN INGENIERÍA INFORMÁTICA
9	MÁSTER EN INVESTIGACIÓN EN INGENIERÍA DE SISTEMAS Y DE LA COMPUTACIÓN
10	MÁSTER EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN
11	GRADO EN DERECHO
12	GRADO EN ENOLOGÍA
13	MÁSTER EN PATRIMONIO, ARQUEOLOGÍA E HISTORIA MARÍTIMA
14	GRADO EN FILOLOGÍA HISPÁNICA
15	GRADO EN LINGÜÍSTICA Y LENGUAS APLICADAS
16	MÁSTER EN ESTUDIOS HISPÁNICOS
17	MÁSTER EN VIOLENCIA CRIMINAL: CARÁCTER, PREVENCIÓN Y TRATA. DE LA VIOLENCIA



CÓDIGO	OTROS TÍTULOS DONDE IMPARTE DOCENCIA
18	GRADO EN CRIMINOLOGÍA
19	MÁSTER EN COMUNICACIÓN INTERNACIONAL
20	MÁSTER EN RELACIONES INTERNACIONALES Y MIGRACIONES
21	MÁSTER EN EDUCACIÓN SECUNDARIA
22	GRADO EN MEDICINA
23	GRADO EN RELACIONES LABORALES
24	MÁSTER EN INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DEL FLAMENCO
25	MÁSTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS
26	MÁSTER EN ARQUEOLOGÍA NAÚTICA SUBACUÁTICA
27	GRADO EN ESTUDIOS ÁRABES, GRADO EN ESTUDIOS FRANCESES, GRADOS EN ESTUDIOS INGLESES, GRADO EN FILOLOGÍA CLÁSICA

### Tutela de prácticas

Desde la Dirección General de Empleo, la Universidad de Cádiz tiene firmados convenios con diferentes empresas, tanto del ámbito público como privado, donde los futuros Graduados en Publicidad y Relaciones Públicas podrán realizar sus prácticas en empresa, [El listado de convenios de colaboración con entidades para la realización de prácticas puede consultarse en el siguiente enlace de la web del centro:](#)

<https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/Entidades-Colaboradoras-PUB.pdf?u>

La universidad de Cádiz tiene una plataforma (<https://gades.uca.es/home>) que se coordina desde la Dirección General de Empleo y aparecen reflejados tanto las empresas, tutores académicos (área de conocimiento, categoría profesional, dedicación al título, etc), como los tutores de empresas.

### Tabla 8. Personal académico o profesional responsable de las tutorías de las prácticas

#### Tutores académicos responsables de prácticas

Nombre del tutor académico	Primer apellido del tutor académico	Segundo apellido del tutor académico	
VICTOR	ALVAREZ	RODRIGUEZ	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN
LUCIA DE LAS NIEVES	CARO	CASTAÑO	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN
FRANCISCO JAVIER	GODOY	MARTIN	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN
PALOMA	LOPEZ	ZURITA	Departamento Filología Francesa e Inglesa
ANTONIO	MACARRO	TOMILLO	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN
SALUSTIANO JUAN	MARTINEZ	FIERRO	DEP. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
JOSE MARIA	PABLOS	TEIJEIRO	DEP. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS – PROF. COLABORADOR



ALFONSO MAXIMILIANO	RODRIGUEZ DE AUSTRIA	GIMENEZ DE ARAGON	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN
DAVID	SELVA	RUIZ	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN
ESTHER	SIMANCAS	GONZALEZ	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN
MARIA DEL ROSARIO	TORIBIO	MUÑOZ	Departamento Economía General



## 5.2. Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios

La oferta docente no sería posible sin el concurso de personal de apoyo que atendiera las labores administrativas y de gestión de infraestructuras imprescindibles para el correcto desarrollo de las actividades docentes e investigadoras. La Facultad de Ciencias Sociales y la Comunicación cuenta con Personal de Administración y Servicios (PAS) con dedicación exclusiva, cuyas funciones son las tareas administrativas y de gestión de las infraestructuras que se derivan de la actividad académica y que son imprescindibles para el correcto desarrollo de la labor docente. En la siguiente tabla se recogen los recursos humanos puestos a disposición del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Atendiendo a la estructura organizativa de la Universidad de Cádiz y con el fin de optimizar los recursos humanos de carácter administrativo, el personal de Administración y Servicios no se adscribe a ningún título en concreto, sino que están a disposición de diferentes títulos que se imparten en un Centro, o bien en un Campus Universitario.

**Tabla 9. Personal administrativo del Campus**

ID PERSONAL	SUBUNIDAD	RJ	GRUPO	DENOMINACIÓN DEL PUESTO	AÑOS DE ANTIGÜEDAD EN LA UCA
<b>UNIDAD FUNCIONAL SERVICIOS A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA</b>					
39	Servicio de Biblioteca	F	A1/A2	Jefe de biblioteca	37,72
40	Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	F	A2	T.G.R.I.	33,91
19	Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	F	A2	T.G.R.I.	11,05
44	Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	F	A2	T.G.R.I.	7,95
45	Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	L	3	Encargado de Equipo	12,69
3	Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	L	3	Técnico Especialista	39,00
48	Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	L	3	Técnico Especialista	1,44
9	Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	L	3	Técnico Especialista	5,05
15	Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	L	3	Técnico Especialista	2,25
8	Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	L	3	Técnico Especialista	38,17
2	Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	L	3	Técnico Especialista	5,90
36	Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	L	3	Técnico Especialista	16,56
<b>ADMINISTRACIÓN DEL CAMPUS DE JEREZ</b>					
6	Administración del Campus de Jerez	F	A1/A2	Asesor/a Técnico/a	8,32



61	Administración del Campus de Jerez	F	A2/C1	Técnico	39,00
64	Administración del Campus de Jerez	F	A2/C1	Técnico	39,84
42	Administración del Campus de Jerez	F	A2	Técnico	32,19
62	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor especialista	34,41
5	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor especialista	39,59
65	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor especialista	15,64
16	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor	13,46
56	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor	39,59
38	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor	28,25
66	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor	17,56
4	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor	33,01
26	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor	10,94
10	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor	6,09
52	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor	33,29
29	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor	13,91
34	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor	12,41
17	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Secretario Dirección	14,41
25	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Secretario Dirección	29,50
22	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor departamental	1,50
50	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor departamental	32,46
51	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor departamental	35,80
55	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor departamental	35,75
24	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor departamental	16,91
60	Administración del Campus de Jerez	F	C1	Gestor departamental	13,97
21	Administración del Campus de Jerez	L	3	Encargado de equipo de conserjería	39,17
7	Administración del Campus de Jerez	L	3	Encargado de equipo de conserjería	11,26
63	Administración del Campus de Jerez	L	3	Encargado de equipo de conserjería	14,70
27	Administración del Campus de Jerez	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	6,90
57	Administración del Campus de Jerez	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	3,94
1	Administración del Campus de Jerez	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	5,12
53	Administración del Campus de Jerez	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	5,01



18	Administración del Campus de Jerez	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	1,68
14	Administración del Campus de Jerez	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	4,27
30	Administración del Campus de Jerez	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	5,09
31	Administración del Campus de Jerez	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	7,26
49	Administración del Campus de Jerez	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	12,85
13	Administración del Campus de Jerez	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	12,82
32	Administración del Campus de Jerez	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	1,68

NOTA: Se trata del personal de administración y servicios que, si bien atienden las necesidades del centro / título, no necesariamente están asociados al título. En definitiva, son recursos conjuntos de todos los títulos del centro o sedes que, en algunas cuestiones, son compartidos con títulos de otros centros (por ejemplo, el personal de administración de departamentos ubicados en el centro, pero con docencia adicional en otros centros). Los recursos humanos del área de informática, audiovisuales, mantenimiento, prevención, deportes y actividades culturales son comunes para toda la Universidad en los procesos de docencia, gestión e investigación.



## 6. RECURSOS MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

### 6.1. Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles

La Universidad de Cádiz hace un uso transversal de todos los recursos materiales que están a disposición de la comunidad universitaria con independencia de su adscripción a una u otra titulación, Facultad o Campus. El Campus Universitario de Jerez, es sede de la Facultad de Derecho y de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, en la que se imparten las Diplomaturas de Empresariales, Turismo, la doble titulación de Turismo/Empresariales, Gestión y Administración Pública y el segundo ciclo de la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas. El Campus se encuentra situado en la Avenida de la Universidad, s/n. Cuenta con 35.000 m<sup>2</sup>, 700 plazas de aparcamiento, 5 edificios principales y pistas deportivas. En todo el recinto existe conexión Wifi. Las instalaciones son modernas y de reciente construcción, pensadas para la docencia y para hacer la vida universitaria lo más cómoda posible. En la Universidad de Cádiz todas las asignaturas disponen del Campus Virtual como apoyo a la docencia. Edificio de Despachos y Seminarios. Cuenta con una superficie de 7.609 m<sup>2</sup>, donde se ubican los Decanatos, Departamentos, Secretarías de Departamentos, los despachos de los profesores y los seminarios para reuniones, simposiums, etc. En este edificio se encuentra el Salón de Actos equipado con la última tecnología y preparado para impartir cursos por videoconferencia, con una capacidad para 210 personas. En este edificio se ubica la Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación, unidad integrada en el Vicerrectorado de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación, cuyo objetivo principal es la gestión, difusión y puesta en valor de los resultados de la investigación de la Universidad.

**Aulario** Como todos los edificios del Campus, es polivalente. Dispone de una superficie construida de 16.803 m<sup>2</sup> repartidos en dos plantas. En él se encuentran aulas de diferente capacidad, todas equipadas con las últimas tecnologías: 1 aula con capacidad para 287 alumnos 1 aula con capacidad para 250 alumnos 1 aula con capacidad para 210 alumnos. 2 aulas para 184 alumnos 1 aula para 170 alumnos 16 aulas con capacidad entre 80 y 120 alumnos 2 aulas con capacidad para 42 alumnos. Se ubican en el mismo edificio la Oficina de Relaciones Internacionales, para atender a los alumnos Erasmus Sócrates entrantes y salientes, la Oficina de Voluntariado, dependiente de la Dirección General de Acción Social y Solidaria, y la Oficina para el Aula de Mayores, cuyo objetivo general es potenciar la integración de las personas mayores en la vida económica, social y cultural, presentando esta etapa del ciclo vital como una vida positiva, digna y capaz. Para ello creamos un camino de promoción cultural que permita a los alumnos desarrollar plenamente sus capacidades hacia un disfrute mayor. En la última planta del aulario se encuentran cinco aulas de informática, dos laboratorios de idiomas dotados con 30 puestos dotados y un aula de teledocencia para videoconferencia dotada con la última tecnología (cámaras de vídeo, pantallas, ordenadores, etc.). Todas las aulas tienen conexión a Internet, punto de salida de señales de vídeo, megafonía y sistemas de videoproyección fijos, para el apoyo de la labor docente. Los edificios cuentan con calefacción y aire acondicionado y un número suficiente de plazas de aparcamiento para cubrir las necesidades de la comunidad universitaria.

**Biblioteca.** La Biblioteca del Campus tiene una superficie construida de 8.079 m<sup>2</sup>, y dispone de 300 puestos de lectura. Las instalaciones de la biblioteca están distribuidas de la siguiente manera: - Semisótano: Con un fondo de revistas superior a los 800 títulos. - Planta baja: Chill out, sala de formación y 24 Puntos de Acceso Remoto a Información y Servicios (PARIS). - Planta primera: 72 puestos de lectura distribuidos en tres salas. También están ubicadas en esta planta la dirección, el proceso técnico y salas de reuniones. - Planta segunda: 72 puestos de lectura, 17 salas de trabajo dotadas con equipos informáticos. En esta planta está ubicada la biblioteca Rodríguez Carrión en la cual se encuentran depositados la bibliografía de la antigua Escuela Pericial de Empresariales y Comercio. También podemos encontrar fondos especializados en Derecho Marítimo donados por Rodríguez Carrión. - Planta tercera: Dispone de 156 puestos de lectura. El fondo bibliográfico de la biblioteca supera los 75.000 libros. Existen 50 ordenadores de sobremesa repartidos por toda la biblioteca y 39 portátiles en régimen de préstamo. Cuenta con el certificado de Calidad ANECA, y el sello de excelencia europea 400+. Edificio de Servicios Comunes

**Edificio de Servicios Comunes,** cuenta con una superficie de 3.451 m<sup>2</sup>. Consta de tres plantas. Semisótano: cafetería, comedor, cocina y autoservicio. Planta baja: Donde se ubican los siguientes



servicios: Oficina de campus del Centro Integrado de Tecnologías de la Información, (CITI), dependiente del Vicerrectorado de Tecnologías de la Información e Innovación Docente. El Área de Informática de la Universidad de Cádiz aporta a la comunidad universitaria los medios técnicos y servicios informáticos, de comunicaciones, audiovisuales y estadísticos necesarios para su desarrollo y eficaz funcionamiento, en el marco estratégico vigente. Sus funciones son: Planificar, proveer y gestionar las infraestructuras de tecnologías de la información de la UCA: red de comunicaciones, sistemas centrales, equipos de usuarios y recursos audiovisuales. Implantar y mantener servicios digitales de comunicación tales como correo electrónico, páginas Web, telefonía, foros virtuales, videoconferencias, etc. · Atender los servicios que solicitan los usuarios a través del Centro de Atención a Usuarios. Proveer recursos y servicios técnicos para desarrollar, almacenar y difundir información en los formatos y medios disponibles. · Asegurar la protección legal de los datos informatizados y la disponibilidad de los servicios y procesos implicados. · Proveer recursos y servicios específicos de apoyo a la docencia, tales como aulas informáticas, software docente, medios audiovisuales y plataforma de docencia virtual. · Aportar medios técnicos de apoyo a la Investigación, tales como servidores centrales de cálculo, software científico y recursos Web. · Proveer y apoyar las aplicaciones informáticas de soporte a los Servicios Administrativos y Órganos de Gobierno. · Ayudar a los usuarios a adquirir la capacitación necesaria para usar las tecnologías de la información. · Ofrecer a los alumnos de la Universidad recursos de tecnologías de la información que faciliten el acceso a una educación superior de alta calidad. · Atender servicios de apoyo estadístico a investigadores, órganos de dirección y responsables de gestión. · Participar en el diseño de los procesos y servicios administrativos telemáticos y ejecutar su implantación técnica. Apoyar el desarrollo y funcionamiento de la biblioteca electrónica, aportando recursos y soporte técnico. · Ejercer el papel de observatorio de tecnologías de la información para detectar y aportar soluciones técnicas innovadoras a la Universidad.

## 6.2. Gestión de las prácticas externas

~~Oficina de la Dirección General de Empleo~~ El **Centro de promoción de empleo y prácticas**, es la Unidad a la que la Universidad de Cádiz tiene encomendada la función de establecer vías de actuación que potencien y refuercen la formación de carácter teórico que se imparte en sus aulas, de forma que se produzca un complemento a esta formación que implique un aumento de la empleabilidad, de las posibilidades de inserción laboral de los universitarios. Para desempeñarla, la Unidad lleva a cabo actuaciones en diferentes campos, que pueden sintetizarse de la siguiente forma: De un lado, las prácticas en empresas, que hasta hace poco se plantean exclusivamente para alumnos, pero ahora pueden establecerse también para titulados recientes, al haberse sumado la UCA al programa de Experiencias Profesionales para el Empleo (EPES) promovido por la Junta de Andalucía. Para el desarrollo de estas prácticas, la UCA dispone de un marco normativo general, el Reglamento de Prácticas en empresas (Acuerdo de Consejo de Gobierno de 14 de julio de 2005), y de distintos programas específicos: • Prácticas del Plan propio: para alumnos, a desarrollar en empresas e instituciones. • Prácticas PRAEM: para alumnos, a desarrollar en empresas e instituciones. • Prácticas UCA: para alumnos, a desarrollar en la Universidad de Cádiz. • Prácticas EPES: para titulados, a desarrollar en empresas e instituciones. Desde la Dirección General de Empleo, la Universidad de Cádiz tiene firmados convenios con diferentes empresas, tanto del ámbito público como privado, donde los futuros Graduados en Publicidad y Relaciones Públicas podrán realizar sus prácticas en empresa.

**Tabla 9. Información sobre Prácticas Externas**

Nº de créditos de prácticas académicas externas obligatorias:	0	Nº total de plazas ofertadas (desglosar en su caso, las plazas si se ofertan en varios idiomas):	0
Nº de créditos de prácticas optativas (de especialidad, mención o itinerario):	12	Nº total de plazas ofertadas (desglosar en su caso, las plazas si se ofertan en varios idiomas):	166

Tutores académicos prácticas. Ver Anexo Apartado 5.1



Convenios			
Denominación de la entidad	Número de Plazas ofertadas para el título	Convenio (archivo comprimido o descargable con las evidencias)	Nº personas tutoras en la entidad colaboradora diferentes

Los convenios de prácticas pueden consultarse en la siguiente dirección:

<https://drive.google.com/drive/folders/1LAqxDb8hZc9PX4f9gG7g4KikTe8ev1Tw?usp=sharing>

### **Resultados previstos.**

La Universidad de Cádiz lleva ya varios años trabajando dentro del programa de formación del Personal Docente e Investigador en proporcionar una formación suficiente para abordar este reto dentro de las nuevas titulaciones. Por otra parte, la evaluación de las competencias generales implica la coordinación de todos los profesores en metodología y criterios de evaluación. Por ello, la Universidad de Cádiz ha optado por un procedimiento general para todas sus titulaciones, que se recoge en el Sistema de Garantía de Calidad (SGC), mediante el Procedimiento de Planificación, Desarrollo y Medición de los Resultados de las Enseñanzas, aprobado por Acuerdo de Consejo de Gobierno de 21 de noviembre de 2012, revisado y ratificado en diciembre de 2014 y aprobado en Consejo de Gobierno de 16 de diciembre de 2014, conjuntamente con el resto de procedimientos que se contemplan en el Sistema de Garantía de Calidad. Particularmente este procedimiento tiene como propósito establecer el modo en el que los Centros y Departamentos de la Universidad de Cádiz (UCA), implementan sus programas formativos y evalúan los resultados del aprendizaje con el fin de valorar si los estudiantes alcanzan los objetivos y competencias definidas en los títulos de Grado.

Con relación a la evaluación de los aprendizajes, esta debe realizarse por parte del equipo docente conforme a lo establecido en el programa formativo o programa docente de la asignatura (criterios de evaluación e instrumentos que el profesorado utilizará para evaluar el progreso en el aprendizaje y el grado de adquisición de competencias). La Comisión de Garantía de Calidad del Centro será la encargada de revisar y realizar el control y seguimiento, tanto de la planificación como del desarrollo de las enseñanzas. En concreto, las metodologías de enseñanza y aprendizaje se analizan cada año dentro del Procedimiento diseñado por el SGC de la Universidad de Cádiz, para evaluar la planificación, desarrollo y medición de los resultados de las enseñanzas, si bien también se incluye dentro del SGC un procedimiento para la evaluación de la satisfacción de los grupos de interés (PDI y estudiantes) con la actividad docente del centro.

Una vez finalizado el curso académico, la Unidad de Calidad y Evaluación será la encargada de cargar en el gestor documental del Sistema de Garantía de Calidad (GD-SGC) un informe con los resultados de los indicadores del procedimiento. Estos indicadores incluyen los indicadores establecidos en el Real Decreto 1393/2007 y el Real Decreto 861/2010, los indicadores reflejados en el protocolo para el proceso de seguimiento de títulos universitarios oficiales (CURSA) y otros contemplados por el Sistema Integrado de Información de las Universidades Públicas Españolas (SIU).

En el Procedimiento de planificación, desarrollo y medición de los resultados se detallan los indicadores, herramientas y formatos utilizados para la valoración de los siguientes indicadores: Porcentaje de asignaturas del título que tienen su Programa Docente (Ficha 1B) validado y publicado en red. Satisfacción global de los estudiantes con la planificación de la enseñanza y aprendizaje. Satisfacción global de los estudiantes con el desarrollo de la docencia. Satisfacción del profesorado con la organización y el desarrollo de la docencia. Tasa de rendimiento. Tasa de éxito. Tasa de evaluación. Tasa de abandono. Tasa de graduación. Tasa de eficiencia.



Adicionalmente también se dispone de las siguientes herramientas: Encuesta opinión de los estudiantes sobre la labor docente del profesorado. Cuestionario de evaluación de la satisfacción sobre el título: Profesorado. Además, cada curso académico, la Comisión de Garantía de Calidad y la Junta de Facultad del Centro recaba para su análisis información sobre el grado de difusión de Información Pública del Título, el perfil de ingreso de los nuevos estudiantes, los planes de Acogida, Tutoría y Apoyo que reciben, así como todo lo relacionado con su inserción laboral. Con ello se pretende detectar posibles desajustes y poner en marcha las acciones de mejora necesarias para abordarlos.

Considerando que la mejora continua es uno de los fundamentos clave sobre los que se asienta la gestión de la calidad, el Centro presenta toda la información extraída de los análisis de cada procedimiento, no sólo a los distintos órganos de gobierno del Centro, sino a todos los profesores en general y de cada sede en particular. Su objetivo es implementar un espíritu de mejora continua en todas y cada una de las partes implicadas en ello, creando un equipo que trabaje por un fin compartido. En este sentido, tras haber detectado posibles deficiencias o indicadores a mantener, cada curso académico, el Centro pondrá en conocimiento de los distintos grupos de interés información sobre la calidad obtenida en los distintos programas formativos conforme a lo indicado en el Procedimiento para garantizar la calidad del personal docente, el grado en el que el profesorado participa en Proyectos de Innovación Docente, Acciones Avaladas, Cursos de Formación, etc. Al mismo tiempo, se trabaja en identificar las distintas reclamaciones y propuestas de mejora que son recabadas mediante el Procedimiento para tratar las incidencias, reclamaciones y sugerencias de los grupos de interés internos del Centro.

De manera análoga el SGC incluye procedimientos destinados a medir y analizar los resultados de prácticas externas y movilidad de estudiantes. La normativa que rige dicho programa de prácticas es el R.D. 592/2014, de 11 de julio, así como el Reglamento interno propio de la Facultad de Ciencias Sociales y la Comunicación. Cada alumno que se acoge al programa tiene designado un tutor de empresa y un tutor académico, que velan por el cumplimiento de cada convenio individual en los términos de duración y actividades formativas pactados. Finalizado el periodo de prácticas, ambos tutores emiten un informe al respecto que es remitido a través de la aplicación informática practicas.uca.es al Vicedecanato que, a la luz de dichos informes, se emite un Certificado Oficial de Prácticas con el que el alumno solicitará el reconocimiento de los ECTS correspondientes a la asignatura Prácticas de Empresas.

Resaltar que, al planificar las enseñanzas, la Comisión responsable del diseño del título distribuye las competencias generales y específicas del mismo en los diferentes módulos, materias y asignaturas. Los métodos para evaluar la consecución de estas competencias se concretan en el plan de estudios y en las guías docentes de las asignaturas elaboradas, cada curso académico, por parte del profesorado responsable. Entre los métodos de evaluación de competencias se combinan actividades de evaluación, que se aplican durante todo el proceso formativo (trabajos en grupo, trabajos individuales, actividades a realizar en el campus virtual, etc.), y se suman al final del mismo. Esta combinación permite, tanto al profesorado como al alumnado, aprehender de manera mucho más centrada las competencias objetivo de cada asignatura. La superación de las diferentes asignaturas, implica la demostración de la adquisición de las competencias que tenía asignadas, y al completar los diferentes módulos, materias y el nivel de idioma B1 el estudiante está en disposición de recibir el título.

No obstante, para la asignatura Trabajo Fin de Grado, siguiendo la Normativa general de la Universidad de Cádiz, y la normativa específica del Centro los profesores de distintas ramas de conocimiento con docencia en la titulación junto a los estudiantes proponen cada año una oferta que es aprobada por la Comisión de Garantía de Calidad de la Facultad. También es responsabilidad del Centro la aprobación del tribunal que evalúa dicho trabajo siendo obligatoria su defensa oral.



## 7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

### 7.1. Cronograma de implantación del título

El título de Publicidad y Relaciones Públicas, una vez aprobada la modificación que se solicita, se comenzará a impartir al inicio del curso académico 2026/2027.

**Cronograma:**

Curso	Curso implantado del grado Publicidad y Relaciones Públicas	Curso extinguido del grado en Publicidad y Relaciones Públicas
2026/2027	1º, 2º, 3º y 4º	1º, 2º, 3º y 4º



## TUTORES ACADEMICOS PRACTICAS – GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

<b>Nombre del tutor académico</b>	<b>Primer apellido del tutor académico</b>	<b>Segundo apellido del tutor académico</b>	
VICTOR	ALVAREZ	RODRIGUEZ	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN
LUCIA DE LAS NIEVES	CARO	CASTAÑO	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN
FRANCISCO JAVIER	GODOY	MARTIN	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN
PALOMA	LOPEZ	ZURITA	Departamento Filología Francesa e Inglesa
ANTONIO	MACARRO	TOMILLO	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN
SALUSTIANO JUAN	MARTINEZ	FIERRO	DEP. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
JOSE MARIA	PABLOS	TEIJEIRO	DEP. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS – PROF. COLABORADOR
ALFONSO MAXIMILIANO	RODRIGUEZ DE AUSTRIA	GIMENEZ DE ARAGON	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN
DAVID	SELVA	RUIZ	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN
ESTHER	SIMANCAS	GONZALEZ	DEP.MARKETING Y COMUNICACIÓN
MARIA DEL ROSARIO	TORIBIO	MUÑOZ	Departamento Economía General



EMPRESAS E INSTITUCIONES COLABORADORAS PRÁCTICAS

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Nombre del tutor profesional	Primer apellido del tutor profesional	Segundo apellido del tutor profesional	Nombre de la empresa
EVA MARÍA	PITA	PAEZ	ACHEF AGENCIA COMUNICACIÓN,S.L.
María	Otero	Fuentes	Agencia de marketing y publicidad
JESÚS	PÉREZ	CORDERO	ALABRISA eventos S.L.
ANA ISABEL	GAVIRA	SANLES	ALANDALUS CLUB
ALICIA	PEREZ	FOPIANI	ALICIA PEREZ FOPIANI - LOVE WEDDING PLANNERS
CONCEPCIÓN	NARVÁEZ	SALAZAR	ALIKINDOY COMUNICACION
ÁLVARO	GORDILLO		ALSHERRY EXPERIENCES
Sergio	Diaz	Tebar	APOLO. PROPULSORA DE MARCAS SL
FRANCISCO	LUCAS	ESPINOSA	ASIRTEC
FELISA	CAPOTE	AGUILERA	ASOCIACION DE EMPRESARIAS Y PROFESIONALES DE CADIZ
EMILIO	CID	PEREZ	AVIVA MARKETING
MELCHOR	MATEO	AMARO	AYUNTAMIENTO DE CADIZ
PEDRO	RODRÍGUEZ	FLORES	AYUNTAMIENTO DE JEREZ DE LA FRONTERA
MANUEL	CABO	MARQUEZ	AYUNTAMIENTO DE SANLUCAR DE BARRAMEDA
JUAN CARLOS	DE LOS REYES	DÍAZ	Befresh Studio
JOSE LUIS	RUIZ	MARTIN	BIO-SABOR,SAT
Javier	Romero	Orúe	Boorpret SCA
JUAN PABLO	RUIZ	MORENO	BOOX - INFORPAPEL LA MARQUESA, S.L.
ANDRES	MARTAGON	BRIOSSO	Briosos Marketing sl
IGNACIO	GONZÁLEZ	DORAO	CADIGRAFIA, PUBLICIDAD Y COMUNICACION, S.L.
DOLORES	GONZALEZ	BARRERA	CADIZ CLUB DE FUTBOL, S.A.D.
Jaime	Fernandez	Contreras	CAMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA DE JEREZ
Jenny Lorena	Victoria	Escobar	CENTRO DE FORMACIÓN SOSTENIBLE
SANDRA	ROMERO		CLOUD ESTUDIO
TERESA	LOPEZ	ORTEGA	CONSEJO REGULADOR VINOS Y VINAGRES JEREZ
LUIS			
ALBERTO	CALVO	ALVAREZ	COW AND CO.
MARCOS	LUJÁN	CASTAÑEDA	CRIAFAMA
José Ángel	Perdigones	Muñoz	DICAM TELECOMUNICACIONES S.L.
José Luis	Sánchez	Román	DirectedMetal 3D SL
MONTSE	BUZON	BAREA	EXCELLENT MARKETING
PATRICIA	SIBAJAS	NARVAEZ	EXPASA AGRICULTURA Y GANADERIA S.A
Mercedes	Padilla	Leal	FEDRA BUSINESS S.L

CSV: 926986682678226625038928 - Verificable en <https://sede.educacion.gob.es/cid> y Carpeta Ciudadana <https://sede.administracion.gob.es>



María José	Rodríguez	Hierro	FUNDACION REAL ESCUELA ANDALUZA DEL ARTE EQUESTRE
Francisco Javier	Ramírez	Fernández	Grupoinnovamedia S.L.
Sergio	Ceballos	de la Torre	Guasa Films S.L. (Innova Films)
Raúl	Fernandez reguera	Álvarez	Ideólogo SL
INMACULADA	ROJAS	IBARRA	IKEA IBERICA S.A.
José Luis	Calero	Blanco	IMAGINSTORY, S.L.
LAURA	CORONILLA	VIDAL	INN 360, S.L.
Javier María	Coca	Moreno	Jerez Directo Radiotelevisión, s.l.
Jesús	De Sobrino	Grosso	JESUS DE SOBRINO GROSSO
IÑIGO	VILLAGRAN	YAÑEZ	JV PLANNET MARKETING COMUNI S.L
Cristina	Muñoz	Lozano	LA CARBONÁ JEREZANA,S.L.
Francisco Manuel	Martín	Sánchez	La Ola Buena
Lucia	Del Castillo	Campos	Los 3 Guisantes by Ayuda T S.L.
David	Peña	Astorga	Ludik Educación y Animación, S.L.U.
Alvaro	Rodriguez		MACHIO ASOCIADOS, S.L.
Maria	Espejo	Muñoz	MARIA ESPEJO MUÑOZ
SOFIA	ALVAREZ DE LARA	NAVARRETE	MERAKIH SHOP SL
CARMEN	GARCIA	CRISTOBAL	MONTECASTILLO SPORTS CATERING, S.L.
MACARENA	SÁNCHEZ	BARCO	N-GROUP COMUNICACIÓN GLOBAL Y EVENTOS SLU
Maripi	Robles	Martinez	NO SOLO UNA IDEA SL
ALEJANDRO	ONETO	PARRO	PUTERFUL - CERDICORNIO S.L.
FRANCISCA	MARTINEZ	SANCHEZ	RADIO FILABRES - LA COMARCA NOTICIAS. FRANCISCA MARTINEZ SANCHEZ
Ramsés	Benítez	Borrego	RAMSES BENITEZ BORREGO
Ángel María	Escalón	Rodríguez	SAN FERNANDO CLUB DEPORTIVO ISLEÑO SAD
RAFAEL	GARCIA	FLORES	SEMESUR S.A.U
AMPARO	BOU	MARTÍ	SIN LIMITES MARKETING EMPRESARIAL SL
JOSEFA	DIAZ	DELGADO	SKAL INTERNACIONAL CADIZ - SKAL CLUB DE CADIZ
Sofía Greta	López	González	Sofía Greta López González
Javier	Velázquez	Sanchez	TOProducciones
Miki	Gutierrez	Rodriguez	TRITON LIVEFUN SL
FRANCISCO JAVIER	DE COS	RUIZ	UNIVERSIDAD DE CADIZ
SONIA	ARNAIZ	DEL BOSQUE	VACAS Y RATONES COMUNICACION Y MARKETING A MEDIDA, S.L.U.
MARIA DEL ALBA	SÁNCHEZ	ROSA	WAKE UP - WU CREATIONS 2015 SL
Javier	Quibus		We Are You Brand SL
PATRICIA	GOMEZ	DOÑA	WEDDINGS WITH LOVE - PATRICIA GOMEZ DOÑA
Miguel	Álvez		WISER AGENCY LTD

CSV - 926986662678226625038928 - Verificable en <https://sede.educacion.gob.es/cdu> y Carpeta Ciudadana <https://sede.administracion.gob.es>



LAURA	ALVAREZ	GALLEGO	XERINTEL INTERNET TECHNOLOGIES, S.L.
-------	---------	---------	--------------------------------------



CSV: 926508660267426825030928 - Verificable en <https://sede.educacion.gob.es/cid> y Carpeta Ciudadana <https://sede.administracion.gob.es>