IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

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

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE	CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad Ramón Llull	Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna/Blanquerna School of Communication and International Relations/Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna	08070076

NIVEL	DENOMINACIÓN CORTA
Grado	Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA
Graduado o Graduada en Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing por la Universidad Ramón Llull

NIVEL MECES
2|2

RAMA DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO
Ciencias Sociales y Jurídicas	No

CAMPO DE ESTUDIO
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas

HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS	NORMA HABILITACIÓN
No	

SOLICITANTE

NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO
Anna Cervera Vila	Responsable del área del vicerrectorado de política académica

REPRESENTANTE LEGAL

NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO
ELISABET GOLOBARDES RIBÉ	Vicerrectora de Ordenación y Calidad Académica

RESPONSABLE DEL TÍTULO

NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO
Marcos Polo López	Decano

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
c. Claravall, 1-3	08022	Barcelona	645722552
E-MAIL	**PROVINCIA**		**FAX**
vicerectorat.docencia@url.edu	Barcelona		936022249

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.
El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

	En: Barcelona, AM 14 de enero de 2026
	Firma: Representante legal de la Universidad

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECIFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing por la Universidad Ramón Llull	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

LISTADO DE MENCIONES
No existen datos

RAMA	ISCED 1	ISCED 2
Ciencias Sociales y Jurídicas	Marketing y publicidad	Técnicas audiovisuales y medios de comunicación

CAMPO DE ESTUDIO
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas

NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

AGENCIA EVALUADORA
Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya

UNIVERSIDAD SOLICITANTE
Universidad Ramón Llull

LISTADO DE UNIVERSIDADES	
CÓDIGO	UNIVERSIDAD
041	Universidad Ramón Llull

LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS	
CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES
No existen datos

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	67	12
CRÉDITOS OPTATIVOS	**CRÉDITOS OBLIGATORIOS**	**CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER**
18	131	12

LISTADO DE MENCIONES	
MENCIÓN	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

1.3. Universidad Ramón Llull

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
08070076	Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna/Blanquerna School of Communication and International Relations/Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna

1.3.2. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna/Blanquerna School of Communication and International Relations/Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	VIRTUAL

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Sí	No	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	**SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN**	**TERCER AÑO IMPLANTACIÓN**
130	130	130
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	**TIEMPO COMPLETO**	
130	**ECTS MATRÍCULA MÍNIMA**	**ECTS MATRÍCULA MÁXIMA**
PRIMER AÑO	60.0	60.0
RESTO DE AÑOS	60.0	60.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	**ECTS MATRÍCULA MÁXIMA**
PRIMER AÑO	30.0	30.0
RESTO DE AÑOS	30.0	30.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.blanquerna.edu/es/fcc/servicios/informaci%C3%B3n-acad%C3%A9mica/grado/normativa-acad%C3%A9mica		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
GENERALES
CG1 - El estudiante ha de conocer críticamente la tradición humanística y la procedente de las ciencias sociales para poder aplicar dicho conocimiento al análisis de los temas propios de la comunicación social.
CG3 - El estudiante ha de ser capaz de comunicarse de forma fluida y eficaz, tanto oralmente como por escrito, en las lenguas habituales del ejercicio profesional de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.
CG4 - El estudiante ha de ser capaz de articular discursos argumentativos razonados y de plantear juicios críticos, a partir de datos e informaciones relevantes.
CG7 - El estudiante ha de ser capaz de utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación como herramientas básicas y habituales de trabajo, y aprovechar todas sus potencialidades a la hora de desarrollar actividades propias de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.
CG8 - El estudiante ha de ser capaz de aplicar los derechos humanos, y los valores democráticos y los propios de una cultura de la paz en sus análisis y en su reflexión de la actividad de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
CT1 - El estudiante ha de ser capaz de trabajar de forma autónoma y con capacidad de autoorganización, como forma de alcanzar la plena madurez intelectual.
CT2 - El estudiante ha de ser capaz de afrontar riesgos a la hora de asumir la propia toma de decisiones, con la asunción de las responsabilidades inherentes.
CT3 - El estudiante ha de ser capaz de colaborar con otros para alcanzar objetivos comunes, mediante la incorporación a grupos de trabajo ya existentes o bien siendo capaz de crear grupos propios.
CT4 - El estudiante ha de ser capaz de adaptarse a los cambios conceptuales, instrumentales y laborales a partir de la formación recibida.
CT5 - El estudiante ha de ser capaz de incorporarse y de adaptarse a las dinámicas de los ámbitos laborales propios de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE1 - El estudiante ha de saber emplear las bases teóricas de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing
CE2 - El estudiante debe saber aplicar los procesos y procedimientos creativos de la publicidad con el fin de aplicarlos a la propuesta, desarrollo y presentación de productos comunicativos propios de las actividades profesionales del Grado.
CE3 - El estudiante debe ser capaz de manejar los instrumentos conceptuales y profesionales de la publicidad y las relaciones públicas para el ejercicio de los distintos ámbitos de la profesión
CE4 - El estudiante debe ser capaz de aplicar la teoría del marketing en la implementación del plan de marketing y en el proceso de la comunicación de las marcas, las instituciones o las organizaciones
CE5 - El estudiante debe ser capaz de planificar los medios de comunicación como canal para la transmisión de mensajes a los distintos públicos objetivos para realizar los planes de medios de forma eficiente y eficaz.

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE6 - El estudiante ha de demostrar capacidad para elaborar y aplicar una estrategia de comunicación que le permita organizar todo el proceso que va desde los objetivos de comunicación y la aplicación de dichos objetivos en una campaña de publicidad y/o relaciones públicas
CE7 - El estudiante debe saber valerse de los procesos, los perfiles y las estructuras de las empresas anunciantes, los medios de comunicación y las agencias de publicidad y de relaciones públicas para desarrollar su labor profesional.
CE8 - El estudiante debe tener la capacidad de adaptación a los entornos laborales de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing desde el conocimiento de los procesos de la profesión y a partir de las actitudes profesionales inherentes a los perfiles laborales propios del Grado
CE9 - El estudiante debe tener la capacidad de planear, organizar, desarrollar y defender un Trabajo Final de Grado relacionado con los ámbitos de la Publicidad, las Relaciones Públicas o el Marketing, atendiendo a las condiciones necesarias de rigor académico, y a partir de la integración de los conocimientos adquiridos a lo largo del Grado
CE10 - El estudiante ha de ser capaz de aplicar los enfoques y las metodologías propios de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing sobre los temas de estudio específicos de esta disciplina.
CE11 - El estudiante ha de ser capaz de buscar, organizar y manejar documentación, tanto de fuentes primarias como secundarias, en los ámbitos propios de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.
CE12 - El estudiante ha de saber manejar los fundamentos del lenguaje audiovisual con el fin de aplicarlos al análisis de cualquier producto audiovisual y a la construcción de productos audiovisuales publicitarios.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

4.2. Requisitos de acceso y criterios de admisión

El acceso a la Facultad está regulado a partir de lo dispuesto en el Real Decreto 412/2014, y posibles modificaciones posteriores, por el que se establecen las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado. Esta información será pública para los estudiantes antes de su matriculación.

Para acceder a uno de nuestros grados es imprescindible hacer efectiva la preinscripción dentro del período previsto.

4.2.1. Perfil de ingreso

Los requisitos de acceso se concretan a partir de la definición de un perfil de ingreso, el cual está determinado por los conocimientos y las actitudes que el estudiante debe adquirir a lo largo de sus estudios, según la estructura de competencias que articula el plan de estudios.

Por ello, el futuro estudiante tiene a su disposición, en la página web de la Facultad, los programas de las asignaturas y toda la información académica necesaria para hacerse una idea de los perfiles académicos y profesionales que se requieren para seguir el Grado, con el fin de ayudar al estudiante a elegir sus estudios a partir de su afinidad con dicho perfil.

El perfil de ingreso del estudiante del Grado de Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing tiene dos características esenciales: a) debe ser un estudiante profundamente interesado por la actualidad del mundo que le rodea, especialmente aquél relacionado con el ámbito de la comunicación; y b) debe contar con un buen dominio de la expresión y de la comprensión textuales. Con este punto de partida, el grado busca estudiantes con capacidad de integrar saberes distintos en objetos de estudio articulados en torno a la comunicación social (por lo tanto, con voluntad y capacidad interdisciplinar), de discernir los distintos elementos que confluyen en el análisis de casos y de problemas (por lo tanto, con capacidad analítica), y también estudiantes con espíritu crítico y con habilidad en el razonamiento lógico (es decir, con una elevada capacidad argumentativa).

Este perfil se traduce en el examen de ingreso, el cual consta de dos partes: una de comprensión textual y otra de redacción de un texto argumentativo. De manera opcional, el examen de ingreso también podría constar de un test de actualidad. De esta manera, en el examen de ingreso se plasman los elementos fundamentales del perfil que hemos definido.

A continuación, detallamos los requisitos en función de la vía de acceso.

4.2.2. Estudiantes procedentes de bachillerato

Todos los estudiantes que comiencen sus estudios en el primer curso procedentes directamente de los estudios de bachillerato deberán:

a) Tener la documentación que certifique disponer de acceso a los estudios de grado según la normativa vigente.

b) Realizar un examen de ingreso propio de la Facultat de Ciències de la Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna.

En caso de disponer de la nota de acceso a la Universidad (sin tener en cuenta la pruebas específicas de Selectividad) y mientras el número de solicitudes sea superior a las plazas ofertadas, se hará una media entre la nota de acceso a la universidad (55%) y nuestra prueba de acceso (45%). De esta media surge una nota final que establece la lista de admitidos. Si la prueba se realiza antes de les pruebas de Selectividad y se quiere hacer una

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

matrícula condicionada o el número de solicitudes es inferior a la oferta de plazas, la nota final procederá exclusivamente del resultado de la prueba propia. Los alumnos con una nota de acceso a la universidad de 7 o superior no tendrán que realizar la prueba de acceso.

4.2.3. Estudiantes procedentes de CFGS

Los estudiantes que provengan de Ciclos Formativos de Grado Superior (CFGS) deberán realizar la prueba propia de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna, que será la misma que la reseñada en el apartado anterior. Sin embargo, en este caso, la nota final procederá exclusivamente del resultado de la prueba propia. En algunos módulos vinculados con nuestros grados se hará un reconocimiento especial de créditos.

4.2.4. Alumnos extranjeros

Los estudiantes extranjeros, procedan de dentro o fuera de la Unión Europea, que quieran acceder a nuestro Grado deberán presentar la credencial de la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia) que certifique que pueden acceder a los estudios universitarios españoles. Para elaborar la lista de admitidos, se tiene en cuenta el resultado de una entrevista personal realizada por videoconferencia.

4.2.5. Mayores de 25 años

Las pruebas de acceso a la Universidad para mayores de 25 años se convocan una vez al año. Cada candidato dispone de un número ilimitado de convocatorias para superarlas. Una vez superada la prueba de acceso, los candidatos pueden presentarse de nuevo en convocatorias posteriores con el fin de mejorar su calificación.

¿Requisitos

a) Tener 25 años antes del 1 de octubre del año al que se pretenda acceder a la universidad.

b) No tener superadas las PAU (o equivalente).

c) No estar en posesión de un título de técnico superior de formación profesional, de artes plásticas y diseño, o de deportes (o equivalente).

d) No tener ninguna titulación universitaria.

¿**Documentación a presentar**

a) Solicitud de matrícula con la declaración jurada (firmada por el candidato) asegurando que reúne los requisitos legales para presentarse a las pruebas.

b) Original y fotocopia del DNI o pasaporte.

c) Documento acreditativo que permita disfrutar de bonificación o de exención de tasas que contempla la ley de (familia numerosa, monoparental, etc.), si es el caso.

¿**En la solicitud de la matrícula, los candidatos/las candidatas deben especificar**

a) Lengua extranjera de la que quieren examinarse (a escoger entre inglés, francés, alemán, italiano o portugués).

b) Opción de acceso: Artes y Humanidades; Ciencias; Ciencias de la Salud; Ciencias Sociales y Jurídicas; e Ingeniería y Arquitectura.

c) Se tendrán que escoger dos materias vinculadas con la opción de acceso.

¿**Calificación final**

a) Cada uno de los exámenes se califica con una puntuación de 0 a 10 puntos.

b) Es obligatorio entregar todos los exámenes de la misma fase para obtener la calificación correspondiente.

c) La calificación de la fase general se obtiene de la media aritmética de los cuatro exámenes.

d) La calificación de la fase específica se obtiene de la media aritmética de los dos exámenes.

e) La calificación final de la prueba se obtiene de la media aritmética de la calificación obtenida en cada una de las fases. Solamente se podrá calcular la media cuando la calificación de cada una de las fases sea igual o superior a cuatro puntos.

f) El candidato ha superado la prueba de acceso cuando obtenga un mínimo de cinco puntos en la calificación final.

g) Una vez superada la prueba de acceso, los candidatos podrán presentarse de nuevo en convocatorias posteriores para mejorar la calificación.

h) La calificación de cualquiera de las dos fases de la prueba, siempre que sea igual o superior a cinco puntos, también será válida, a efectos de calificación final, para la convocatoria siguiente, aunque el candidato puede optar por mejorar la calificación, y siempre es tomará en consideración la mejor de las calificaciones. No obstante, a la hora de formalizar la matrícula siempre se tiene que hacer por la totalidad de la prueba y, en caso de que se quiera hacer uso de una nota parcial de la convocatoria anterior, es obligatorio matricularse en la misma universidad y de las mismas materias.

i) En convocatorias posteriores, el candidato deberá repetir la prueba en su totalidad.

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

¿Reserva de calificaciones de fase. Pruebas para mayores de 25 años

a) Los candidatos que, en la convocatoria inmediatamente anterior a la que se presentan, hayan obtenido una calificación de cinco o más puntos en una o ambas fases de la prueba (fase general>=5 y/o fase específica>=5), podrán hacer uso de esta calificación en la convocatoria actual. Para poder hacer uso de la calificación de fase ya aprobada será necesario que en el momento de formalizar la matrícula:

i. hagan constar la fase de la que quieren reservar la calificación.

ii. y se matriculen obligatoriamente: en la misma universidad y de las mismas materias de la fase reservada (en el caso de la fase general; la misma lengua extranjera; y en el caso de la fase específica: las mismas materias específicas.

b) Para el cálculo de la calificación final de la convocatoria actual siempre se tomará en consideración la mejor de las calificaciones y, por lo tanto, en el caso de que el estudiante decida que:

a. **SÍ** que quiere hacer uso de la calificación de la fase ya aprobada, se usará para el cálculo:

i. la calificación de fase de la convocatoria anterior, si el estudiante se examina y obtiene peor calificación.

ii. la calificación de fase de la convocatoria anterior, si el estudiante NO se presenta a las materias de esta fase en la convocatoria actual.

iii. la calificación de fase actual, si el estudiante se examina y obtiene mejor calificación que en la convocatoria anterior.

b. **NO** quiere hacer uso de la calificación de la fase ya aprobada (porque, por ejemplo, quiere hacer un cambio de opción de acceso), siempre se tendrá en cuenta para el cálculo la calificación de fase de la convocatoria actual.

c. Ejemplo: Pongamos por caso un estudiante que aprobó las dos fases en la convocatoria 2015, de las cuales solamente quiere recuperar, para la convocatoria 2016, la nota de la fase general porque quiere hacer un cambio de opción (en la convocatoria 2015 se matriculó de la opción de Ciencias de la Salud y ahora quiere hacerlo de la opción de Artes y Humanidades). Este estudiante solamente estará obligado a matricularse en la convocatoria actual 2016 de las mismas materias de la fase general de la convocatoria 2015 (es decir, de la misma lengua extranjera), pudiendo escoger materias de la fase específica diferentes a las del 2015. En la calificación final de la convocatoria 2016 se tendrá en cuenta la mejor de las calificaciones de fase general (la del 2015 o la del 2016) y la calificación de fase específica del 2016.

¿Revisión de exámenes

Los candidatos podrán solicitar una revisión de las calificaciones. La Universitat Ramon Llull facilitará su propio impreso para solicitar revisión de examen.

4.2.6. Mayores de 40 años

Podrán acceder por esta vía los candidatos con experiencia laboral y profesional en relación a una enseñanza concreta, que no tenga ninguna titulación académica que habilite para acceder a la Universidad por otras vías y cumplan o hayan cumplido los 40 años de edad en el año natural de comienzo del curso académico.

Se accederá a unas enseñanzas concretas, ofrecidas por la universidad, por lo que el interesado/a dirigirá la solicitud correspondiente a la Universidad. Entre los criterios se incluirá, en todo caso, la realización de una entrevista personal con el candidato/ata.

¿Requisitos

a) Tener experiencia laboral directamente relacionada con la enseñanza relacionada a la cual se quiera acceder.

b) No tener ninguna titulación académica que permita el acceso a la universidad.

c) Tener 40 en el año natural en el que pretenden acceder a la universidad.

¿Procedimiento

El interesado deberá entregar la documentación siguiente:

a) Fotocopia del DNI o pasaporte.

b) Solicitud de matrícula.

c) Currículum vitae.

d) Carta de motivación.

e) Hacer efectivas las tasas de la prueba

¿Valoración de los currículums:

En esta fase se tendrá en cuenta lo siguiente:

a) Experiencia laboral y profesional relacionada con los estudios solicitados.

b) Formación.

c) Conocimiento de catalán.

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

d) Conocimiento de terceras lenguas.

¿Reserva de plazas:

Para los mayores de 45 años o para los mayores de 40 años que acrediten una experiencia laboral o profesional, la Universidad reservará un conjunto de plazas no inferior al 1% ni superior al 3%.

4.2.7. Mayores de 45 años

¿Requisitos

a) Tener 45 años antes del 1 de octubre del año al que se pretenda acceder a la universidad.

b) No estar en posesión de ninguna titulación que habilite para acceder a la universidad.

¿Procedimiento

a) Superar una prueba de acceso.

b) Realizar una entrevista personal, con resolución de apto/a.

c) Para acceder a la universidad vía mayores de 45 años hay que superar una prueba de acceso y realizar una entrevista personal.

d) La prueba de acceso, una vez superada, tiene validez indefinida.

e) La entrevista personal, obligatoria y con resolución final de apto/a, *solamente tendrá validez en el año en el que se realiza y para acceder a un solo centro-estudio*.

¿Prueba de acceso: estructura, calendario y horario

La prueba de acceso para los mayores de 45 años consta de tres exámenes:

a) Comentario de texto.

b) Lengua catalana.

c) Lengua castellana.

¿Entrevista personal

Para poder ser admitido en la universidad por la vía de mayores de 45 años hace falta, además de superar la prueba de acceso, realizar una entrevista personal con resolución de apto/a. Esta entrevista se realizará en la universidad donde se quiere acceder, aunque la prueba se haya superado en otra universidad del sistema catalán.

a) Sólo la realizarán los candidatos que tengan superada la prueba de acceso para mayores de 45 y lo soliciten en el Rectorado de la Universitat Ramon Llull durante el período de matrícula ordinario.

b) Sólo tendrá validez el año en que se realiza y para acceder a un solo centro estudio.

¿**Documentación a presentar**

a) Solicitud de matrícula con la declaración jurada (firmada por el candidato) asegurando que reúne los requisitos legales para presentarse a las pruebas.

b) Original y fotocopia del DNI o pasaporte.

c) Documentación acreditativa que justifique disfrutar de una bonificación o estar exento de las tasas (como el título de familia numerosa o monoparental vigente, por ejemplo).

¿Resultado y calificación final para mayores de 45 años

a) Cada uno de los ejercicios se califica con una puntuación de 0 a 10 puntos.

b) Es obligatorio presentar todos los ejercicios para obtener la calificación final.

c) La calificación de la prueba se obtiene de la media aritmética de las calificaciones de los tres ejercicios (comentario de texto, lengua catalana y lengua castellana). La calificación mínima, para poder hacer la media, de cada ejercicio ha de ser de 4 puntos.

d) Se entiende que el candidato ha superado la prueba de acceso cuando obtenga un mínimo de 5 puntos en la calificación final.

e) Una vez superada la prueba de acceso, los candidatos podrán presentarse de nuevo en sucesivas convocatorias para mejorar su calificación.

f) Para acceder a la universidad por la vía de mayores de 45 años, aparte de superar la prueba de acceso a la universidad, se ha de realizar una entrevista personal, en la universidad correspondiente, con resolución de Apto.

¿**Revisiones de exámenes**

Los candidatos/las candidatas podrán solicitar una revisión de las calificaciones. La Universitat Ramon Llull facilitará su propio impreso para solicitar la revisión de examen.

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

¿Reserva de plazas

Los candidatos que accedan a la universidad mediante las pruebas de acceso para mayores de 45 años tienen reservado un 1% de las plazas de cada estudio.

¿**Compatibilidad con otras vías**

En ningún caso será compatible la vía de acceso para los mayores de 40 años y el acceso para los mayores de 45 años para el mismo centro-estudio.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

4.3. Apoyo a Estudiantes

La Facultad considera esencial la acogida de los nuevos estudiantes. Durante la primera semana del primer curso se realizan diversas actividades relacionadas con el conocimiento de las instalaciones, el funcionamiento de las dinámicas académicas y todas aquellas acciones destinadas a facilitar que el estudiante se integre de forma natural y no traumática en el normal desarrollo de su vida académica en la Universidad. Este procedimiento de acogida está previsto en el **Plan de Acción Tutorial** elaborado por la Facultad.

El primer día de curso los estudiantes son convocados a una sesión de presentación en la que se les facilita por escrito la información necesaria para familiarizarse con los turnos y los horarios, así como con el organigrama de la Facultad. Desde un primer momento, conocen a las personas responsables de los diversos ámbitos del centro, a las cuales se deben dirigir en caso de tener cualquier problema o para pedir información.

Quizás la parte más importante de esta primera sesión sea la reunión que los estudiantes tienen, en grupos reducidos de entre doce y catorce estudiantes, con su tutor, quien constituye el primer nivel de orientación y de asistencia del estudiante recién matriculado. Cada semestre y cada curso, el estudiante tiene asignado uno de estos profesores-tutores. Esta estructura permite un trabajo práctico y de profundización en los contenidos con un grupo reducido de estudiantes, y además otorga al estudiante una figura próxima de interlocución y de supervisión académica esencial para el desarrollo del proceso de aprendizaje. El estudiante cuenta, además, con la figura del coordinador de módulo, cuya función es supervisar las diferentes asignaturas que se integran en cada módulo.

Durante las dos primeras semanas del curso, se organizan sesiones específicas para dar a conocer a los nuevos estudiantes el funcionamiento de la biblioteca de la Facultad, así como de las instalaciones tecnológicas del centro, con especial incidencia en el uso de los instrumentos informáticos.

El estudiante, desde el mismo momento del ingreso, también recibe una clave y un *password* que le permite acceder a la intranet de la Facultad, en la que pueden encontrar información de sus grupos académicos así como de aspectos básicos de la vida de la Facultad. Igualmente, desde el momento de la matriculación, el estudiante recibe la agenda del estudiante, en la que aparecen informaciones útiles del día a día de su vida académica. Periódicamente, a través del correo electrónico, recibe un boletín informativo que contiene las informaciones, noticias, actos organizados¿ que constituyen una parte importante de la vida académica del centro. El primer número de este boletín está dedicado al estudiante de primer curso, al que se ofrece un mapa del organigrama y de los servicios de la Facultad.

Los estudiantes que provienen de otras comunidades autónomas o de otros países disponen de clases gratuitas de catalán y de castellano que se desarrollan en horario compatible con su actividad académica.

Cada estudiante recibe su correspondiente carné que le identifica como estudiante de la Facultad y le permite acceder al centro y aprovechar los servicios de uso habitual: biblioteca, salas audiovisuales, etc.

4.3.1. Servicios de apoyo al estudiante

Dentro de este plan de actuaciones encaminadas al apoyo y orientación de los estudiantes matriculados en la Facultad, el Servicio de Información y de Orientación al Estudiante (SIOE) desempeña un papel fundamental. El SIOE no sólo cumple funciones de información y de orientación de los estudiantes interesados en la oferta formativa del centro y en los procedimientos para ingresar en él, sino que también se convierte en el punto de información de referencia para los estudiantes a lo largo de toda su carrera.

Entre las principales funciones del SIOE se encuentran las siguientes:

a) Atender consultas diversas de los estudiantes relacionadas con la vida académica de la Facultad, como por ejemplo, horarios de clase, reserva de aulas, horas de atención del profesorado, normativa académica, etc.

b) Facilitar información y orientar al estudiante en la utilización de los distintos servicios de la Facultad (Biblioteca, Secretaría Académica, Gabinete de Promoción Profesional, Servicio de Orientación Personal ¿SOP¿, etc.)

c) Gestionar la resolución de incidencias que afecten el normal desarrollo de la actividad académica.

d) Facilitar información al estudiante sobre los diferentes tipos de becas y de ayudas económicas que puede solicitar para financiar sus estudios.

e) Participar de forma activa en la organización y la difusión de las distintas actividades deportivas, culturales o de cualquier otro tipo que se llevan a cabo en la Facultad a lo largo del curso académico.

f) Atender las consultas, reclamaciones, sugerencias y quejas que en general los estudiantes planteen, ya sea para resolverlas o, si es el caso, para hacerlas llegar a las personas o servicios afectados.

g) Organizar al final de cada semestre el proceso de evaluación que los estudiantes realizan a través de encuestas de satisfacción sobre el plan de estudios, el profesorado y los servicios de la Facultad.

h) Coordinar la participación de los estudiantes en los actos de graduación de la FCRI Blanquerna.

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

También en el ámbito de la orientación y apoyo a los estudiantes de nuevo ingreso, la FCRI Blanquerna concede especial atención a los estudiantes con necesidades específicas derivadas de una situación de discapacidad o de situaciones personales especiales. En este sentido, la Facultad puso en funcionamiento hace 20 años un servicio de orientación y apoyo a la comunidad universitaria, y en particular a los estudiantes, denominado Servicio de Orientación Personal (SOP). Se trabaja con la colaboración del profesorado, que ve este servicio no sólo como un instrumento de derivación de los problemas que eventualmente puedan surgir, sino como un recurso que puede contribuir a conseguir los resultados de promoción académica y personal de sus alumnos.

El SOP asesora, acompaña, orienta y ofrece apoyo al estudiante dándole recursos para que pueda comprender su realidad y tomar las decisiones que más le convengan con el objetivo de prevenir y promocionar su bienestar personal. Mayoritariamente, las demandas surgen de situaciones de dificultad en el contexto académico y pueden estar relacionadas con cuestiones directamente ligadas al ámbito de estudio, a experiencias o a situaciones personales complejas o bien a situaciones de desajuste social. Al mismo tiempo ofrece atención y apoyo a los estudiantes con necesidades educativas específicas que se derivan de la discapacidad, ya sea permanente o temporal.

El acceso al SOP es voluntario y confidencial. Se puede acceder por iniciativa propia o por sugerencia del profesor o del tutor. Se concierta hora por teléfono o mediante correo electrónico.

Las acciones que el SOP desarrolla son:

1) Atención directa

¿ *A los estudiantes*:

a) Orientar en el ámbito personal, académico y social.

b) Estimular y orientar en el proceso de toma de decisiones.

c) Promover la autonomía y la gestión de los recursos personales.

d) Orientar en el proceso de aprendizaje.

e) Ayudar en la clarificación de los objetivos y posibilidades como estudiantes.

f) Ofrecer apoyo y acogida en momentos críticos.

g) Prevenir y promocionar un estilo de vida saludable.

h) Promover la continuidad asistencial en aquellos casos que las necesidades de los estudiantes ¿normalmente asociadas a trastornos psicológicos¿ desbordan las posibilidades y funciones del SOP.

¿ *Al profesorado*:

a) Asesorar en la tutorización en situaciones concretas.

b) Trabajar conjuntamente con coordinadores, tutores y profesores. Asimismo, se realiza la coordinación con los diferentes servicios del centro (Secretaría Académica, Servicio de Información y Orientación al Estudiante, Alumni, etc.).

2) SOP-TIC (tecnologías de la información)

Apoyo vía correo electrónico, de forma complementaria a la atención que se puede recibir presencialmente en el servicio (página web: http://fpce.blanquerna.edu/sop). Este servicio pretende fomentar un estilo de vida saludable en toda la comunidad educativa, con un objetivo preventivo (información sobre relajación, drogas, técnicas de estudio, voz, alimentación, ejercicio físico, toma de decisiones, pérdidas, asertividad, sueño...). Dentro de la página web se encuentra el ¿espacio de encuentro¿ que consiste en un espacio interactivo en el que los estudiantes intercambian información y comparten experiencias de distinta índole.

3) SOP-ERASMUS

Ofrece apoyo al alumnado en el ámbito de la movilidad internacional, tanto a los que vienen a nuestra Facultad (de forma presencial) como a los que se van a otras universidades (vía correo electrónico).

4) SOP-BECAS:

Esta acción se inicia si el estudiante que dispone de una beca necesita seguimiento desde el SOP.

5) Promoción de la salud:

Programa que pretende fomentar la salud de los estudiantes tanto en los aspectos físicos como psicológicos. Este programa incluye, además de la página web, las siguientes actividades:

a) Charlas informativas a los estudiantes (técnicas de estudio, nutrición, ejercicio físico, etcétera).

b) Talleres en grupos reducidos (relajación, expresión oral, etcétera).

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

6) SOP-ATENES:

La Atención a Estudiantes con Necesidades Específicas (ATENES) se ubica en el marco del Servicio de Orientación Personal (SOP) desde el curso 2000-01. Su objetivo principal es la normalización de la vida universitaria de los estudiantes con discapacidad, fomentando, por lo tanto, la autonomía y preservando la singularidad de cada uno. La inquietud de este servicio es la de garantizar la igualdad de condiciones y la plena integración de los estudiantes con discapacidad en la vida académica universitaria, respetando la libertad del estudiante a ser orientado. Los objetivos del ATENES son los siguientes:

¿ *Dirigidos al estudiante*:

a) Acoger y asesorar a los estudiantes con discapacidad.

b) El estudiante seguirá una orientación individualizada para poder elaborar los proyectos personales que lo lleven a una elección adecuada de los cursos y créditos a seguir. Puede ser una tarea centrada en el ámbito académico, pero teniendo en cuenta los ámbitos personales y sociales.

c) Las funciones de orientación, entre otras, están relacionadas con:

¿ Adaptaciones de acceso al currículum.

¿ Adaptación de los espacios o el mobiliario, proporcionando equipamiento y recursos específicos.

¿ Incorporación de ayudas específicas para que el alumno mejore el material en el aula.

¿ Adaptación de materiales para facilitar el acceso a la información dentro del aula y en general.

¿ Ubicación de los estudiantes en el espacio de aula más adecuado.

¿ Potenciación de los recursos personales de cada estudiante.

d) Adaptaciones en la metodología y en la evaluación:

¿Afectan la metodología utilizada, las técnicas, las estrategias de enseñanza y aprendizaje, las actividades programadas y/o los procedimientos de evaluación, que permitan conseguir las competencias atendiendo a las diferencias individuales de los estudiantes (flexibilizar el tiempo previsto para un examen, posibilitar el hacer exámenes oralmente, etc.).

¿ Coordinarse con profesores, tutores, coordinadores y otros servicios.- Orientar en la gestión de los sistemas tecnológicos y ayudas necesarias: ofrecer apoyo en la elaboración de materiales adaptados.

¿ Coordinarse con equipos de la Fundación Blanquerna (Secretaría Académica: si es necesario, orientación en la matriculación de los estudiantes con discapacidad; servicio de informática, etcétera).

¿ Coordinarse y establecer convenios con equipos externos.

¿ *Dirigidos a la comunidad educativa*:

a) La convivencia con una persona con discapacidad es un proceso bidireccional en el cual se da una aproximación ininterrumpida que favorece el conocimiento mutuo. En este sentido, es imprescindible la coordinación y el compromiso de la toda la comunidad educativa: los estudiantes, los tutores, los profesores y el personal de administración y servicios.

b) Llevar a cabo intervenciones y actuaciones de sensibilización para toda la comunidad educativa (profesorado, el personal de administración, otros servicios, estudiantes).

4.3.2. Área de Coordinación de las actividades de los estudiantes

Dado el carácter estratégico que la Facultad concede a coordinar las iniciativas y actividades de los estudiantes, se ha creado un área específica del organigrama del centro destinada a programar y asesorar este punto. El área de ¿Actividades de los Estudiantes¿ de la Facultat de Ciències de la Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna tiene como objetivo prioritario fomentar e impulsar actividades culturales y de sensibilización social propuestas por los propios estudiantes o promovidas por la propia Facultad.

Con ello se pretende ofrecer al estudiante un complemento a su formación profesional y personal, estimulando el debate intelectual y potenciando la convivencia entre los diferentes miembros de la comunidad universitaria.

Una de las funciones básicas del responsable de esta área es canalizar los proyectos presentados por los alumnos, estudiando su viabilidad y buscando los recursos necesarios para su puesta en práctica.

Por su parte, la Facultad propone una serie de actividades fijas, organizadas por la propia institución, con el fin de fomentar la implicación y la participación de los estudiantes.

El estudiante, además, tiene en los delegados de curso un representante que puede intermediar con el equipo docente de la Facultad. Periódicamente, la comisión de delegados, tantos como grupos-clase, se reúne con el vicedecano de Profesorado y Estudiantes, el vicedecano de Tecnología y Equipamientos y el Secretario Académico para intercambiar opiniones sobre el funcionamiento de la Facultad. Además, el estudiante también puede dirigirse al vicedecano de Profesorado y Estudiantes a través del buzón de sugerencias, siguiendo normativa de quejas que puede encontrarse en esta dirección web:

http://www.blanquerna.edu/ca/fcc/serveis/informaci%C3%B3-acad%C3%A8mica/grau/normativa-acad%C3%A8mica#15.

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

También existe la figura del ¿Síndic de Greuges¿ de la Universitat Ramon Llull, persona encargada de velar por los derechos y las libertades de los estudiantes, del profesorado, los investigadores y el personal de administración y servicios ante las actuaciones de los diferentes órganos y servicios universitarios en el marco de los estatutos propios de la URL.

¿Actividades

Con el paso de los años, las actividades promovidas y gestionadas por los estudiantes han ido evolucionando. Algunas se han extinguido cuando los impulsores concluyeron sus estudios y otras han surgido con la llegada de nuevos estudiantes. La mayoría de estas actividades permiten al estudiante obtener créditos optativos de actividades no regladas, hasta un máximo de 6 créditos.

En la actualidad, contamos con diversas actividades fijas organizadas por la propia Facultad:

a) Acció Solidària Blanquerna: El objetivo de esta actividad de la Facultad es incentivar la participación de los estudiantes en temas de cooperación y voluntariado. Para ello, la Facultad organiza actividades de sensibilización y campañas de solidaridad, además de asesorar a los estudiantes sobre las actuaciones desarrolladas por diversas ONG de nuestro entorno.

b) Exposiciones fotográficas que, salvo alguna excepción, muestran reportajes gráficos realizados íntegramente por estudiantes.

c) Mesas redondas relacionadas con temas de cooperación y derechos humanos. Se celebran en el marco de las Jornadas Blanquerna y en ellas participan estudiantes que han cooperado en campos de trabajo o que realizan labores de voluntariado con colectivos desfavorecidos.

d) Actuaciones musicales. Se celebran durante tres días en el marco de las Jornadas Blanquerna y en ellas participan exclusivamente estudiantes de la Facultad.

e) Actividades deportivas: organizadas en la misma Facultad o en instalaciones externas mediante convenios con entidades deportivas.

f) Coro Blanquerna. Tiene como objetivo estimular y cultivar el arte musical entre los miembros de la comunidad universitaria, organizando actuaciones y conciertos.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS	
Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias	
MÍNIMO	**MÁXIMO**
0	36
Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios	
MÍNIMO	**MÁXIMO**
0	36
Adjuntar Título Propio	

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional	
MÍNIMO	**MÁXIMO**
0	36

4.4. Sistema de transferencia y reconocimiento de créditos

4.4.1. Regulación general

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

¿El RD 285/2004, de 20 de febrero, el RD 309/2005, de 18 de marzo y el Acuerdo del Consejo de Coordinación Universitaria del MEC de 25 de octubre de 2004 establecen los criterios que son de aplicación general respecto a la convalidación y adaptación de estudios.

¿El RD 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

¿El RD 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

4.4.2. Proceso

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

El estudiante solicita el reconocimiento de créditos de los estudios que haya cursado y aprobado en otros centros universitarios con titulaciones oficiales una vez se haya matriculado del grado.

El estudiante debe presentar toda aquella documentación que acredite haber cursado las diversas materias en el centro universitario del que provenga. Así, deberá adjuntar el programa de la asignatura, los certificados académicos que justifiquen la superación de la misma y el plan de estudios en el que se integra, con los créditos correspondientes. Toda esta documentación la deberá adjuntar a una solicitud dirigida al Secretario Académico del centro, quien estudiará si la propuesta reúne los requisitos mínimos, tanto de forma como de fondo, para ser tenida en consideración.

Una vez estudiada la solicitud se trasladará la propuesta al Rectorado para su resolución definitiva y aprobación en la Comisión de Convalidaciones de la Universitat Ramon Llull (esta comisión está formada por un representante de cada centro y por el vicerrector competente en la materia).

Las materias y asignaturas transferidas y reconocidas figurarán con esta denominación en el expediente del estudiante en la Universitat Ramon Llull.

La resolución definitiva será comunicada al solicitante a través de la Secretaria Académica del centro en el que cursa sus estudios.

4.4.3. Limitaciones

Serán objeto de reconocimiento al menos 36 créditos correspondientes a materias de formación básica, siempre que el título del que se proceda sea de la misma rama que el Grado en Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing. En el resto de materias, se hará el reconocimiento materia por materia teniendo en cuenta que, en ningún caso, será objeto de reconocimiento el Trabajo Final de Grado (TFG).

La experiencia laboral y profesional acreditada también podrá ser reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención del título, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes al título y pueda ser certificada documentalmente de forma adecauda. En este caso, conjuntamente con los créditos de enseñanzas universitarias no oficiales, el número de créditos no podrá ser superior a 36, el 15% de los que constituyen el plan de estudios. Ello significará que las asignaturas especialmente susceptibles de ser convalidadas por esta vía serán los seminarios (de primer a tercer curso), hasta un total de cuatro seminarios, y las asignaturas vinculadas con la experiencia profesional. En ningún caso podrán convalidarse por esta vía los créditos correspondientes al Trabajo de Fin de Grado.

De acuerdo con el artículo 46.2.i) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación. A efectos de lo anterior, el plan de estudios deberá contemplar la posibilidad de que los estudiantes obtengan un reconocimiento de al menos 6 créditos sobre el total de dicho plan de estudios, por la participación en las mencionadas actividades

4.4.4. Criterios

Los criterios para establecer el reconocimiento dependen del tipo de materias. En el caso de las materias básicas, se hará un reconocimiento automático de al menos 36 créditos pero procurando reconocer aquellas materias que tengan les competencias lo más parecidas posible a las materias objeto de reconocimiento. Para el resto de materias se tendrá en cuenta la adecuación entre competencias y conocimientos adquiridos. También se tendrá en cuenta el número de créditos de dichas materias, y no serán reconocidas materias con un número de créditos inferior a los de las materias que se pretende reconocer.

Los alumnos podrán pedir el reconocimiento de las Prácticas (12 ECTS), si demuestran como mínimo un año de experiencia laboral vinculada con empresas o instituciones en el ámbito de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing. En este caso, será imprescindible la presentación de un contrato y un certificado de vida laboral. A la hora de reconocer los créditos de asignaturas a partir de la experiencia laboral y profesional acreditada, se tendrá sobre todo en cuenta la adecuación entre la experiencia laboral y profesional acreditada, y las competencias que desarrollen específicamente dicha experiencia.

4.5 CURSO DE ADAPTACIÓN PARA TITULADOS

La Facultad no prevé un curso de adaptación para el Grado de Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing.

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS
Ver Apartado 5: Anexo 1.
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS
Clases teóricas
Clases prácticas
Seminarios
Estudio y trabajo individual
Trabajo en grupo
Tutorías
Presentaciones en clase
Prácticas externas
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES
Clase magistral
Ejercicios individuales
Ejercicios en grupo
Aprendizaje de idioma basado en objetivos (task-based)
Ejercicios de comprensión escrita de lengua extranjera
Ejercicios de comprensión oral de lengua extranjera
Ejercicios de redacción en lenguas extranjeras
Estudio de casos
Aprendizaje por inmersión en actividad profesional
Concienciación del autoaprendizaje y de las necesidades formativas
Aprendizaje orientado a proyectos
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN
Examen escrito
Examen oral
Evaluación de ejercicios individuales
Evaluación de ejercicios en grupo
Evaluación de presentaciones en clase
Evaluación de proyectos, informes, memorias
Autoevaluación y evaluación de memorias de tutorización
Evaluación de actitudes y de procedimientos de aprendizaje
Evaluación de agentes externos a la Facultad
5.5 NIVEL 1: Conocimiento y uso de la lengua inglesa
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1
NIVEL 2: Idioma moderno
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	18
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral	

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3	3	3
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Inglés V		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	3	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
No	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Inglés VI		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	3	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**
3		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
No	No	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	Sí
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

- Hablar y escribir en lengua inglesa con un grado de dominio correspondiente al nivel C1.

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

- Comprender y utilizar la lengua inglesa, tanto oralmente como por escrito, en situaciones comunicacionales vinculadas al ejercicio de comunicación profesional.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Este módulo agrupa todas las asignaturas encuadradas dentro de la materia ¿Idioma Moderno¿. El principal objetivo es dotar al estudiante de los instrumentos lingüísticos necesarios para desenvolverse profesionalmente en lengua inglesa en los ámbitos propios de la comunicación profesional, de forma que se pueda incentivar la proyección internacional de los estudiantes. Para ello este módulo se estructura en seis asignaturas diferentes, cada una de ellas correspondiente a un nivel de dominio paulatinamente superior de la lengua inglesa. Las cuatro primeras asignaturas se impartirán en los dos primeros cursos del Grado (una por semestre), con el fin fundamental de asegurar un nivel mínimo de B.2 en el momento de pasar a tercer curso. Posteriormente, se ofrecerá una asignatura más en tercero y una última en cuarto curso; ambas asignaturas tienen por objetivo no sólo continuar el progreso en el conocimiento de la lengua inglesa (hasta llegar al nivel C1), sino, en paralelo, acercar los contenidos lingüísticos a las situaciones comunicacionales propias del entorno profesional del Grado

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG3 - El estudiante ha de ser capaz de comunicarse de forma fluida y eficaz, tanto oralmente como por escrito, en las lenguas habituales del ejercicio profesional de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

No existen datos

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases prácticas	192	100
Estudio y trabajo individual	198	20
Trabajo en grupo	36	50
Presentaciones en clase	24	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

Ejercicios individuales

Ejercicios en grupo

Aprendizaje de idioma basado en objetivos (task-based)

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen escrito	15.0	15.0
Examen oral	35.0	35.0
Evaluación de ejercicios individuales	20.0	20.0
Evaluación de presentaciones en clase	30.0	30.0

5.5 NIVEL 1: Expresión lingüística

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Lengua

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Artes y Humanidades	Lengua
ECTS NIVEL2	9	

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	3	
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Lengua I. Lengua Catalana		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Básica	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
3		
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Lengua II. Lengua Castellana		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Básica	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
3		
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Lengua III. Tipologías textuales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Básica	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
	3	
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
- Consolidar los conocimientos fundamentales de la normativa lingüística tanto en castellano como en catalán, con vistas al uso efectivo de estas lenguas en diferentes contextos comunicativos. - Conocimiento de las bases teóricas de la argumentación para poder aplicar dichas bases tanto al análisis de argumentaciones ajenas como a la construcción de textos argumentativos propios. - Conocimiento de los elementos teóricos de la narración, así como de la tradición literaria, con el fin de realizar una lectura crítica de todo tipo de narraciones, en cualquier soporte.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Esta materia se divide en dos áreas, una por cada semestre. En el Semestre 1, el estudiante deberá consolidar los conocimientos sobre la normativa lingüística con los que se supone que accede a la universidad, en las dos lenguas oficiales en Cataluña. Para ello, deberá cursar dos asignaturas separadas, una para el idioma catalán y otra para el idioma castellano, de 3 ECTS cada una, en las que se hace especial incidencia en los problemas ortográficos, gramaticales y sintácticos más comunes en el uso habitual de estas lenguas. El principal objetivo de estas dos asignaturas es el de asegurar un dominio suficiente del catalán y del castellano con vistas a su uso profesional en el mundo de la comunicación. En el Semestre 2, la asignatura de Lengua (3 ECTS) está totalmente orientada al estudio de las tipologías textuales, básicamente los textos descriptivos, narrativos y argumentativos, tanto en su dimensión teórica como en su vertiente aplicada al análisis y crítica de cualquier tipo de textos. Esta asignatura, por su misma naturaleza, está totalmente conectada con los seminarios I y II (integrados en este mismo módulo), que también se imparten en primer curso, y dentro los cuales se lleva a cabo la parte más aplicada del estudio de las tipologías textuales.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG3 - El estudiante ha de ser capaz de comunicarse de forma fluida y eficaz, tanto oralmente como por escrito, en las lenguas habituales del ejercicio profesional de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.		

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CG4 - El estudiante ha de ser capaz de articular discursos argumentativos razonados y de plantear juicios críticos, a partir de datos e informaciones relevantes.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
No existen datos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Clases teóricas	90	100
Estudio y trabajo individual	135	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Ejercicios individuales		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	60.0	60.0
NIVEL 2: Comunicación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	**RAMA**	**MATERIA**
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
ECTS NIVEL2	16	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
8	8	
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Seminario I (Introducción a la Comunicación)		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Básica	8	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
8		

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Seminario II (Narración)		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Básica	8	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
	8	
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

- Aplicar los procesos y las metodologías propios de la vida universitaria al conjunto de actividades formativas del estudiante durante sus estudios.

- Conocer y aplicar las técnicas de expresión, tanto oral como escrita, dirigidas al desarrollo de las habilidades comunicativas profesionales.

- Desarrollar la capacidad de analizar críticamente textos argumentativos ajenos con vistas a generar textos y estrategias argumentativas propios.

- Analizar críticamente textos literarios como forma de elaborar textos literarios de creación propia.

- Fomentar la capacidad de autoconcienciación del aprendizaje mediante el análisis crítico del propio proceso de aprendizaje.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia está compuesta por dos asignaturas, de 8 ECTS cada una, repartidas en los dos primeros semestres del primer curso. Ambas asignaturas constituyen la puerta de entrada del estudiante en la universidad, dado su carácter introductorio no sólo a los aspectos disciplinares de la comunicación, sino también, y fundamentalmente, a la propia vida universitaria en cuanto a metodología, exigencia, rigor, etcétera. Por todo ello, entre los contenidos específicos de estas asignaturas se encuentran aquellos que permiten trabajar actitudes como la autonomía, la iniciativa y el trabajo en equipo, aparte de la capacidad de reflexión sobre el propio aprendizaje. El eje temático que articula ambas asignaturas son las tipologías textuales básicas para el desempeño universitario y el propio de la comunicación profesional. Para ello, el seminario del primer semestre está centrado en la argumentación, entendida como la capacidad de generar discursos rigurosos (a partir de una documentación previa), de naturaleza persuasiva (mediante

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

el uso de los recursos de la retórica) y comunicacionalmente eficaces (adaptados y dirigidos a públicos concretos). El Seminario II tiene por objetivo consolidar los fundamentos metodológicos y actitudinales del Seminari I, y su eje temático gira en torno a la narración, tanto la estrictamente literaria como la cinematográfica o en cualquier otro soporte. El enfoque dado al estudio de la narración prioriza la aproximación analítica y práctica, con el fin de impulsar la capacidad creativa del estudiante dentro de un proceso de elaboración textual que desemboca en la creación de narraciones propias. Por todo ello, los dos seminarios de esta materia están muy estrechamente vinculados con las asignaturas de Lengua que se imparten durante el primer curso, centradas en el uso de lengua y, en el segundo semestre, específicamente en las tipologías textuales. En ambos seminarios, además, es donde se concreta la tutorización del estudiante en todos los aspectos de su vida universitaria, una tutorización que se integra completamente en la dinámica de etas dos asignaturas, tanto en sus contenidos académicos como en las dimensiones actitudinales.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG3 - El estudiante ha de ser capaz de comunicarse de forma fluida y eficaz, tanto oralmente como por escrito, en las lenguas habituales del ejercicio profesional de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

CG4 - El estudiante ha de ser capaz de articular discursos argumentativos razonados y de plantear juicios críticos, a partir de datos e informaciones relevantes.

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - El estudiante ha de ser capaz de trabajar de forma autónoma y con capacidad de autoorganización, como forma de alcanzar la plena madurez intelectual.

CT2 - El estudiante ha de ser capaz de afrontar riesgos a la hora de asumir la propia toma de decisiones, con la asunción de las responsabilidades inherentes.

CT3 - El estudiante ha de ser capaz de colaborar con otros para alcanzar objetivos comunes, mediante la incorporación a grupos de trabajo ya existentes o bien siendo capaz de crear grupos propios.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE11 - El estudiante ha de ser capaz de buscar, organizar y manejar documentación, tanto de fuentes primarias como secundarias, en los ámbitos propios de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Seminarios	90	100
Estudio y trabajo individual	240	20
Trabajo en grupo	40	100
Tutorías	20	100
Presentaciones en clase	10	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Ejercicios individuales

Ejercicios en grupo

Concienciación del autoaprendizaje y de las necesidades formativas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de ejercicios individuales	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios en grupo	20.0	20.0
Evaluación de presentaciones en clase	10.0	10.0
Autoevaluación y evaluación de memorias de tutorización	15.0	15.0

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Evaluación de actitudes y de procedimientos de aprendizaje	15.0	15.0
NIVEL 2: Literatura		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
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**
3		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Historia de la Literatura		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	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**
3		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

No existen datos
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
-Conocer la tradición literaria con el fin de incorporar y aplicar recursos teóricos prácticos con los que afrontar la lectura como actividad compleja.
5.5.1.3 CONTENIDOS
Esta materia contiene una única asignatura, de carácter optativo, que el estudiante puede elegir en cuarto. Sus contenidos integran dos ejes complementarios: por un lado, el conocimiento de la tradición literaria y el análisis de obras relevantes, con el objetivo de que el estudiante pueda incorporar una serie de referencias básicas de la literatura universal; por otro lado, esta asignatura despliega recursos críticos y analíticos con los enfrentarse a la tradición literaria y reforzar las capacidades críticas y argumentativas del estudiante. Por todo ello, esta materia está estrechamente vinculada con las materias de Lengua y Comunicación de este mismo módulo, de las cuales constituye una concreción en la dimensión literaria.
5.5.1.4 OBSERVACIONES
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - El estudiante ha de conocer críticamente la tradición humanística y la procedente de las ciencias sociales para poder aplicar dicho conocimiento al análisis de los temas propios de la comunicación social.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
No existen datos
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	30	100
Estudio y trabajo individual	45	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES
Clase magistral
Ejercicios individuales
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	60.0	60.0

5.5 NIVEL 1: Bases interdisciplinares de la comunicación
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1
NIVEL 2: Filosofía
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Artes y Humanidades	Filosofía
ECTS NIVEL2	6	

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Pensamiento Contemporáneo		
5.5.1.1.1 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**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
- Conocer e interpretar las principales corrientes filosóficas para relacionarlas con los temas propios de la contemporaneidad. - Sintetizar y argumentar reflexiones filosóficas de carácter personal a partir de materiales diversos, como libros y películas.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Esta materia está constituida por una asignatura de 6 ECTS en la que se combina el conocimiento de la tradición filosófica contemporánea con la reflexión sobre algunas de las grandes cuestiones actuales, desde las puramente filosóficas a las vinculadas con el pensamiento político o con la estética. Para ello se revisan críticamente corrientes, obras y autores, así como el clima cultural en el que tiene lugar la reflexión filosófica. Esta materia se presenta como un marco general con el que el estudiante puede tener una referencia en la situar reflexiones teóricas de otras materias, como puede ser la Sociología, la Estética o la Historia.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - El estudiante ha de conocer críticamente la tradición humanística y la procedente de las ciencias sociales para poder aplicar dicho conocimiento al análisis de los temas propios de la comunicación social.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
No existen datos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Clases teóricas	42	100
Estudio y trabajo individual	90	0
Trabajo en grupo	12	50
Presentaciones en clase	6	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Ejercicios individuales		
Ejercicios en grupo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios en grupo	15.0	15.0
Evaluación de presentaciones en clase	5.0	5.0
NIVEL 2: Arte		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
		4
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Estética		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	4	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
		4
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**

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer la tradición artística y estética en su aplicación al análisis de los medios de comunicación.

- Adquirir instrumentos críticos con los que analizar los fenómenos estéticos de la contemporaneidad.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia se concreta en una asignatura de 4 ECTS centrada en el estudio de la experiencia estética, tanto desde un punto de vista conceptual como de su aplicación al arte y a la imagen, todo ello en el contexto de los medios de comunicación. Esta materia tiene como principal objetivo dar una base teórica y reflexiva a todas las cuestiones estéticas que se irán desarrollando durante el Grado, y muy especialmente con aquellas vinculadas con el lenguaje audiovisual, por lo que, en primer lugar, está estrechamente vinculada con la asignatura de lenguaje audiovisual de este mismo semestre. También presenta puntos de contacto con la materia de Filosofía impartida en el primer semestre de primero.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - El estudiante ha de conocer críticamente la tradición humanística y la procedente de las ciencias sociales para poder aplicar dicho conocimiento al análisis de los temas propios de la comunicación social.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

No existen datos

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	30	100
Estudio y trabajo individual	60	10
Trabajo en grupo	10	50

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

Ejercicios individuales

Ejercicios en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	50.0	50.0
Evaluación de ejercicios en grupo	10.0	10.0

NIVEL 2: Historia	
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2	
CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	3

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
3		
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Historia político-social contemporánea		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
3		
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
- Conocer las grandes cuestiones de la historia contemporánea como forma de analizar los elementos que conforman la actualidad. - Analizar críticamente las principales instituciones de la gobernanza global y regional.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Esta materia está integrada por una asignatura de 3 ECTS en la que se integran los grandes ejes temáticos que centran la evolución histórica mundial desde el fin de la Segunda Guerra Mundial, especialmente aquellas cuestiones que ayudan a comprender mejor los principales problemas globales actuales. Por lo tanto, el principal objetivo de esta manera es ayudar al estudiante a generar un marco temporal en el que situar, de forma crítica e interdependiente, otros contenidos de otras materias, tanto de las interdisciplinarias como de las específicas del Grado.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - El estudiante ha de conocer críticamente la tradición humanística y la procedente de las ciencias sociales para poder aplicar dicho conocimiento al análisis de los temas propios de la comunicación social.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
No existen datos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Clases teóricas	30	100
Estudio y trabajo individual	45	20
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Ejercicios individuales		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	60.0	60.0
NIVEL 2: Economía		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
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**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Introducción a la Economía		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer las bases fundamentales de la ciencia económica para su aplicación al análisis de las cuestiones actuales.

- Conocer y utilizar las fuentes de primera mano de información económica para su uso reflexivo en los análisis económicos, tanto a niveles locales y regionales como globales.

- Analizar los conceptos fundamentales que sustentan las nociones de audiencia y mercado para su aplicación a estudios concretos.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia se compone de dos asignaturas, una primera de introducción a la economía, de 4 ECTS, y la segunda centrada en el estudio de audiencias y de mercados, de 3 ECTS. La primera integra las bases conceptuales imprescindibles para poder hacer una lectura económica tanto de la actualidad en general como de la problemática económica en particular. Para ello despliega tanto contenidos teóricos como prácticos, sobre todo centrados en la comprensión y uso de instrumentos documentales con los que fundamentar análisis rigurosos. La segunda asignatura se constituye una primera concreción de la dimensión económica de la comunicación, para lo cual aborda el estudio de los públicos de las industrias de la comunicación, en su doble vertiente de destinatarios finales de los medios y como fuente de información primordial para el diseño de las estrategias para una comunicación eficaz. Estas dos asignaturas constituyen el punto de partida disciplinar para el posterior desarrollo de todas las materias y asignaturas vinculadas con la naturaleza económica de la actividad profesional del Grado.

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - El estudiante ha de conocer críticamente la tradición humanística y la procedente de las ciencias sociales para poder aplicar dicho conocimiento al análisis de los temas propios de la comunicación social.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
No existen datos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Clases teóricas	60	100
Estudio y trabajo individual	105	10
Trabajo en grupo	10	50
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Ejercicios individuales		
Ejercicios en grupo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	50.0	50.0
Evaluación de ejercicios en grupo	10.0	10.0
NIVEL 2: Derecho		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	4	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Derecho de la Comunicación		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	4	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocimiento del ordenamiento jurídico actual en todas aquellas cuestiones pertinentes al Grado, con el fin de situar al estudiante en el marco profesional en que va a desarrollar su actividad.

- Fomentar el conocimiento y el respeto de los derechos fundamentales, con el fin de promover un ejercicio responsable y éticamente comprometido con esos derechos.

- Análisis de casos jurídicos que sirvan para aislar problemáticas concretas vinculadas con el ejercicio profesional.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia se traduce en una asignatura de 4 ECTS en la que se integran todos aquellos contenidos jurídicos vinculados con el ejercicio profesional del Grado, no sólo desde el punto de vista estricto del Derecho, sino sobre todo a partir de las consecuencias prácticas y éticas que supone el ordenamiento jurídico vigente como marco en el que se desarrolla la actividad profesional del Grado. Por ello, junto al conocimiento de la legislación específica, se plantea el análisis de situaciones concretas de forma que el estudiante pueda reflexionar críticamente sobre los problemas planteados y pueda situar esos problemas en el marco comprensivo adecuado. En consecuencia, esta materia se considera un complemento imprescindible de toda la aplicación práctica del grado, por lo que está vinculada con todas las asignaturas y materias aplicadas del Grado, y también se vincula con la materia de Ética, que se ofrece en cuarto curso, como un punto de partida de la reflexión deontológica.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - El estudiante ha de conocer críticamente la tradición humanística y la procedente de las ciencias sociales para poder aplicar dicho conocimiento al análisis de los temas propios de la comunicación social.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

No existen datos

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	35	100
Estudio y trabajo individual	60	20
Trabajo en grupo	5	50

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Ejercicios individuales		
Ejercicios en grupo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	50.0	50.0
Evaluación de ejercicios en grupo	10.0	10.0
NIVEL 2: Psicología		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
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**
3		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Psicología de la Comunicación		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	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**
3		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
- Conocer los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales para su detección y análisis en los productos de la comunicación social. - Aplicar estrategias psicológicas para mejorar los contenidos de cualquier creación, especialmente por lo que respecta a los contenidos de los medios de comunicación.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Esta materia está compuesta por una asignatura de 3 ECTS centrada exclusivamente en el estudio de la psicología de la comunicación. Para ello esta asignatura disecciona los diferentes componentes de los procesos psicosociales que intervienen en los mensajes mediáticos de todo tipo, desde los elementos emotivos, la comunicación interpersonal o la comunicación no verbal, hasta el análisis de la persuasión y la manipulación. Por sus contenidos, esta asignatura forma parte del bloque de materias con especial incidencia teórica y práctica en los mecanismos de la comunicación social, sobre todo aquellos referidos a la persuasión y a las relaciones sociales.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - El estudiante ha de conocer críticamente la tradición humanística y la procedente de las ciencias sociales para poder aplicar dicho conocimiento al análisis de los temas propios de la comunicación social.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
No existen datos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Clases teóricas	25	100
Estudio y trabajo individual	45	20
Trabajo en grupo	5	50
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Ejercicios individuales		
Ejercicios en grupo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	50.0	50.0
Evaluación de ejercicios en grupo	10.0	10.0
NIVEL 2: Antropología		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
6		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Comunicación Intercultural		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	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**
3		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Comunicación, Cultura y Espiritualidad		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	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**

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

3		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**

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

LISTADO DE MENCIONES
No existen datos

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer la diversidad cultural como base para entender el mundo contemporáneo.

- Analizar el concepto de cultura en tanto que realidad construida socialmente.

- Aplicar los principios de la gestión comunicativa de la diversidad al análisis de casos concretos.

- Analizar cuestiones clave del cristianismo a partir de su dimensión de "experiencia".

- Caracterizar los conceptos de "comunicación" y de "transmisión" en el marco de la fenomenología religiosa.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia está compuesta por dos asignaturas de 3 ECTS cada una, y congrega distintas miradas a la comunicación desde perspectivas antropológicas y las propias de la fenomenología religiosa. La primera asignatura de esta materia está centrada en la mirada intercultural sobre la realidad social y la gestión comunicativa de la diversidad. En este caso, la asignatura está pensada como un complemento al enfoque puramente sociológico de la asignatura de este mismo módulo que se imparte en el primer curso, así como una herramienta interdisciplinaria para los aspectos generales de las teorías de la comunicación. La segunda asignatura de esta materia tiene como objetivo profundizar en el concepto de ¿experiencia religiosa¿ a partir del análisis de sus elementos conceptuales constituyentes, y, sobre todo, en los lenguajes con los que se puede transmitir dicha experiencia; esta asignatura también plantea el entorno histórico y cultural en el que nace el cristianismo y la relación actual entre cristianismo y medios de comunicación social. Por lo tanto, esta segunda asignatura está vinculada con contenidos disciplinarios básicos de este módulo, los relacionados con cuestiones nucleares de la comunicación social, en este caso aplicados a un hecho concreto como es la experiencia religiosa.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - El estudiante ha de conocer críticamente la tradición humanística y la procedente de las ciencias sociales para poder aplicar dicho conocimiento al análisis de los temas propios de la comunicación social.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

No existen datos

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Clases teóricas	60	100
Estudio y trabajo individual	90	20

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

Ejercicios individuales

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Examen escrito	50.0	50.0
Evaluación de ejercicios individuales	50.0	50.0
NIVEL 2: Relaciones Internacionales		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
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**
3		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Relaciones Internacionales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	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**
3		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

No existen datos
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
- Conocer las bases teóricas de las Relaciones Internacionales como forma de comprender las cuestiones clave del mundo actual. - Analizar conflictos internacionales actuales mediante el uso de instrumentos metodológicos propios de las Relaciones Internacionales.
5.5.1.3 CONTENIDOS
Esta materia está constituida por una asignatura de 3 ECTS en la que se realiza una introducción a los principales teóricos desarrollados en la disciplina de las Relaciones Internacionales, sobre todo a partir del enfoque procedente de la Ciencia Política. Además, se propone el análisis de conflictos internacionales de todo tipo como forma de aproximarse a la complejidad e interdisciplinariedad del estudio de la realidad internacional.
5.5.1.4 OBSERVACIONES
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - El estudiante ha de conocer críticamente la tradición humanística y la procedente de las ciencias sociales para poder aplicar dicho conocimiento al análisis de los temas propios de la comunicación social.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
No existen datos
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	25	100
Estudio y trabajo individual	40	100
Presentaciones en clase	10	50

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES
Clase magistral
Ejercicios individuales
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	25.0	25.0
Evaluación de presentaciones en clase	35.0	35.0

NIVEL 2: Sociología		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	**RAMA**	**MATERIA**
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Sociología
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	**ECTS Anual 2**	**ECTS Anual 3**
	6	
ECTS Anual 4	**ECTS Anual 5**	**ECTS Anual 6**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Sociología		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Básica	6	Anual
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Anual 1	**ECTS Anual 2**	**ECTS Anual 3**
	6	
ECTS Anual 4	**ECTS Anual 5**	**ECTS Anual 6**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer las principales aportaciones teóricas de la Sociología para el estudio y comprensión de los temas clave de la sociedad contemporánea.

- Conocer el papel de los medios de comunicación de masas como forma de analizar la sociedad actual.

- Integrar la comunicación de masas en el conjunto de actores y relaciones que conforman la sociedad a partir del análisis de la tradición teórica de la comunicación de masas y de los temas actuales a discusión en este ámbito científico.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia está compuesta por una asignatura, de 6 ECTS, que se despliega en dos semestres de primer curso como Sociología I y II. El objetivo fundamental de esta asignatura es sentar la primeras bases teóricas de la comunicación como base fundamental del posterior desarrollo teórico y práctico de los elementos específicos del Grado. Para ello, el primer semestre está enfocado a la introducción de los principales conceptos teóricos de la Sociología, tanto en la presentación de las referencias ineludibles como en el estudio de los procesos sociales,, mientras que en el segundo semestre se profundiza en la aplicación de esa introducción general en cuanto se aplica a la comunicación de masas, analizando los principales elementos que intervienen en la dimensión sociológica de la comunicación.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - El estudiante ha de conocer críticamente la tradición humanística y la procedente de las ciencias sociales para poder aplicar dicho conocimiento al análisis de los temas propios de la comunicación social.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

No existen datos

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	42	100
Estudio y trabajo individual	90	0

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Trabajo en grupo	12	50
Presentaciones en clase	6	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Ejercicios individuales		
Ejercicios en grupo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios en grupo	15.0	15.0
Evaluación de presentaciones en clase	5.0	5.0
5.5 NIVEL 1: Fundamentos disciplinares de la comunicación		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Comunicación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	**RAMA**	**MATERIA**
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
ECTS NIVEL2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
9	15	
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Teoría de la Comunicación y la Información		
5.5.1.1.1 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**

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Fundamentos de la Comunicación Audiovisual		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Básica	6	Anual
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Anual 1	**ECTS Anual 2**	**ECTS Anual 3**
6		
ECTS Anual 4	**ECTS Anual 5**	**ECTS Anual 6**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Fundamentos de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Básica	6	Anual
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Anual 1	**ECTS Anual 2**	**ECTS Anual 3**
6		
ECTS Anual 4	**ECTS Anual 5**	**ECTS Anual 6**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

NIVEL 3: Fundamentos del Periodismo y la Comunicación Corporativa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Básica	6	Anual
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Anual 1	**ECTS Anual 2**	**ECTS Anual 3**
6		
ECTS Anual 4	**ECTS Anual 5**	**ECTS Anual 6**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer el marco teórico general de la comunicación social como forma de analizar la interacción humana

- Conocer los recursos básicos de interpretación de los signos para analizar su función en los medios de comunicación

- Conocer las bases de la Semántica y la Pragmática para aplicarla al estudio de la información y de cualquier tipo de comunicación mediática.

- Conocer los principales conceptos, la historia y la evolución de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing para obtener los fundamentos de estas disciplinas.

- Conocer las estructuras organizativas de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing para la comprensión de sus exigencias.

- Conocer los procesos de elaboración de las campañas: objetivos, métodos, estrategias, tácticas y sistemas de análisis de las campañas.

- Conocer las distintas técnicas Publicitarias y de Relaciones Públicas así como las características de los medios para su posterior aplicación.

- Analizar los productos audiovisuales tanto históricos como contemporáneos a partir del conocimiento de su lenguaje y estructuras narrativas.

- Conocer los procesos de producción audiovisual y sus principales oficios para la comprensión de sus exigencias profesionales.

- Conocer los distintos géneros y formatos audiovisuales contemporáneos para su aplicación al análisis de los mismos.

- Conocer la industria cultural audiovisual para la comprensión de sus exigencias empresariales.

- El estudiante sabrá identificar con claridad las formas propias del Periodismo en la prensa, la radio, la televisión y los nuevos medios, y también de la Comunicación Corporativa. Además, podrá redactar un breve texto informativo o al servicio de una empresa o institución.

- El estudiante podrá recoger, recuperar, analizar, procesar y organizar información antes de transmitirla. Lo hará tras distinguir el interés de los acontecimientos y de evaluarlos con criterio periodístico y/o corporativo.

- El estudiante tendrá la capacidad de distinguir la función social y la organización de los medios informativos y de las entidades de la Comunicación Corporativa. Estará preparado para identificar y valorar las etapas del proceso de producción y para comprender el funcionamiento básico de las rutinas periodística y de la Comunicación Corporativa, y también entenderá cómo estas dependen de criterios tanto profesionales como empresariales.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia constituye un bloque transversal para los tres grados de Comunicación, y en ella se ofrece una primera aproximación a los contenidos específicos que definen dichos grados, a partir de una introducción teórica general a la Comunicación. Para ello, esta materia está integrada por cuatro asignaturas básicas de 6 ECTS cada una: la primera, en el primer semestre de primero; y las otras tres se ofrecen al mismo tiempo en el primer semestre de segundo curso. La asignatura de primer curso integra contenidos procedentes de la sociología, el estudio de la cultura, la semiótica y la filosofía del lenguaje con el objetivo de presentar al estudiante las facetas teóricas que intervienen en la comunicación social. Este enfoque está pensado como el punto de partida para el desarrollo de las bases conceptuales de los tres Grados de Comunicación que integran en las otras tres asignaturas de esta materia, las que se imparten en segundo curso. Cada una de estas tres asignaturas constituye la introducción a un grado (Comunicación Audiovisual; Periodismo y Comunicación Corporativa; y Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing). A partir de la condición de tronco común que tienen los dos primeros cursos de los tres grados de Comunicación, el objetivo es que el estudiante, aparte del Grado en el que se encuentra matriculado, pueda también adquirir las bases conceptuales y prácticas de los otros dos Grados de Comunicación, con el fin de poder tomar la decisión final sobre el Grado en el que quiere continuar sus estudios a partir de un conocimiento bien fundamentado. A este respecto, el estudiante tiene de plazo para cambiarse de Grado, precisamente, hasta que acabe este primer semestre de segundo, una vez cursadas estas tres asignaturas introductorias. Así,

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

las tres asignaturas de segundo curso son el punto de arranque de la especialización que proporciona el Grado, pero, al mismo tiempo, proporcionan una visión de conjunto sobre la comunicación ¿transversal e integrada¿ que permitirá, a partir de tercer curso, establecer vínculos de interdisciplinariedad gracias a los itinerarios de especialización definidos en el módulo 8. Es decir, la capacidad para definir perfiles mixtos entre los distintos ámbitos de la comunicación tiene su fundamento y su justificación en esta materia de Comunicación. Las tres asignaturas del segundo curso también están íntimamente relacionadas con el Seminario III, que igualmente se imparte en el primer semestre de segundo, y que también está dirigido a concretar perfiles profesionales que ayuden a una confirmación de la vocación o de la preferencia que el estudiante finalmente elija como el Grado que desea cursar.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - El estudiante ha de conocer críticamente la tradición humanística y la procedente de las ciencias sociales para poder aplicar dicho conocimiento al análisis de los temas propios de la comunicación social.

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - El estudiante ha de saber emplear las bases teóricas de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing

CE3 - El estudiante debe ser capaz de manejar los instrumentos conceptuales y profesionales de la publicidad y las relaciones públicas para el ejercicio de los distintos ámbitos de la profesión

CE5 - El estudiante debe ser capaz de planificar los medios de comunicación como canal para la transmisión de mensajes a los distintos públicos objetivos para realizar los planes de medios de forma eficiente y eficaz.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	240	100
Estudio y trabajo individual	280	20
Trabajo en grupo	80	50

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

Ejercicios individuales

Ejercicios en grupo

Estudio de casos

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	30.0	30.0
Evaluación de ejercicios en grupo	30.0	30.0

NIVEL 2: Ética

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Artes y Humanidades	Ética
ECTS NIVEL2	6	

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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**
3	3	

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Ética de la Comunicación I		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Básica	3	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**
3		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Ética de la Comunicación II		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Básica	3	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**
	3	
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer la ética y la deontología profesionales con el fin de poder llevar a cabo una práctica profesional concienciada y responsable.

- Conocer y promover el respeto de los derechos fundamentales en el ejercicio profesional propio del Grado.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta asignatura de carácter anual se imparte en los dos semestres del último curso del Grado, con el fin de consolidar una reflexión ética a partir una experiencia profesional previa, como es la que el estudiante ha recibido durante las prácticas obligatorias realizadas en tercer curso. Para ello, en el primer semestre esta asignatura plantea los principales conceptos vinculados con la ética de la comunicación, como son la ética discursiva, la relación entre comunidad y comunicación o la opinión pública. En el segundo semestre se procede a profundizar los aspectos éticos propios del Grado, tanto en la determinación de las principales cuestiones a discusión como la reflexión de casos concretos en los que aparezcan problemas éticos relevantes. Como fondo conceptual de la asignatura se sitúan los derechos fundamentales en una sociedad democráticas y de qué manera dichos derechos están imbricados en la comunicación social. Por todo ello, esta asignatura propone una reflexión rigurosa y fundamentada sobre todo lo que supone la dimensión ética del ejercicio profesional en el momento en el que el estudiante está a punto a insertarse en el mercado laboral.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - El estudiante ha de conocer críticamente la tradición humanística y la procedente de las ciencias sociales para poder aplicar dicho conocimiento al análisis de los temas propios de la comunicación social.

CG8 - El estudiante ha de ser capaz de aplicar los derechos humanos, y los valores democráticos y los propios de una cultura de la paz en sus análisis y en su reflexión de la actividad de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

No existen datos

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	50	100
Estudio y trabajo individual	90	20
Trabajo en grupo	10	30

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

Ejercicios individuales

Ejercicios en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	30.0	30.0
Evaluación de ejercicios en grupo	30.0	30.0

NIVEL 2: Comunicación Profesional

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	8

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		8
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Seminario III. Comunicación Profesional de Publicidad, RR.PP. y Marketing		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	8	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
		8
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer los procesos de producción propios del mundo de la comunicación con el fin de aplicarlos a la realización de productos concretos.

- Desarrollar una visión amplia e interdisciplinar de los enfoques teóricos y prácticos de los tres grados de Comunicación, con el fin de identificar los puntos de contacto y los específicos y avanzar así hacia una noción integradora de la comunicación social.

- Aplicar los principios fundamentales del lenguaje audiovisual al diseño, producción y realización de productos audiovisuales concretos.

- Promover una percepción integradora sobre la realidad, en la que se aglutinen teoría, análisis riguroso de la realidad e iniciativa personal, como punto de partida del desarrollo de encargos concretos vinculados a los perfiles profesionales.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Este seminario se plantea como un punto de confluencia de buena parte de los contenidos que se imparten en el Semestre 3, último semestre de plena coincidencia curricular del tronco común compartido por los tres grados de Comunicación. Para ello, este seminario propone una mirada integradora a enfoques, procedimientos y prácticas profesionales tanto de periodismo y comunicación corporativa, como de publicidad, relaciones públicas y

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

marketing, como, finalmente, de comunicación audiovisual. De hecho, si en los Seminarios I y II la expresión lingüística había sido el medio utilizado para la comunicación, en este Seminario III ese medio será fundamentalmente el lenguaje audiovisual, lo cual permite profundizar y consolidar la introducción al lenguaje audiovisual cursada en el semestre anterior, siempre con la idea de un lenguaje audiovisual entendido como una herramienta básica de comunicación, no como una salida profesional en particular. Obviamente, este Seminario III está íntimamente vinculado a las tres introducciones a la especialidad de los grados de Comunicación que se ofrecen este mismo semestre, de las cuales constituye un complemento fundamental. Por último, el seminario, al contar con un grupo reducido de estudiantes (entre 12 y 14) permite vehicular la mayor parte de las competencias actitudinales y de tutorización, sobre todo a partir de la participación del estudiante en encargos profesionales concretos, generalmente llevados a cabo mediante equipos de trabajo.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG3 - El estudiante ha de ser capaz de comunicarse de forma fluida y eficaz, tanto oralmente como por escrito, en las lenguas habituales del ejercicio profesional de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - El estudiante ha de ser capaz de trabajar de forma autónoma y con capacidad de autoorganización, como forma de alcanzar la plena madurez intelectual.

CT2 - El estudiante ha de ser capaz de afrontar riesgos a la hora de asumir la propia toma de decisiones, con la asunción de las responsabilidades inherentes.

CT3 - El estudiante ha de ser capaz de colaborar con otros para alcanzar objetivos comunes, mediante la incorporación a grupos de trabajo ya existentes o bien siendo capaz de crear grupos propios.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE10 - El estudiante ha de ser capaz de aplicar los enfoques y las metodologías propios de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing sobre los temas de estudio específicos de esta disciplina.

CE11 - El estudiante ha de ser capaz de buscar, organizar y manejar documentación, tanto de fuentes primarias como secundarias, en los ámbitos propios de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

CE12 - El estudiante ha de saber manejar los fundamentos del lenguaje audiovisual con el fin de aplicarlos al análisis de cualquier producto audiovisual y a la construcción de productos audiovisuales publicitarios.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Seminarios	45	100
Estudio y trabajo individual	120	10
Trabajo en grupo	30	100
Tutorías	5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Ejercicios individuales

Ejercicios en grupo

Concienciación del autoaprendizaje y de las necesidades formativas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de ejercicios individuales	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios en grupo	20.0	20.0
Autoevaluación y evaluación de memorias de tutorización	10.0	10.0
Evaluación de actitudes y de procedimientos de aprendizaje	30.0	30.0

NIVEL 2: Gestión de la información

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	3

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

CSV: 98802415734937758646875 7 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		3
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Gestión de la Información		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
		3
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

- Adquirir y aplicar en casos concretos la capacidad de recuperar, organizar y procesar información y comunicación.

- Adquirir y aplicar la capacidad para utilizar los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas.

- Conocer críticamente los recursos documentales con vistas a un uso eficaz de las fuentes documentales.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta asignatura está totalmente centrada en el análisis de los procedimientos y sistemas de tratamiento de la información en su dimensión aplicada al mundo de la comunicación social. Aparte del estudio de los tipos tipos de fuentes documentales, el principal centro de atención de la asignatura es la utilización de las diversas herramientas informáticas que permiten un uso profesional de la información, tanto para su utilización efectiva en los perfiles propios del Grado como en cualquier labor de investigación. Todo ello debe conducir a un uso plenamente consciente y razonable de los recursos documentales, así como a un análisis crítico de su fiabilidad y utilidad. Por todo ello, se trata de una asignatura fuertemente instrumental que debe servir de apoyo al resto de materias y asignaturas del Grado, dado su carácter eminentemente metodológico.

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG7 - El estudiante ha de ser capaz de utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación como herramientas básicas y habituales de trabajo, y aprovechar todas sus potencialidades a la hora de desarrollar actividades propias de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE11 - El estudiante ha de ser capaz de buscar, organizar y manejar documentación, tanto de fuentes primarias como secundarias, en los ámbitos propios de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Clases teóricas	40	100
Estudio y trabajo individual	60	30
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Ejercicios individuales		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	60.0	60.0
NIVEL 2: Comunicación aplicada al audiovisual		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
5		
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Lenguaje y técnica de la imagen y el sonido		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Obligatoria	5	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
5		
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer las bases teóricas de la comunicación audiovisual para su aplicación al análisis de productos audiovisuales.

- Conocer los elementos técnicos básicos que intervienen en el lenguaje audiovisual y su uso en productos mediáticos de todo tipo.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta asignatura constituye una introducción transversal a los tres grados de Comunicación centrada en los elementos básicos del lenguaje audiovisual, entendido este lenguaje como uno de los lenguajes fundamentales de toda comunicación mediática. Por lo tanto, los contenidos están enfocados a subrayar los elementos teóricos y, sobre todo, técnicos y aplicados con vistas a su posterior desarrollo curricular en materias y asignaturas específicas del Grado, especialmente con el Seminario III, que se cursa el semestre siguiente.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG7 - El estudiante ha de ser capaz de utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación como herramientas básicas y habituales de trabajo, y aprovechar todas sus potencialidades a la hora de desarrollar actividades propias de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE12 - El estudiante ha de saber manejar los fundamentos del lenguaje audiovisual con el fin de aplicarlos al análisis de cualquier producto audiovisual y a la construcción de productos audiovisuales publicitarios.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	20	100
Estudio y trabajo individual	45	20
Trabajo en grupo	10	50

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

Ejercicios individuales

Ejercicios en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	45.0	45.0
Evaluación de ejercicios en grupo	15.0	15.0

5.5 NIVEL 1: Fundamentos disciplinares de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
		3
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Marketing I: Marketing estratégico y operativo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
		3
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

No	No

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer los procesos de marketing y sus técnicas.

- Conocer los métodos y técnicas de marketing específicas para favorecer la toma de decisiones que se transmitirán al mercado mediante la comunicación en general aplicando la publicidad y las relaciones públicas.

- Conocer los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación.

- Desarrollar los fundamentos de la dirección estratégica aplicada a la comunicación por objetivos.

5.5.1.3 CONTENIDOS

La asignatura está orientada a impartir los conocimientos y las herramientas que un gestor de la comunicación en la empresa o en las agencias de publicidad, relaciones públicas o centrales de medios ha de dominar para tomar decisiones estratégicas, que conduzcan a conseguir sus objetivos de mercado, económicos y sociales.
Esto nos llevará al análisis de la competencia y del consumidor, a la búsqueda de oportunidades, a proyectar, dirigir y coordinar las actividades de la empresa o marca. Todo ello con el fin de desarrollar ventajas competitivas para sus marcas o productos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG7 - El estudiante ha de ser capaz de utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación como herramientas básicas y habituales de trabajo, y aprovechar todas sus potencialidades a la hora de desarrollar actividades propias de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE5 - El estudiante debe ser capaz de planificar los medios de comunicación como canal para la transmisión de mensajes a los distintos públicos objetivos para realizar los planes de medios de forma eficiente y eficaz.

CE7 - El estudiante debe saber valerse de los procesos, los perfiles y las estructuras de las empresas anunciantes, los medios de comunicación y las agencias de publicidad y de relaciones públicas para desarrollar su labor profesional.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	30	100
Estudio y trabajo individual	16	0
Trabajo en grupo	20	50
Presentaciones en clase	9	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

Ejercicios individuales

Ejercicios en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	35.0	35.0
Evaluación de ejercicios en grupo	25.0	25.0

NIVEL 2: Comunicación Publicitaria y de las Relaciones Públicas

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	9

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
3	6	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Diseño Gráfico Aplicado		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
3		
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Creatividad y Conceptualización		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	3	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer los ámbitos de aplicación del diseño gráfico y de la conceptualización y su papel en el marco de la comunicación y los medios de comunicación.

- Introducir en el lenguaje, los métodos, los procesos y el uso de las herramientas propias de los diseñadores gráficos, redactores y demás profesionales de la creatividad.

- Iniciar en el trabajo de investigación, análisis e interpretación de la información, como paso previo en cualquier proyecto gráfico y creativo.

- Comprender el proceso de ideación, conocer las principales técnicas de creatividad y del diseño, así como las herramientas que pueden utilizarse para la conceptualización, articulación y expresión del mensaje publicitario.

- Conocer los autores y corrientes que han aportado a la metodología de las Relaciones Públicas.

- Realizar y programar Planes de Relaciones Públicas.

- Conocer las técnicas fundamentales utilizadas en las Relaciones Públicas.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia se fundamenta en 3 asignaturas, dos de ellas de 3 créditos y una tercera con 4 créditos. Las tres se distribuyen entre el segundo semestre del segundo curso y el primer semestre del tercer curso.

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Se inicia a los estudiantes en los fundamentos de la creatividad y del diseño. Se analiza la conceptualización gráfica, la metodología proyectual y el pensamiento productivo. Se profundiza en la teoría de la creatividad y las diversas técnicas creativas y de diseño para realizar piezas de comunicación visual y redaccionales a fin que los estudiantes obtengan las herramientas básicas para desarrollar sus capacidades creativas.

Análisis de las teorías aportadas por autores reconocidos en el ámbito de las Relaciones Públicas. Se realiza un recorrido por la evolución histórica de las diferentes teorías hasta el acercamiento a la panorámica actual para acabar con las tendencias de futuro. Con el objetivo de realizar un programa de Relaciones Públicas se desglosan y explican las distintas técnicas, tanto propias como de gestión de contenidos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG7 - El estudiante ha de ser capaz de utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación como herramientas básicas y habituales de trabajo, y aprovechar todas sus potencialidades a la hora de desarrollar actividades propias de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - El estudiante ha de saber emplear las bases teóricas de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing

CE2 - El estudiante debe saber aplicar los procesos y procedimientos creativos de la publicidad con el fin de aplicarlos a la propuesta, desarrollo y presentación de productos comunicativos propios de las actividades profesionales del Grado.

CE3 - El estudiante debe ser capaz de manejar los instrumentos conceptuales y profesionales de la publicidad y las relaciones públicas para el ejercicio de los distintos ámbitos de la profesión

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	70	100
Estudio y trabajo individual	40	0
Trabajo en grupo	40	50
Presentaciones en clase	25	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

Ejercicios individuales

Ejercicios en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	35.0	35.0
Evaluación de ejercicios en grupo	25.0	25.0

NIVEL 2: Comunicación Profesional Especializada

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	8

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
8		
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

NIVEL 3: Seminario IV. Estrategia, Creatividad y RR.PP.

5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	8	Semestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
8		
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

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

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer la industria de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

- Conocer los perfiles profesionales y las tipologías de empresas del ámbito de la comunicación.

- Conocer las metodologías de trabajo inherentes a la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Fundamentalmente se analiza el proceso de trabajo en comunicación. Se empieza por el planteamiento del problema por parte de la empresa anunciante y se acaba en la solución de comunicación adoptada por los intermediarios (agencias y otros proveedores) y los medios. Se analiza así mismo, la industria de la comunicación publicitaria para conocer los perfiles profesionales y las metodologías de trabajo y las razones que justifican la toma de decisiones y el resultado final.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG4 - El estudiante ha de ser capaz de articular discursos argumentativos razonados y de plantear juicios críticos, a partir de datos e informaciones relevantes.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - El estudiante ha de ser capaz de trabajar de forma autónoma y con capacidad de autoorganización, como forma de alcanzar la plena madurez intelectual.

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CT2 - El estudiante ha de ser capaz de afrontar riesgos a la hora de asumir la propia toma de decisiones, con la asunción de las responsabilidades inherentes.
CT3 - El estudiante ha de ser capaz de colaborar con otros para alcanzar objetivos comunes, mediante la incorporación a grupos de trabajo ya existentes o bien siendo capaz de crear grupos propios.
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE3 - El estudiante debe ser capaz de manejar los instrumentos conceptuales y profesionales de la publicidad y las relaciones públicas para el ejercicio de los distintos ámbitos de la profesión
CE5 - El estudiante debe ser capaz de planificar los medios de comunicación como canal para la transmisión de mensajes a los distintos públicos objetivos para realizar los planes de medios de forma eficiente y eficaz.
CE6 - El estudiante ha de demostrar capacidad para elaborar y aplicar una estrategia de comunicación que le permita organizar todo el proceso que va desde los objetivos de comunicación y la aplicación de dichos objetivos en una campaña de publicidad y/o relaciones públicas
CE7 - El estudiante debe saber valerse de los procesos, los perfiles y las estructuras de las empresas anunciantes, los medios de comunicación y las agencias de publicidad y de relaciones públicas para desarrollar su labor profesional.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Seminarios	84	100
Estudio y trabajo individual	30	0
Trabajo en grupo	61	50
Presentaciones en clase	25	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral
Ejercicios individuales
Ejercicios en grupo
Concienciación del autoaprendizaje y de las necesidades formativas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de ejercicios individuales	25.0	25.0
Evaluación de ejercicios en grupo	75.0	75.0

5.5 NIVEL 1: Técnicas de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Estrategia y Medios

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	13

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
7	3	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
	3	
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Planificación Estratégica: el Planner		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	3	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Técnicas de Planificación de Medios		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	4	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
4		
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

NIVEL 3: Medios: Estrategia y Negociación		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	3	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**
	3	
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

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

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer los medios de comunicación como canal para la transmisión de mensajes, para conocer dónde alcanzar a los distintos públicos.

- Conocer y utilizar las herramientas de la planificación de medios para poder desarrollar un plan de medios.

- Conocer las bases fundamentales de la planificación estratégica para elaborar y aplicar una estrategia de comunicación.

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

- Conocer las aplicaciones de la digitalización audiovisual para la comprensión de los productos de los nuevos medios y los videojuegos.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia está compuesta por 4 asignaturas, de 3 ECTS cada una de ellas, repartidas entre los semestres 4 y 8 (una asignatura en el segundo semestre de segundo curso, otras dos en el primer semestre de tercero y la otra en el segundo semestre de cuarto). Dos de ellas están centradas en el conocimiento que los alumnos deben adquirir sobre los medios de comunicación desde el punto de vista de la Publicidad, las Relaciones Públicas y le Marketing, para poder llevar a cabo una estrategia y un plan de medios, así como para conocer los instrumentos conceptuales y profesionales inherentes. Otra de las asignaturas está enfocada en la planificación estratégica de la comunicación y en la figura del planner, así como en el conocimiento de las motivaciones que tiene el consumidor para la compra. La cuarta asignatura contempla el estudio de formatos y géneros televisivos, con una especial atención a los formatos más innovadores y a los efectos que la digitalización ha tenido sobre dicho medio. En esta asignatura también resalta la presencia de contenidos vinculados a la cultura digital, los nuevos medios y los videojuegos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG7 - El estudiante ha de ser capaz de utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación como herramientas básicas y habituales de trabajo, y aprovechar todas sus potencialidades a la hora de desarrollar actividades propias de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - El estudiante ha de saber emplear las bases teóricas de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing

CE3 - El estudiante debe ser capaz de manejar los instrumentos conceptuales y profesionales de la publicidad y las relaciones públicas para el ejercicio de los distintos ámbitos de la profesión

CE5 - El estudiante debe ser capaz de planificar los medios de comunicación como canal para la transmisión de mensajes a los distintos públicos objetivos para realizar los planes de medios de forma eficiente y eficaz.

CE6 - El estudiante ha de demostrar capacidad para elaborar y aplicar una estrategia de comunicación que le permita organizar todo el proceso que va desde los objetivos de comunicación y la aplicación de dichos objetivos en una campaña de publicidad y/o relaciones públicas

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	120	100
Estudio y trabajo individual	80	0
Trabajo en grupo	90	50
Presentaciones en clase	10	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

Ejercicios individuales

Ejercicios en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	30.0	30.0
Evaluación de ejercicios en grupo	25.0	25.0
Evaluación de presentaciones en clase	5.0	5.0

NIVEL 2: Comunicación Aplicada Básica

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	16

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	8	8
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Seminario V. Creatividad y Estrategia Digital		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	8	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	8	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Seminario VI. Gestión de Marca y Creatividad		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	8	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
		8
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Desarrollo de piezas creativas en distintos formatos.

- Conocer las principales herramientas y métodos de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

- Desarrollar habilidades para la presentación y negociación de estrategias y campañas de comunicación.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia está distribuida entre 2 asignaturas de 8 ECTS (en formato de seminario) cada una de ellas, repartidas en los dos semestres del tercer curso. Ambas están enfocadas a que el alumno descubra las principales áreas profesionales y pueda elegir su especialización en el cuarto curso. El alumno descubrirá y profundizará en los perfiles creativo, de la estrategia y la gestión de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

Esta materia complementa al estudiante los conocimiento básicos de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing asimilados hasta el momento, que le permiten acceder a las prácticas externas obligatorias del semestre 5.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG4 - El estudiante ha de ser capaz de articular discursos argumentativos razonados y de plantear juicios críticos, a partir de datos e informaciones relevantes.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - El estudiante ha de ser capaz de trabajar de forma autónoma y con capacidad de autoorganización, como forma de alcanzar la plena madurez intelectual.

CT2 - El estudiante ha de ser capaz de afrontar riesgos a la hora de asumir la propia toma de decisiones, con la asunción de las responsabilidades inherentes.

CT3 - El estudiante ha de ser capaz de colaborar con otros para alcanzar objetivos comunes, mediante la incorporación a grupos de trabajo ya existentes o bien siendo capaz de crear grupos propios.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE2 - El estudiante debe saber aplicar los procesos y procedimientos creativos de la publicidad con el fin de aplicarlos a la propuesta, desarrollo y presentación de productos comunicativos propios de las actividades profesionales del Grado.

CE3 - El estudiante debe ser capaz de manejar los instrumentos conceptuales y profesionales de la publicidad y las relaciones públicas para el ejercicio de los distintos ámbitos de la profesión

CE5 - El estudiante debe ser capaz de planificar los medios de comunicación como canal para la transmisión de mensajes a los distintos públicos objetivos para realizar los planes de medios de forma eficiente y eficaz.

CE6 - El estudiante ha de demostrar capacidad para elaborar y aplicar una estrategia de comunicación que le permita organizar todo el proceso que va desde los objetivos de comunicación y la aplicación de dichos objetivos en una campaña de publicidad y/o relaciones públicas

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Seminarios	168	100
Estudio y trabajo individual	60	10
Trabajo en grupo	122	30
Presentaciones en clase	50	100

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Ejercicios individuales		
Ejercicios en grupo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Evaluación de ejercicios individuales	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios en grupo	40.0	40.0
Evaluación de presentaciones en clase	20.0	20.0
NIVEL 2: Marketing Especializado		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	7	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
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**
4	3	
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Marketing II. Marketing avanzado		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	4	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**
4		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Marketing Internacional		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	3	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**
	3	
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer los procesos de marketing y sus técnicas específicas.

- Conocer los métodos y técnicas de marketing específicas para favorecer la toma de decisiones que se transmitirán al mercado mediante la comunicación en general aplicando la publicidad y las relaciones públicas.

- Conocer los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias: desarrollo de los fundamentos de la dirección estratégica aplicada a la comunicación por objetivos.

- Conocer las especificidades en el marketing para distintos mercados y entornos geográficos.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Se expondrán contenidos que respondan a preguntas como: ¿Podemos ser competitivos?, ¿Qué está pidiendo el mercado?, ¿Cómo innova la empresa?, ¿Qué atributos valora el mercado de una empresa, marca, producto?, ¿Cómo encontrar oportunidades de mercado?, ¿Cómo aprovechar las oportunidades de mercado?, ¿Qué estrategias podemos utilizar desde nuestra posición en el mercado para alterar las posiciones de los competidores?, ¿Cómo podemos captar mercado de nuestros competidores?, ¿Cómo podemos crear nuevos segmentos de mercado?, ¿Qué estrategia de posicionamiento debemos utilizar?¿

Esto conlleva un análisis de la competencia y del consumidor, la búsqueda de oportunidades y proyectar, dirigir y coordinar las actividades de la empresa o marca que permitan desarrollar ventajas competitivas para sus marcas o productos, y explotarlas con ayuda de las distintas técnicas de comunicación.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG7 - El estudiante ha de ser capaz de utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación como herramientas básicas y habituales de trabajo, y aprovechar todas sus potencialidades a la hora de desarrollar actividades propias de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE1 - El estudiante ha de saber emplear las bases teóricas de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing		
CE4 - El estudiante debe ser capaz de aplicar la teoría del marketing en la implementación del plan de marketing y en el proceso de la comunicación de las marcas, las instituciones o las organizaciones		
CE7 - El estudiante debe saber valerse de los procesos, los perfiles y las estructuras de las empresas anunciantes, los medios de comunicación y las agencias de publicidad y de relaciones públicas para desarrollar su labor profesional.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Clases teóricas	70	100
Estudio y trabajo individual	40	0
Trabajo en grupo	45	50
Presentaciones en clase	20	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Ejercicios individuales		
Ejercicios en grupo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	20.0	20.0
Evaluación de ejercicios en grupo	20.0	20.0
Evaluación de presentaciones en clase	20.0	20.0
5.5 NIVEL 1: Aplicación Profesional de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Empresa		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	8	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
		4
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
4		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Investigación de Mercados e Insights		

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

NIVEL 3: Gestión de Empresas Publicitarias		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	4	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**
4		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Capacidad de formular y gestionar un proyecto en el ámbito de la comunicación, sea éste de Publicidad, de Relaciones públicas y/o de Marketing, dominando sus procesos, metodologías y métodos de evaluación.

- Conocimiento de las bases para poder organizar y gestionar una empresa en el ámbito de la comunicación.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia se estructura en dos asignaturas en este módulo: *Desarrollo de Proyectos* y *Gestión de Empresas Publicitarias: Business Management*.

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

La primera forma al alumno en los conocimientos imprescindibles para desarrollar un proyecto empresarial, lo que facilita la ideación y la implementación del Trabajo Final de Grado y dota al estudiante de las bases para acometer futuros proyectos profesionales, propios o para terceros.

La segunda asignatura, por contra, se sienta las bases para la correcta gestión de una agencia de publicidad u organización equivalente en el ámbito de la comunicación (gabinete de Relaciones Públicas, estudio de diseño, consultora de comunicación estratégica, etc.).

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG7 - El estudiante ha de ser capaz de utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación como herramientas básicas y habituales de trabajo, y aprovechar todas sus potencialidades a la hora de desarrollar actividades propias de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - El estudiante ha de saber emplear las bases teóricas de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing

CE3 - El estudiante debe ser capaz de manejar los instrumentos conceptuales y profesionales de la publicidad y las relaciones públicas para el ejercicio de los distintos ámbitos de la profesión

CE7 - El estudiante debe saber valerse de los procesos, los perfiles y las estructuras de las empresas anunciantes, los medios de comunicación y las agencias de publicidad y de relaciones públicas para desarrollar su labor profesional.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	80	100
Estudio y trabajo individual	40	0
Trabajo en grupo	50	50
Presentaciones en clase	30	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

Ejercicios individuales

Ejercicios en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	20.0	20.0
Evaluación de ejercicios en grupo	20.0	20.0
Evaluación de presentaciones en clase	20.0	20.0

NIVEL 2: Comunicación Aplicada Avanzada

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	16

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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**
8	8	
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Seminario VII (Rol Agencia-Anunciante I)		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	8	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**
8		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Seminario VIII (Rol Agencia-Anunciante II)		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	8	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**
	8	
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer los roles de los distintos perfiles profesionales que operan en la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing, en el contexto de casos prácticos que reproducen la dinámica de trabajo que se establece en el mundo real profesional.

- Capacidad de trabajar en grupo y dar respuesta satisfactoria, de forma efectiva y eficiente, a los encargos y objetivos marcados dentro de la dinámica antes mencionada.

5.5.1.3 CONTENIDOS

En los seminarios que se cursan en este módulo se desarrolla una actividad práctica centrada en los perfiles profesionales que se pueden ejercer en agencias o departamentos de marketing y comunicación de empresas, instituciones u organizaciones, experiencia que se puede complementar con unas prácticas optativas (que constan en el Módulo 9).

Mediante las experiencias acumuladas en los seminarios VI y VII, los estudiantes desarrollan los distintos roles profesionales que se encontrarán en una agencia de publicidad y/o relaciones públicas y en una central de medios: desde el área creativa (redactores, directores de arte...) hasta el área de gestión (ejecutivo de cuentas, director de cuentas...), pasando por áreas como planificación estratégica, producción (gráfica y audiovisual) o medios (online y offline). Si hacemos referencia a los roles profesionales en el anunciante, los estudiantes podrán experimentar la actividad de puestos tales como responsable de comunicación (corporativa y/o comercial), *product manager, trade marketing*, responsable de promociones, *community manager*, etc.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG4 - El estudiante ha de ser capaz de articular discursos argumentativos razonados y de plantear juicios críticos, a partir de datos e informaciones relevantes.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT3 - El estudiante ha de ser capaz de colaborar con otros para alcanzar objetivos comunes, mediante la incorporación a grupos de trabajo ya existentes o bien siendo capaz de crear grupos propios.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE2 - El estudiante debe saber aplicar los procesos y procedimientos creativos de la publicidad con el fin de aplicarlos a la propuesta, desarrollo y presentación de productos comunicativos propios de las actividades profesionales del Grado.

CE3 - El estudiante debe ser capaz de manejar los instrumentos conceptuales y profesionales de la publicidad y las relaciones públicas para el ejercicio de los distintos ámbitos de la profesión

CE4 - El estudiante debe ser capaz de aplicar la teoría del marketing en la implementación del plan de marketing y en el proceso de la comunicación de las marcas, las instituciones o las organizaciones

CE5 - El estudiante debe ser capaz de planificar los medios de comunicación como canal para la transmisión de mensajes a los distintos públicos objetivos para realizar los planes de medios de forma eficiente y eficaz.

CE6 - El estudiante ha de demostrar capacidad para elaborar y aplicar una estrategia de comunicación que le permita organizar todo el proceso que va desde los objetivos de comunicación y la aplicación de dichos objetivos en una campaña de publicidad y/o relaciones públicas

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Seminarios	150	100
Estudio y trabajo individual	50	0
Trabajo en grupo	150	50
Presentaciones en clase	50	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Ejercicios individuales

Ejercicios en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de ejercicios individuales	10.0	10.0

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Evaluación de ejercicios en grupo	60.0	60.0
Evaluación de presentaciones en clase	30.0	30.0
5.5 NIVEL 1: Especialización Multidisciplinar		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Estrategia y Gestión de la Publicidad		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	3	3
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
3	3	
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Dirección de Arte		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	3	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Estrategia de Contenidos Digitales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
		3
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Marketing Digital		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	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**
3		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Técnicas creativas y procesos de producción		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	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**
	3	
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
- Conocer técnicas y procesos de creación para el diseño de un trabajo gráfico y su producción. - Conocer el comercio electrónica (e-commerce) como un modelo de comercialización para productos y servicios. - Saber aplicar el marketing en la comunicación digital aprovechando el conocimiento de los nuevos medios.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Esta materia se compone de 4 materias de 3 créditos cada una de ellas, que están relacionadas con las técnicas creativas y su producción, la dirección de arte, la gestión de contenidos en el ámbito digital y el marketing digital. Las asignaturas se engloban dentro de la especialización multidisciplinar, y se complementan a las materias básicas y obligatorias que los alumnos cursan en el resto de módulos.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG7 - El estudiante ha de ser capaz de utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación como herramientas básicas y habituales de trabajo, y aprovechar todas sus potencialidades a la hora de desarrollar actividades propias de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - El estudiante ha de saber emplear las bases teóricas de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing		

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CE2 - El estudiante debe saber aplicar los procesos y procedimientos creativos de la publicidad con el fin de aplicarlos a la propuesta, desarrollo y presentación de productos comunicativos propios de las actividades profesionales del Grado.		
CE3 - El estudiante debe ser capaz de manejar los instrumentos conceptuales y profesionales de la publicidad y las relaciones públicas para el ejercicio de los distintos ámbitos de la profesión		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Clases teóricas	180	100
Estudio y trabajo individual	60	0
Trabajo en grupo	60	50
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Ejercicios individuales		
Ejercicios en grupo		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	30.0	30.0
Evaluación de ejercicios en grupo	30.0	30.0
NIVEL 2: Estrategia y Gestión de las Relaciones Públicas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	3	3
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
3	3	
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Comunicación Corporativa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	3	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Gestión de contenidos digitales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	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**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Marketing Digital		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
3		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Estrategias de las Relaciones Públicas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	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**
	3	
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

- Conocer las estrategias utilizadas en las Relaciones Públicas y conocer cómo se aplican.
- Realizar estrategias de Relaciones Públicas.
- El alumno sabrá definir proyectos de Comunicación Corporativa a partir de temas que contribuyan al conocimiento.
- Conocer el comercio electrónico (e-commerce) como un modelo de comercialización para productos y servicios.
- Saber aplicar el marketing en la comunicación digital aprovechando el conocimiento de los nuevos medios.

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

5.5.1.3 CONTENIDOS
Esta materia se compone de 4 materias de 3 créditos cada una de ellas, que están relacionadas con las estrategias de las Relaciones Públicas, la Comunicación Corporativa, la gestión de contenidos en el ámbito digital y el marketing digital. Las asignaturas se engloban dentro de la especialización multidisciplinar, y se complementan a las materias básicas y obligatorias que los alumnos cursan en el resto de módulos.
5.5.1.4 OBSERVACIONES
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG7 - El estudiante ha de ser capaz de utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación como herramientas básicas y habituales de trabajo, y aprovechar todas sus potencialidades a la hora de desarrollar actividades propias de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE1 - El estudiante ha de saber emplear las bases teóricas de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing
CE3 - El estudiante debe ser capaz de manejar los instrumentos conceptuales y profesionales de la publicidad y las relaciones públicas para el ejercicio de los distintos ámbitos de la profesión
CE5 - El estudiante debe ser capaz de planificar los medios de comunicación como canal para la transmisión de mensajes a los distintos públicos objetivos para realizar los planes de medios de forma eficiente y eficaz.
CE6 - El estudiante ha de demostrar capacidad para elaborar y aplicar una estrategia de comunicación que le permita organizar todo el proceso que va desde los objetivos de comunicación y la aplicación de dichos objetivos en una campaña de publicidad y/o relaciones públicas
CE7 - El estudiante debe saber valerse de los procesos, los perfiles y las estructuras de las empresas anunciantes, los medios de comunicación y las agencias de publicidad y de relaciones públicas para desarrollar su labor profesional.
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	180	100
Estudio y trabajo individual	60	0
Trabajo en grupo	60	50

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES
Clase magistral
Ejercicios individuales
Ejercicios en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen escrito	40.0	40.0
Evaluación de ejercicios individuales	30.0	30.0
Evaluación de ejercicios en grupo	30.0	30.0

NIVEL 2: Creatividad Audiovisual

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
ECTS NIVEL 2	12

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	3	3
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

3	3	
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Dirección de Arte		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
	3	
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Estrategia de Contenidos Digitales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
		3
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Fundamentos del Guión		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	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**
3		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Técnicas creativas y procesos de producción		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Optativa	3	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**
	3	
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

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

LISTADO DE MENCIONES
No existen datos

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Comprender los contenidos narrativos de la comunicación
- Capacidad para comprender, planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos en la realización de productos audiovisuales
- Comprender los recursos básicos de construcción narrativa de un producto audiovisual.
- Conocer técnicas y procesos de creación y recursos técnicos o humanos necesarios para el diseño de producción integral de un trabajo audiovisual.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia se compone de 4 materias de 3 créditos cada una de ellas, que están relacionadas con los fundamentos del guión, la realización de Televisión, la producción audiovisual y las principales técnicas creativas. Las asignaturas se engloban dentro de la especialización multidisciplinar, y se complementan a las materias básicas y obligatorias que los alumnos cursan en el resto de módulos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG7 - El estudiante ha de ser capaz de utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación como herramientas básicas y habituales de trabajo, y aprovechar todas sus potencialidades a la hora de desarrollar actividades propias de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - El estudiante ha de saber emplear las bases teóricas de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing

CE2 - El estudiante debe saber aplicar los procesos y procedimientos creativos de la publicidad con el fin de aplicarlos a la propuesta, desarrollo y presentación de productos comunicativos propios de las actividades profesionales del Grado.

CE3 - El estudiante debe ser capaz de manejar los instrumentos conceptuales y profesionales de la publicidad y las relaciones públicas para el ejercicio de los distintos ámbitos de la profesión

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	180	100
Estudio y trabajo individual	60	0
Trabajo en grupo	60	50

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

Ejercicios individuales

Ejercicios en grupo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

No existen datos		
5.5 NIVEL 1: Practicum		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Practicum		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	**RAMA**	**MATERIA**
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	**ECTS OBLIGATORIAS**	**ECTS BÁSICAS**
6	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
		12
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
6		
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Prácticas Externas Obligatorias		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Obligatoria	12	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	**ECTS Semestral 2**	**ECTS Semestral 3**
ECTS Semestral 4	**ECTS Semestral 5**	**ECTS Semestral 6**
		12
ECTS Semestral 7	**ECTS Semestral 8**	**ECTS Semestral 9**
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

NIVEL 3: Prácticas Externas Optativas		
5.5.1.1.1 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**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
- Conocimiento de la realidad profesional de los sectores de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing - Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de la empresa. - Capacidad de integrarse en un entorno de trabajo profesional. - Capacidad para aprender las dinámicas profesionales y los sistemas de comunicación de la empresa		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Las pra#cticas externas suponen un primer contacto directo del estudiante con el a#mbito profesional donde aplicar los conocimientos que van adquiriendo en la universidad. Estas prácticas externas se realizan de forma obligatoria en primer lugar, y los alumnos que lo deseen pueden hacerlo, complementariamente, de forma optativa. Las pra#cticas obligatorias se realizan una vez que el alumno ha adquirido en materias anteriores buena parte de las aptitudes de la profesio#n. El estudiante tiene que demostrar que sabe integrarse en un equipo de trabajo profesional en el cual completara# su formacio#n y pondra# sus capacidades al servicio de la empresa que lo acoge. Todos los alumnos realizan las prácticas obligatorias del semestre 6 y pueden realizar adicionalmente las prácticas optativas del semestre 7.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG7 - El estudiante ha de ser capaz de utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación como herramientas básicas y habituales de trabajo, y aprovechar todas sus potencialidades a la hora de desarrollar actividades propias de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT3 - El estudiante ha de ser capaz de colaborar con otros para alcanzar objetivos comunes, mediante la incorporación a grupos de trabajo ya existentes o bien siendo capaz de crear grupos propios.		
CT4 - El estudiante ha de ser capaz de adaptarse a los cambios conceptuales, instrumentales y laborales a partir de la formación recibida.		

CSV: 98024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CT5 - El estudiante ha de ser capaz de incorporarse y de adaptarse a las dinámicas de los ámbitos laborales propios de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE8 - El estudiante debe tener la capacidad de adaptación a los entornos laborales de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing desde el conocimiento de los procesos de la profesión y a partir de las actitudes profesionales inherentes a los perfiles laborales propios del Grado		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	**HORAS**	**PRESENCIALIDAD**
Estudio y trabajo individual	10	0
Prácticas externas	290	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje por inmersión en actividad profesional		
Concienciación del autoaprendizaje y de las necesidades formativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Autoevaluación y evaluación de memorias de tutorización	20.0	20.0
Evaluación de actitudes y de procedimientos de aprendizaje	40.0	40.0
Evaluación de agentes externos a la Facultad	40.0	40.0
5.5 NIVEL 1: Trabajo Final de Grado		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Trabajo Final de Grado		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
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	6	
ECTS Semestral 10	**ECTS Semestral 11**	**ECTS Semestral 12**
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	
NIVEL 3: Trabajo Final de Grado		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	**ECTS ASIGNATURA**	**DESPLIEGUE TEMPORAL**
Trabajo Fin de Grado / Máster	12	Anual

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Anual 1	**ECTS Anual 2**	**ECTS Anual 3**
ECTS Anual 4	**ECTS Anual 5**	**ECTS Anual 6**
12		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	**CATALÁN**	**EUSKERA**
Sí	Sí	No
GALLEGO	**VALENCIANO**	**INGLÉS**
No	No	No
FRANCÉS	**ALEMÁN**	**PORTUGUÉS**
No	No	No
ITALIANO	**OTRAS**	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El estudiante será capaz de idear, planificar y ejecutar proyectos comunicativos, gracias a la identificación y la utilización de fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de esta disciplina.

El estudiante tendrá la habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de su investigación, en primera instancia, y de su proyecto, después, oralmente, por escrito, a través de contenidos audiovisuales o digitales conforme a los cánones de la comunicación.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Esta materia está dedicada exclusivamente a la asignatura *Trabajo Final de Grado*. Consiste en la creación de un proyecto profesional en el sector de la Publicidad, las Relaciones Públicas y/o el Marketing. El estudiante debe idear y desarrollar una iniciativa viable y susceptible de convertirse en una estrategia de comunicación, una campaña, un relanzamiento de producto/marca/organización, etc. implementable en el mundo real. De hecho, algunos de estos trabajos están llamados a convertirse en proyectos concretos que salgan al mercado y funcionen en él con normalidad.

El Trabajo Final de Grado, que se plasma a lo largo de ambos semestres del cuarto curso de la carrera (con 6 ECTS obligatorios por semestre), lleva al alumno a aplicar los conocimientos adquiridos y las habilidades específicas propias de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing, a través de un proyecto equiparable a los planteados en el mundo profesional, incluyendo la línea de la auto-ocupación o de la emprendeduría.

En consecuencia, el Trabajo Final de Grado (en adelante TFG) presenta una doble naturaleza:

- Es un proyecto que debe vehicular y aplicar los contenidos académicos propios de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.
- Al entenderse como un proyecto profesional, debe ser viable desde el punto de vista empresarial (es decir, factible en el mercado de la comunicación), en la línea del entorno de una organización, de las iniciativas de auto-ocupación o las de emprendedores empresariales.

Esta doble naturaleza (contenidos académicos de grado/viabilidad profesional) marca el proceso de desarrollo del TFG dentro del módulo al cual está adscrito.

Al llevarlo a cabo, los estudiantes deben tener:

- Conciencia de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación comunicativa.
- Capacidad de definir temas de investigación que puedan contribuir al conocimiento.
- Capacidad de identificar y utilizar fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la comunicación.
- Capacidad para la ideación, planificación y ejecución de proyectos comunicativos.
- Habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, conforme a los cánones de las disciplinas de comunicación.
- Habilidad para el manejo académico de las tecnologías comunicativas.

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

- Capacidad para el trabajo en equipo.

En cuanto a su metodología, el TFG es un trabajo en equipos de 3-4 miembros, cuya composición deberá ser aprobada, así como la temática, por el profesor responsable de la definición de los distintos proyectos. Cada equipo cuenta con el apoyo de un profesor que actúa como director o tutor de proyecto, que será responsable del asesoramiento y acompañamiento técnico durante el proceso de elaboración del TFG.

El TFG consta de dos partes:

- Una inicial, de anteproyecto, centrada en el primer semestre, en la que cada grupo de estudiantes deberá definir el objeto de su trabajo a partir del análisis y la investigación de las necesidades/oportunidades del mercado comunicativo. Esta fase finaliza con la presentación y aprobación del anteproyecto del TFG.

- Una segunda, de desarrollo del proyecto resultante, que se realiza a lo largo del segundo semestre. Para pasar a esta segunda fase, el grupo deberá haber aprobado la primera. Es decir, si un proyecto es suspendido en el primer semestre, en la evaluación del anteproyecto, no podrá desarrollarse en el segundo. Esta segunda etapa finaliza con la presentación y aprobación del proyecto ya concluido en su fase de desarrollo.

El proceso de orientación al estudiante para la elaboración del TFG se activa ya en el segundo semestre de tercer curso, a través de la convocatoria de una reunión informativa que tiene por objeto familiarizar a los estudiantes con la naturaleza de los proyectos y facilitar, así, el proceso de creación de los grupos. Los responsables del grado son los encargados de llevar a cabo este primer proceso de orientación al estudiante, así como de la presentación de la estructura, la metodología, el calendario y otros aspectos formales que se realiza al empezar el cuarto curso.

Juegan también un papel relevante los profesores de la asignatura de *Desarrollo de proyectos*, que forman un equipo de acompañamiento que otorga coherencia y coordinación interna al proceso de orientación del estudiante en las primeras etapas del TFG. En el marco de esta asignatura se introducen los aspectos técnicos, prácticos y conceptuales para plantear el proyecto. Por otro lado, los directores de proyecto serán los encargados de delimitar los calendarios establecidos para la presentación de las propuestas de grupo y la determinación del tema por parte de los estudiantes. Estas propuestas serán supervisadas por un comité técnico (formado por los coordinadores y el director del grado) que validan y registran las propuestas para evitar duplicidades o detectar posibles incongruencias entre el diseño de los proyectos y los objetivos y competencias básicas que debe cubrir el TFG.

A la vez que los estudiantes sientan las bases de viabilidad profesional de su TFG, deben trabajar los contenidos concretos de su especialidad académica necesarios para su proyecto, aprovechando para ello cualquier asignatura o seminario que consideren importante. Al trabajar en equipos de 3-4 estudiantes, los grupos pueden decidir una especialización interna: cada integrante del grupo puede centrarse en un aspecto de los contenidos, de manera que el grupo puede tener distintas fuentes o asesorías entre los respectivos profesores en función de las necesidades.

En los plazos estipulados, los grupos deberán presentar sus proyectos a los responsables del grado, que validarán la oportunidad de las ideas presentadas.

Los anteproyectos del primer semestre serán evaluados por sus respectivos directores/tutores y, además, por un tribunal técnico formado por tres profesores del grado, que analizarán y juzgarán la viabilidad/la calidad de los proyectos, y harán las propuestas de mejora académicas y de mercado que consideren oportunas (por si los alumnos y su director consideraran procedente aplicarlas en el proyecto resultante). De la ponderación de las notas de ambas instancias (director/tutor y tribunal) saldrá la nota de la fase inicial de anteproyecto. Si los trabajos no son presentados en los tiempos y formatos requeridos, se suspenderá la asignatura de TFG.

En caso de que el proyecto sea aprobado, el director del proyecto del primer semestre será el encargado de hacer el seguimiento de su desarrollo en el segundo semestre. También será el responsable de detectar y canalizar las posibles incidencias que puedan producirse en este proceso. Y si el proyecto no es aprobado, el grupo deberá repetir los procedimientos en el siguiente curso.

La evaluación positiva del proyecto final dependerá igualmente de la aprobación tras la presentación ante un tribunal y de la evaluación del propio director. Sin embargo, en este caso el tribunal tiene un carácter profesional, al estar formado por dos actores externos, procedentes del sector de la comunicación, y por un único profesor del grado.

El principio básico de evaluación es que todo estudiante tendrá una nota individual, fruto de la combinación de dos variables: el trabajo en grupo y la tarea concreta desarrollada por el estudiante dentro del grupo. Igualmente, y aplicando criterios de evaluación continua: no se podrá evaluar únicamente el resultado final, sino que habrá que añadir valoraciones del desarrollo del proyecto y de las aptitudes y actitudes puestas en práctica por el estudiante durante la evolución del TFG.

Los responsables del grado crearán una base de datos en la que se hará constar todos los TFGs, que sirva de guía para el desarrollo de futuros TFGs, así como de fuente de conocimiento sobre los temas trabajados por los alumnos.

Por otro lado, y con tal de salvaguardar sus proyectos, los alumnos firman al matricularse de las asignaturas *Trabajo Final de Grado I* y *Trabajo Final de Grado II* un documento que protege su propiedad intelectual de posibles copias o apropiaciones ilícitas de sus ideas.

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Toda esta información acerca de los TFGs proviene de una guia específica sobre esta asignatura, que está a disposición tanto de los profesores como de los estudiantes, como también lo está el programa de la asignatura, que podrá consultarse online, como ha sucedido hasta ahora en todos los grados de nuestro centro.

Además, con la nueva titulación se prevé crear un repositorio virtual para que quien lo desee pueda acceder *online* a los TFGs que hayan sido aprobados, con el objetivo de fomentar la relación entre empresas, organizaciones, otros centros docentes, etc. y nuestra Facultad.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG3 - El estudiante ha de ser capaz de comunicarse de forma fluida y eficaz, tanto oralmente como por escrito, en las lenguas habituales del ejercicio profesional de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

CG4 - El estudiante ha de ser capaz de articular discursos argumentativos razonados y de plantear juicios críticos, a partir de datos e informaciones relevantes.

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - El estudiante ha de ser capaz de trabajar de forma autónoma y con capacidad de autoorganización, como forma de alcanzar la plena madurez intelectual.

CT3 - El estudiante ha de ser capaz de colaborar con otros para alcanzar objetivos comunes, mediante la incorporación a grupos de trabajo ya existentes o bien siendo capaz de crear grupos propios.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE9 - El estudiante debe tener la capacidad de planear, organizar, desarrollar y defender un Trabajo Final de Grado relacionado con los ámbitos de la Publicidad, las Relaciones Públicas o el Marketing, atendiendo a las condiciones necesarias de rigor académico, y a partir de la integración de los conocimientos adquiridos a lo largo del Grado

CE11 - El estudiante ha de ser capaz de buscar, organizar y manejar documentación, tanto de fuentes primarias como secundarias, en los ámbitos propios de Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Estudio y trabajo individual	100	0
Trabajo en grupo	140	0
Tutorías	50	100
Presentaciones en clase	10	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Aprendizaje orientado a proyectos

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de proyectos, informes, memorias	40.0	40.0
Evaluación de actitudes y de procedimientos de aprendizaje	20.0	20.0
Evaluación de agentes externos a la Facultad	40.0	40.0

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	**Categoría**	**Total %**	**Doctores %**	**Horas %**
Universidad Ramón Llull	Catedrático de Universidad	1.8	100	1,8
Universidad Ramón Llull	Profesor Titular	11.6	100	11,2
Universidad Ramón Llull	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	86.6	43.3	87

PERSONAL ACADÉMICO

Ver Apartado 6: Anexo 1.

6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS

Ver Apartado 6: Anexo 2.

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

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

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS

TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
70	15	90

CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		

Justificación de los Indicadores Propuestos:

Ver Apartado 8: Anexo 1.

8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS

Progreso y resultados de aprendizaje

A) En el marco de la Universidad Ramon Llull

La Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna, como centro universitario integrado en la Universidad Ramon Llull, participa activamente de las líneas/acciones estratégicas transversales diseñadas por la URL para concretar los mecanismos con los que seguir el progreso y los resultados de aprendizaje de nuestros estudiantes. Dichas líneas/acciones estratégicas son las siguientes:

1. Primera acción estratégica global

La globalidad de centros de la Universidad Ramon Llull, de acuerdo con sus raíces histórico#metodológicas, siempre ha dado una gran importancia a este aspecto del ¿seguimiento¿ del proceso y de los resultados de aprendizaje de nuestros estudiantes, mediante la puesta en marcha, de forma regular, de procesos específicos para ello, así como mediante devoluciones parciales a nuestros alumnos de su rendimiento académico, y la realización de Juntas de Evaluación de centro, en las que precisamente se revisan dichos aspectos de aprendizaje de forma individual o colectiva, con el fin de poder establecer correctores de apoyo o de coordinación interna docente dirigidos a la mejora del aprendizaje de los estudiantes. En dichos procesos/órganos de seguimiento se incorporan también discrecionalmente agentes externos (*stakeholders*, expertos, colegios profesionales, etcétera) en diversos momentos de análisis o valoración. Todo ello, a grandes rasgos, se concreta en:

a) Presencia de *stakeholders* o expertos en los tribunales de evaluación final de los Trabajos de Fin de Grado, tal como aparece recogido en el punto 5.5 de la presente memoria (en el apartado correspondiente al módulo ¿Trabajo de Fin de Grado¿).

b) Participación activa y reglamentada de representantes autorizados de las empresas que acogen estudiantes en prácticas en las labores de tutorización y evaluación de dichas prácticas, tal como aparece recogido en el punto 5.5 de la presente memoria (en el apartado correspondiente al módulo ¿Pràcticum¿).

c) A petición específica y discrecional de cada una de las Facultades de la Universidad Ramon Llull, junto con la red de Gabinetes de Promoción Profesional y de las distintas Bolsas de Trabajo, así como con la colaboración de *stakeholders* pertenecientes a diferentes ámbitos profesionales, se diseñan y aplican periódicamente diversos tipos de cuestionarios/pruebas para valorar la adquisición de competencias, tanto de los estudiantes que se encuentran en el meridiano de sus estudios de Grado (al acabar el segundo curso), como de los estudiantes ya titulados inscritos en las Bolsas de Trabajo de sus respectivos centros, en las asociaciones de antiguos alumnos, o que continúan su formación con estudios de máster y de doctorado.

2. Segunda acción estratégica global

Desde la Unidad de Calidad e Innovación Académico-Docente de la URL (UQIAD-URL), y concretamente desde su área de Estudios Analíticos y de Prospectiva Universitaria, se realiza un estudio trianual sobre la inserción laboral de nuestros titulados, valorando no sólo el índice de ocupación, sino también su nivel de satisfacción respecto a su puesto de trabajo y su satisfacción respecto a la adecuación de la formación recibida en la titulación que cursó.

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Igualmente la Universidad participa en los estudios de inserción laboral que realiza AQU Catalunya de manera periódica, en los que se integran todos los estudiantes del sistema universitario catalán, y que analizan la calidad de la inserción laboral de los graduados tres años después de haber finalizado sus carreras universitarias.

Estos estudios nos aportan información muy importante que será utilizada por los distintos centros como fuente para la mejora de los planes de estudio y de los diferentes aspectos pedagógico-didácticos que lo componen (currículum, sistemas de evaluación, metodologías, etcétera), al mismo tiempo que nos permite valorar el impacto diferido de nuestros programas formativos en nuestros beneficiarios, los estudiantes.

3. Tercera acción estratégica global

También desde el área de Estudios Analíticos y de Prospectiva de la UQIAD-URL se realizan estudios bianuales sobre la satisfacción de nuestros estudiantes de primer y último curso de todas las titulaciones impartidas en la Universidad, así como de su adecuación a sus expectativas de aprendizaje iniciales. Por consiguiente, a partir de la aplicación de estos cuestionarios se obtiene también información, no sólo del nivel de satisfacción de los estudiantes respecto a temas relacionados con los servicios e infraestructuras de los centros, sino también sobre la autopercepción de su aprendizaje, la aplicabilidad y utilidad de los conocimientos adquiridos, y su satisfacción global sobre la formación recibida en la titulación en curso.

4. Cuarta acción estratégica global

Los centros harán llegar anualmente a la UQIAD-URL un informe en el que quede reflejado el estado de implementación de la titulación en sus diferentes ámbitos. Evidentemente, este informe deberá contener datos referentes al progreso y a la evolución de los estudiantes, e incluirá resultados sobre la evolución de la tasa de permanencia, de rendimiento, de eficiencia, así como cualquier otra consideración que los centros consideren relevante sobre este aspecto.

Finalmente, hay que destacar la promoción y el nuevo impulso que tanto los servicios centrales de la Universidad como desde los mismos centros se le está dando a la elaboración de proyectos y de estudios enfocados a la mejora de la formación y del rendimiento académico de nuestros estudiantes. Ejemplo de ello es la implicación de nuestros centros en proyectos de mejora educativa (alguno de ellos financiados por la misma administración autonómica) que tienen como objetivo conocer, analizar y valorar la relación entre las metodologías empleadas y la adquisición de competencias de nuestros alumnos (elaboración de guías de competencias, participación en proyectos subvencionados de mejora de la calidad docente, etcétera), así como la participación en los diferentes programas de evaluación de titulaciones que se realicen por parte de agencias externas de calidad, tanto de ámbito nacional como autonómico.

Toda esta información nos permite analizar los indicadores de calidad relacionados con la evaluación y el progreso de nuestros alumnos, y por tanto poder valorar y revisar periódicamente la consecución de los estándares de calidad académico-docente definidos para nuestra institución.

B) En el marco de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de Relaciones Internacionales Blanquerna

Aparte de la participación activa en estas líneas/acciones estratégicas generales y comunes, la Facultad de Comunicación Blanquerna ha desarrollado también un conjunto de procedimientos específicos destinados al seguimiento del progreso y de los resultados de aprendizaje de los estudiantes, adaptando para ello directrices generales de la universidad, en unos casos, y creando mecanismos propios en otros casos.

Para ello, la Facultad ha establecido tres niveles diferentes con los que obtener la información necesaria que nos permita analizar de manera rigurosa y documentada todos los progresos en el aprendizaje de los estudiantes. En concreto, estos tres niveles son los siguientes:

a) La percepción desde la estructura académica de la Facultad

Tal como se explica en la presente memoria, la unidad académica en la que se concretan las competencias y los resultados de aprendizaje es la asignatura, que es donde se desarrollan y se evalúan. Por ello, la asignatura es el primer y fundamental referente a la hora de establecer la estrategia para recolectar indicadores del progreso de los estudiantes.

Para ello, se establecen dos vías fundamentales:

¿Recogida de datos de los resultados académicos de nuestros estudiantes. Las principales tasas que se tendrán en cuenta para hacer el seguimiento son la tasa de abandono, la de graduación y la de eficiencia. Pero también marcamos un numero de créditos mínimo para pasar de segundo a tercer curso: si un estudiante no ha superado un mínimo de 29 créditos ECTS, entre primer y segundo curso, no puede matricularse de ninguna asignatura de tercero. El cálculo del % de créditos aprobados por curso y por grupos de asignatura, y las notas medias de los cursos y de los grupos de asignatura, también son datos que se analizan a la hora de hacer un seguimiento del aprendizaje de los estudiantes.

¿Valoraciones de los profesores del Grado, a través de sus informes de tutorización (en el caso de las asignaturas llamadas ¿Seminarios¿) o bien de las valoraciones realizadas por los equipos de profesores por asignaturas (en el resto de las asignaturas), mediante sus informes finales al acabar los respectivos semestres.

b) La percepción de los propios estudiantes

Cada semestre, los estudiantes responden una encuesta de valoración de cada una de les asignaturas en las que están matriculados. Estas encuestas están redactadas por la Unidad de Calidad y son comunes en toda la Universidad Ramon Llull. Las encuestas se responden vía web, y desde la Secretaría Académica y la Unidad de Calidad se realizan las acciones necesarias para conseguir que se responga al máximo número de ellas. Los índices de participación en las encuestas supera el 80%. Paralelamente, y sólo para los alumnos que realizan prácticas, los coordinadores de Prácticas realizan una encuesta de valoración de dichas prácticas. A todo esto hay que añadir los informes que periódicamente se realizan desde la Bolsa de Trabajo/Alumni. Estos informes se elaboran a partir de unas encuestas realizadas a los exalumnos de los últimos años de graduados. Registramos un elevado grado de participación por parte de exalumnos en estas encuestas, lo cual nos permite obtener unos resultados con alta fiabilidad. Finalmente, los estudiantes también hacen valoraciones directas de sus propios estudios y de la Facultad en las tutorías de los seminarios, que se reflejan en los informes de los tutores. Y en los informes que los delegados de curso realizan al finalizar el año académico, que sirven para evaluar su trabajo y su percepción del funcionamiento de la Facultad.

c) La percepción de agentes externos a la Facultad

Uno de los principales agentes externos que participan de la percepción del funcionamiento de la Facultad son los tutores externos de las prácticas. Hasta ahora, todos los estudiantes de la Facultad, dentro de los estudios de Comunicación, hacen prácticas obligatorias en tercer curso. El nuevo Grado de Relaciones Internacionales hará lo propio en el primer semestre del cuarto curso. En el caso de los tres grados de Comunicación, además hay que añadir alrededor de 600 plazas de prácticas más cubiertas a lo largo del curso con prácticas voluntarias (créditos optativos, en cuarto curso). Cada estudiante en prácticas tiene asignado un tutor de empresa que hace un seguimiento personalizado del alumno. Esto quiere decir que desde la Facul-

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

tad, al finalizar las prácticas, tenemos una evaluación individualizada de todos los estudiantes que es imprescindible para la evaluación final de esas prácticas. Se trata, pues, de uno de los datos más útiles y fiables para conocer la percepción externa de los resultados concretos de nuestra oferta docente, en este caso una percepción procedente del mundo de la empresa. En el caso del Trabajo de Fin de Grado, los profesionales y expertos procedentes del exterior de la Facultad se integran en los tribunales que evalúan, al acabar el curso, el resultado final de dichos trabajos. Las opiniones y las valoraciones de dichos profesionales / expertos quedan recogidas en los informes finales que elaboran los tribunales, y forman parte sustancial de la nota final del estudiante en su Trabajo de Fin de Grado.

De esta forma, el equipo docente del Grado (integrado por el director del Grado y los coordinadores de los seis módulos que lo componen) se garantiza la recogida sistemática y rigurosa de los datos que permiten comprobar el progreso de los estudiantes. Tal como se explica en el punto 5.1, la figura del coordinador del módulo es la pieza fundamental de la estructura organizativa del Grado: es la encargada de dar coherencia a los contenidos académicos de las materias y a las asignaturas que están encuadradas dentro de cada módulo, y también de las labores de supervisión general de todo lo concerniente a su módulo, tanto la adecuación de los instrumentos pedagógicos a la consecución de los objetivos del grado, como el seguimiento del progreso de los estudiantes.

En concreto, cada coordinador de módulo se encarga de recopilar, ordenar y analizar la información procedente de los tres ámbitos (o ¿percepciones¿) descritos anteriormente, en contacto con los tres públicos que intervienen en todo el proceso: estudiantes, profesores, agentes externos a la Facultad (en el caso de los módulos ¿Pràcticum¿ y ¿Trabajo de Fin de Grado¿), y a los que podemos añadir un cuarto elemento: el equipo docente del Grado. En este último nivel, el del equipo docente del Grado, se ponen en común los diferentes indicadores con el objetivo de analizar los instrumentos formativos transversales, en especial el desarrollo paulatino de la mayoría de competencias definidas en el punto 3 de la presente memoria, que se desarrollan a través de diferentes asignaturas del Grado; de esta manera, se pueden detectar carencias, duplicidades, conceptos y conocimientos mal aprendidos por el estudiante, etcétera, así como también todos aquellos aspectos que presenten un buen desarrollo y asimilación por parte del estudiante.

Con el objetivo de concretar al máximo todos estos procedimientos de seguimiento del progreso del estudiante, se generan una serie de informes en distintos niveles:

¿Los informes de tutorización del Seminario: permiten individualizar el seguimiento del progreso del estudiante mediante su participación activa en un proceso de autoevaluación; es decir, en el proceso por el que el estudiante se hace consciente de su aprendizaje mediante la detección de los problemas y la confirmación de la adquisición de los conocimientos, habilidades y actitudes establecidos para los resultados de aprendizaje.

Estos informes son entregados al coordinador de módulo.

¿Los informes de los respectivos equipos de asignatura, redactados por los profesores que imparten cada asignatura. En estos informes, los profesores analizan el desarrollo de la asignatura, la consecución de los objetivos, el resultado de la evaluación y ofrecen sugerencias de mejora en todos esos aspectos.

Estos informes son entregados al coordinador del módulo.

¿Los informes de las diferentes materias, en el caso de materias con más de una asignatura. Son elaborados por el coordinador del módulo, una vez analizados y debatidos los informes de las asignaturas que integran su módulo, con el objetivo de establecer el correcto desarrollo de las competencias presentes en las diferentes asignaturas que componen una materia, y la correcta distribución de los resultados de aprendizaje vinculados.

Estos informes son entregados al coordinador de módulo.

¿Los informes con los datos sobre las tasas anuales de éxito, abandono y graduación.

Estos informes son elaborados desde Secretaría Académica y se entregan al director de Grado.

¿Los informes anuales de valoración de la estancia en prácticas de los estudiantes, a partir de los indicadores que facilitan los tutores de los estudiantes, tanto en la Facultad (los profesores del Seminario VII) como de las empresas de acogida. En dichos informes se incluyen datos cuantitativos del tipo de prácticas realizadas (empresas, tipología, períodos, incidencias, etcétera) así como los resultados de las encuestas de satisfacción de los estudiantes de su período de prácticas, encuestas en las que incluyen elementos valorativos sobre el grado de adecuación de la formación recibida respecto al tipo de tareas profesionales que han desempeñado.

Estos informes son elaborados por el coordinador del módulo ¿Prácticum¿ y son entregados al director del grado y posteriormente presentados ante el Equipo Directivo de la Facultad.

¿Los informes anuales de valoración de los Trabajos de Fin de Grado, a partir de los indicadores facilitados por los tutores de los estudiantes (profesores del Seminario VIII). En estos informes se incluyen datos sobre la tipología de trabajos desarrollados por el estudiante y, sobre todo, sobre la calidad de los trabajos presentados y también sobre las carencias y/o fortalezas (detectadas por los tutores) de los estudiantes a la hora de afrontar la elaboración del Trabajo de Fin de Grado. También se incluyen, en forma de encuesta, las impresiones que dichos trabajos han generado en los miembros de los tribunales de evaluación procedentes del exterior de la Facultad.

Estos informes son elaborados por el coordinador del módulo ¿Trabajo de Fin de Grado¿ y son entregados al director del Grado.

¿Finalmente, el director del Grado, a partir de la información recibida por todos los informes anteriormente descritos, elabora un informe final, al finalizar cada curso académico, *que presenta al Equipo Directivo de la Facultad*, que es quien, finalmente, toma las decisiones oportunas en función de estas conclusiones con vistas a introducir las modificaciones pertinentes para mejorar todo el proceso académico.

¿En un último nivel, el decano de Facultad *informa al claustro de profesores* del análisis realizado curso a curso, y también debate en el claustro las modificaciones necesarias para mejorar la oferta docente del Grado.

A estos diferentes niveles de recolección y comunicación de los datos de seguimiento, podemos añadir otros elementos complementarios pero igualmente importantes:

¿Los informes que, anualmente, se elaboran desde Bolsa Trabajo sobre el seguimiento de inserción laboral de nuestros estudiantes, y sobre el tipo de perfiles profesionales requiridos por empresas y organismos internacionales. Estos informes, en ocasiones, se realizan en coordinación con la Unidad de Calidad e Innovación Académico-docente de la URL (UQIAD-URL).

Estos informes se entregan al director del Grado y se presentan ante el Equipo Directivo de la Facultad.

¿Los estudios bianuales sobre la satisfacción de nuestros estudiantes de primer y último curso realizados desde el área de Estudios Analíticos y de Prospectiva de la UQIAD-URL, tal como se ha explicado anteriormente.

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Los informes de estos estudios son entregados por el Rectorado de la URL al decano de la Facultad, y éste los presenta ante el Equipo Directivo.

¿Los informes que se elaboran a partir de las reuniones con los representantes de los estudiantes, los delegados de curso. En esta reuniones, además de constatar los problemas que puedan surgir en el día a día, también se debaten cuestiones derivadas del desarrollo del plan de estudios, para detectar carencias y problemas. A estas reuniones, por parte de la Facultad, acuden el secretario académico, el vicedecano de Relaciones con los Estudiantes y el vicedecano de Equipamientos y Tecnología; y, en ocasiones, a petición de los estudiantes y en función de la temática que se plantee, también puede asistir el director del Grado y/o un coordinador de módulo en concreto.

Los informes derivados de estas reuniones se entregan al director de Grado y al decano, y pueden ser objeto de presentación en Equipo Directivo.

¿Cada profesor de asignatura recibe, al finalizar el semestre, de forma estrictamente individual, los resultados de la encuesta-evaluación que sus estudiantes han realizado sobre los aspectos esenciales de la formación recibida. Estos resultados son confidenciales, y son preparados por la Unidad de Calidad de la Facultad, en coordinación con el secretario académico. Posteriormente, y a petición básicamente de cada profesor, el director del Grado puede comentar los resultados con el profesor para proponer vías de mejora en el caso de que sea necesario.

Este informe sólo lo recibe cada profesor, y posteriormente es utilizado por la Unidad de Calidad para poder elaborar los informes de evaluación del profesorado, dentro del programa Docentia.

Con todo ello, el equipo de coordinación docente de la Facultad creemos que puede tener los elementos de juicio necesarios para comprobar en cada momento el progreso y los resultados de aprendizaje, con el fin de ir adoptando las decisiones necesarias que garanticen la consecución óptima de los objetivos del Grado.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://www.blanquerna.edu/ca/fcc/coneix-la-facultat/garantia-de-qualitat

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN

CURSO DE INICIO	2015

Ver Apartado 10: Anexo 1.

10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

Durante la implementación del nuevo Grado, los alumnos que empezaron los estudios con el Plan Vigente (BOE núm. 7 (08/01/2003) seguirán con dicho plan. En cuanto a los estudiantes que repitan curso durante este período, se irán adaptando al nuevo plan en función del número de créditos que tengan pendientes.

A partir del curso 2019/2020, todos los alumnos con asignaturas pendientes del Plan Vigente tendrán que adaptarse al nuevo plan. Entonces se extinguirá el Plan Vigente y, en consecuencia, los títulos de Grado en Periodismo (MEC 2500114), Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (MEC 2500180) y Grado en Cine y Televisión (MEC 2500112).

Los estudiantes de planes anteriores al Plan Vigente ¿es decir, los de licenciatura¿ que quieran reanudar sus estudios, si lo hacen a partir del curso 2015/2016, se matricularán en el Plan Vigente a través de las pasarelas previstas en las primeras memorias de Grado.

A medida que se vaya implementando la nueva titulación, estos alumnos deberán matricularse en ella cuando las asignaturas pendientes pertenezcan mayoritariamente al nuevo plan.

A continuación se detallan en forma de cuadro las equivalencias (pasarelas) de adaptación al Plan Vigente. En primer lugar, las de aquellos estudiantes procedentes de licenciaturas al plan vigente; seguidamente, las de los alumnos del plan vigente al nuevo plan

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS					
		Adaptación del plan vigente			
Plan Licenciatura (Resolución de 29 de Agosto de 2003, BOE núm 224 de 18 de Septiembre de 2003)					
Asignaturas	**Créditos (BOE)**	**Asignaturas**	**Créditos (ECTS)**		
Historia Político-Social Contemporánea	5	Ha. Politico-social Contemporánea I y II	6		
Estética	5	Estética	6		
Introducción a la Comunicación Audiovisual	6	Introducción al Cine y Televisión	6		
Sociología General/Sociología de la Comunicación	10	Sociología General y de la Comunicación	6		
Introducción al Periodismo	5	Introducción al Periodismo	6		
Documentación Informativa	5	Gestión de la Información	6		
Seminario I	8	Seminario 1. Argumentación y Descrip.	8		
Ortografía y Gramática	5	Lengua	6		
Introducción a la Publicidad y las RR.PP	6	Introducción a la Publicidad y RR.PP.	6		
Tª de la Comunicación y la Información	5	Tª de la Comunicación y la Información	6		
Historia del Pensamiento Contemporáneo	5	Historia del Pensamiento Contemporáneo	6		
Inglés I	5	Inglés I	3		
Inglés II	5	Inglés II	3		

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Inglés III	5	Inglés III	3		
Inglés IV	5	Inglés IV	3		
Seminario II	10	Seminario 2. Narración	8		
Seminario III	10	Seminario 3. Comunicación Profesional	8		
Estadística Aplicada	5	Economía y Nociones Estadísticas	6		
Seminario IV	10	Seminario 4. Introducción Publicidad RP	8		
Derecho de la Información	5	Derecho de la Comunicación	6		
Creatividad Publicitaria I y II	10	Creatividad I y II	6		
Medios Publicitarios I y II	10	Medios Publicitarios I y II	6		
Teoría y Técnicas de las RP I y II	10	Teoria i Tècniques de les RP I y II	6		
Organización de Empresas Pub: Gestión de Agencia	5	Organización de Empresa Publicitarias	6		
Investigación y Metodología	5	Investigación y Metodología	4		
Ética de la Com/Cristianismo y Cult. Contemporáneo	10	Ética de la Comunicación I y II	6		
Seminario V: Entornos Profesionales	10	Seminario 5: Prácticas I	8		
Seminario VI: Prácticum	10	Seminario 6: Prácticas II	8		
Seminario VII: Especialización Profesional I	10	Seminario 7	8		
Seminario VIII: Especialización Profesional II	10	Seminario 8	8		
Nota: De las materias optativas, se convalidarán tantos créditos como se hayan realizado.					

GRADO EN PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y MÁRKETING					
Plan vigente		Adaptación del plan vigente			
Asignaturas	**Créditos**	**Asignaturas**	**Créditos**		
Ética de la Comunicación (I)	3	Ética de la Comunicación (I)	3		
Ética de la Comunicación (II)	3	Ética de la Comunicación (II)	3		
Historia del Pensamiento Contemporáneo	6	Historia del Pensamiento Contemporáneo	6		
Introducción al Cine y Televisión	6	Introducción Comunicación Audiovisual	6		
Introducción al Periodismo	6	Introducción al Periodismo y la Comunicación Corporativa	6		
Introducción Publicidad y RR.PP.	6	Introducción Publicidad, RR.PP. y Marketing	6		
Lengua	6	Lengua I. Lengua Catalana + Lengua II. Lengua Castellana + Lengua III. Tipologías textuales	9		
Seminario 1. Argumentación y Descrip.	8	Seminario I. Introducción a la Comunicación	8		
Seminario 2. Narración	8	Seminario II. Narración	8		
Sociología I. Sociología general	3	Sociología I. Sociología general	3		
Sociología II. Sociología de la Comunicación	3	Sociología II. Sociología de la Comunicación	3		
Tª de la Comunicación y la Información	6	Tª de la Comunicación y la Información	6		
Creatividad I	3	Conceptualización en Publicidad y Relaciones Públicas	3		
Derecho de la Comunicación	6	Derecho de la Comunicación	4		
Diseño Gráfico	2	Principios de Diseño	4		
Economía y Nociones Estadísticas	6	Introducción a la Economía	4		
Estética	6	Estética	4		
Fotografía	2	Lenguaje y técnica de la imagen y el sonido	3		
Gestión de la Información	6	Gestión de la Información	4		
Ha. Politicosocial Contemporània I	3	Hª Político-Social Contemporánea	3		
Ha. Politicosocial Contemporània II	3	Hª Político-Social Contemporánea	3		
Inglés I	3	Inglés I	3		
Inglés II	3	Inglés II	3		

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Inglés III	3	Inglés III	3		
Inglés IV	3	Inglés IV	3		
Investigación Motivacional	3	Planificación Estratégica en la Publicidad y las Relaciones Públicas: El Planner	3		
Investigación y Metodología	4	Desarrollo de Proyectos	3		
Marketing Estratégico y Relacional	6	Marketing Estratégico y Operacional	4		
Medios Publicitarios I	3	Técnicas de Planificación de Medios	3		
Medios Publicitarios II	3	Estrategia y Planificación de Medios	3		
Organización Empresa Publicitarias	6	Gestión de Empresas de la Publicidad y las Relaciones Públicas: Business Management	4		
Seminario 3. Comunicación Profesional	8	Seminario III. Comunicación Profesional	8		
Seminario 4. Introducción Publicidad RP	8	Seminario IV: Introducción a la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing	8		
Seminario 5: Prácticas I	8	Seminario V: Estrategia de la Comunicación I	8		
Seminario 6: Prácticas II	8	Seminario V: Estrategia de la Comunicación II	8		
Seminario 7	8	Seminario VII: Rol Agencia - Anunciante I	8		
Seminario 8	8	Seminario VIII: Rol Agencia - Anunciante II	8		
Teoria i Tècniques de les RP I	3	Teorías y Técnicas de las Relaciones Públicas	3		
Creatividad II	3	Optativa especialización interdisciplinar	3		
Dirección de Arte en Publicidad	4	Optativa especialización interdisciplinar	3		
Teoria i Tècniques de les RP II	3	Optativa especialización interdisciplinar	3		
Prácticas	12	Prácticas externas	12		
Sólo se podrán reconocer 6 créditos optativos de Cuarto que no sean de especialización multidisciplinar por créditos optativos del plan antiguo. En cuanto a las optativas de especialización multidisplinar, las asignaturas que no consten en este cuadro no gozarán de reconcomiento.					

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
2500180-08070076	Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Ramón Llull-Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna/Blanquerna School of Communication and International Relations/Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO

CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Decano	Marcos	Polo	López
DOMICILIO	**CÓDIGO POSTAL**	**PROVINCIA**	**MUNICIPIO**
Plaça Joan Corominas s/n	08001	Barcelona	Barcelona
EMAIL	**FAX**		
MarcosPL@blanquerna.url.edu	932533099		

11.2 REPRESENTANTE LEGAL

CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Vicerrectora de Ordenación y Calidad Académica	ELISABET	GOLOBARDES	RIBÉ
DOMICILIO	**CÓDIGO POSTAL**	**PROVINCIA**	**MUNICIPIO**
c. Claravall, 1-3	08022	Barcelona	Barcelona
EMAIL	**FAX**		

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

vicerectorat.docencia@url.edu	936022249		
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Apartado 11: Anexo 1.			
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
CARGO	**NOMBRE**	**PRIMER APELLIDO**	**SEGUNDO APELLIDO**
Responsable del área del vicerrectorado de política académica	Anna	Cervera	Vila
DOMICILIO	**CÓDIGO POSTAL**	**PROVINCIA**	**MUNICIPIO**
c. Claravall, 1-3	08022	Barcelona	Barcelona
EMAIL	**FAX**		
vicerectorat.docencia@url.edu	936022249		

RESOLUCIÓN AGENCIA DE CALIDAD / INFORME DEL SIGC

Resolución Agencia de calidad / Informe del SIGC: Ver Apartado Resolución Agencia de calidad/Informe del SIGC: Anexo 1.

CSV: 980241573493775864687757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 2: Anexo 1

Nombre : Justificacion Grado PUB_RP_MK.pdf

HASH SHA1 : 88FB7AC4BA21C3961D52AF1BAEE61AA790CFB091

Código CSV : 152137036013665600822940

Ver Fichero: Justificacion Grado PUB_RP_MK.pdf

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 4: Anexo 1

Nombre : Acceso y admisión de estudiantes.pdf

HASH SHA1 : EC289347A626FD30A4B672BCF9FAAADDE57815EB

Código CSV : 152136824129748026491207

Ver Fichero: Acceso y admisión de estudiantes.pdf

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 5: Anexo 1

Nombre : fitxa_mod_no_sustancials_PUB.pdf

HASH SHA1 : 2C7B64893CE14E3B91FCBA95956CBF22E071A11F

Código CSV : 955776064148467833640238

Ver Fichero: fitxa_mod_no_sustancials_PUB.pdf

CSV: 980241573493775864687 57 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 6: Anexo 1

Nombre : Pers. académ. del Grado de Pub, RP y Mk DEF.pdf

HASH SHA1 : B8F1D401088F41635DD2FA8AD25BBD1E9553BCFC

Código CSV : 163150353818961661829259

Ver Fichero: Pers. académ. del Grado de Pub, RP y Mk DEF.pdf

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 6: Anexo 2

Nombre : 6.2. Otros recursos humanos.pdf

HASH SHA1 : AA0C949FEFF4BBC7CBC62216D5F0AA22B37DCBD7

Código CSV : 145580524798474239015823

Ver Fichero: 6.2. Otros recursos humanos.pdf

CSV: 980241573493775864687 57 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 7: Anexo 1

Nombre : 7. Recursos materiales y servicios.pdf

HASH SHA1 : C0C535B1CEB8C8C37BB766AA9646EAC595749F56

Código CSV : 145580976635084307726062

Ver Fichero: 7. Recursos materiales y servicios.pdf

CSV: 980241573493775864687 57 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 8: Anexo 1

Nombre : Indicadores punto 8.1.pdf

HASH SHA1 : 4CEC0FB7175DA24F5C6FCF6205F69D7FF7CE7EF7

Código CSV : 143248259533416797098741

Ver Fichero: Indicadores punto 8.1.pdf

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 10: Anexo 1

Nombre : Cronograma de implementación.pdf

HASH SHA1 : D9C8070AF501A57B471E8B33C2B100D54EFD9B6E

Código CSV : 142612647157186435560419

Ver Fichero: Cronograma de implementación.pdf

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado 11: Anexo 1

Nombre : Copia simple OR.05.22.02567_1.pdf

HASH SHA1 : DE6045F490CCB1C55104DAC1441BDE08E5E3ED27

Código CSV : 829131336608760867142944

Ver Fichero: Copia simple OR.05.22.02567_1.pdf

CSV: 998024157349377586468757 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Apartado Resolución Agencia de calidad/Informe del SIGC: Anexo 1

Nombre : InformeMotivatModificacioNoSubstancialCentreAcreditat_Grau_Publicitat_V3_29_1_25.pdf

HASH SHA1 : FD60F1D5E11C606FE4EDCCBBDF6B6DDEA4632F81

Código CSV : 946506884166239665287517

Ver Fichero: InformeMotivatModificacioNoSubstancialCentreAcreditat_Grau_Publicitat_V3_29_1_25.pdf

CSV: 980241573493775864687 57 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

CSV: 980241573493775864687 57 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es