

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 de Girona		Facultad de Turismo	17015011
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Grado		Publicidad y Relaciones Públicas	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Girona			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas		No	
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN	
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Josep Maria Gómez Pallarès		Jefe del Gabinete de Planificación y Evaluación	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		46221735S	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Sergi Bonet Marull		Rector	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		40292120F	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Sergi Bonet Marull		Rector	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		40292120F	
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
Pl. Sant Domènec, 3		17071	Girona
E-MAIL		PROVINCIA	TELÉFONO
gpa@udg.edu		Girona	690637547
			FAX
			972418031

3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

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

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

	En: Girona, AM 18 de diciembre de 2015
	Firma: Representante legal de la Universidad

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Girona	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

NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

AGENCIA EVALUADORA

Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya

UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad de Girona

LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
043	Universidad de Girona

LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	60	12
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
30	126	12

LISTADO DE MENCIONES

MENCIÓN	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

1.3. Universidad de Girona

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
17015011	Facultad de Turismo

1.3.2. Facultad de Turismo

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL	A DISTANCIA
Sí	No	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	TERCER AÑO IMPLANTACIÓN
80	80	80
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	TIEMPO COMPLETO	

80	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	60.0	60.0
RESTO DE AÑOS	60.0	75.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	30.0	59.0
RESTO DE AÑOS	24.0	59.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
https://www.udg.edu/estudia/Informacioacademica/Normatives/Permanenciaiprogressioenestudisdegrau/tabid/13309/language/es-ES/Default.aspx		
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	

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
CG-5 - Leer, comprender y comentar textos científicos.
CG-6 - Analizar los hechos a partir de una guía externa, identificando las causas y expresando la opinión personal de forma sintética.
CG-3 - Trabajar en equipo manifestando capacidad para lograr el rol que se pide en cada contexto desarrollando vínculos que potencien la cooperación.
CG-7 - Evaluar la propia actividad y el propio aprendizaje y elaborar estrategias para mejorarlos.
CG-8 - Diferenciar puestos de trabajo en función de las posibilidades que ofrece el mercado -local y global- y de las competencias propias
CG-9 - Analizar situaciones complejas y diseñar estrategias para resolverlas, individualmente y en equipo.
CG-10 - Utilizar el ingenio y la creatividad para encontrar soluciones adecuadas a problemas inéditos.
CG-11 - Interpretar las actuaciones del ámbito disciplinar propio que tienen incidencia en las personas y o en el medio
CG-12 - Elaborar diferentes propuestas de actuación que puedan dar respuesta situaciones éticamente comprometidas.
CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.
CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
No existen datos
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE-1 - Contrastar las estructuras y los procesos informativos y comunicativos, así como las principales corrientes y teorías de la comunicación de masas
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.
CE-3 - Describir los principales componentes estructurales de todos los sectores implicados en la comunicación publicitaria y en las relaciones públicas
CE-4 - Analizar e investigar procesos y estructuras de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.
CE-5 - Distinguir los comportamientos en la comunicación social.
CE-6 - Emplear las tecnologías del lenguaje audiovisual en medios convencionales y no convencionales
CE-7 - Planificar y ejecutar un plan de empresa, de márketing o de rodaje
CE-8 - Relacionar los objetivos de las empresas en relación con la tipología de sus productos, así como su distribución, precio y comunicación para conseguir mayor eficacia y eficiencia

CE-9 - Diseñar, ejecutar y controlar los proyectos de publicidad y relaciones públicas de productos y servicios de las organizaciones.
CE-10 - Analizar, desde una vertiente crítica, los diferentes factores que conforman la relación entre las distintas empresas de comunicación, especialmente entre las de comunicación publicitaria y los anunciantes, y entre las relaciones públicas y los públicos
CE-11 - Comparar las principales variables que configuran los roles de las audiencias y los públicos
CE-12 - Operar las diversas estrategias publicitarias surgidas con los nuevos formatos narrativos
CE-13 - Diferenciar y utilizar todos los elementos visibles y no visibles que constituyen una Imagen
CE-14 - Aplicar los diferentes mecanismos y elementos de construcción de un guión atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de producción.
CE-15 - Escoger y aplicar las técnicas de las relaciones públicas en función de los objetivos de un proyecto de comunicación y relaciones públicas.
CE-16 - Clasificar los elementos estructurales y funcionales de la Web 2.0 y 3.0

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo I.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

No existen.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

Con independencia de las actuaciones específicas de cada centro docente y titulación, que se explicitan más adelante, la Universitat de Girona ofrece a sus estudiantes de grado una página web del Plan de Acción Tutorial que contiene una guía para el cambio de estudios, una herramienta de auto-evaluación de competencias y un portafolio.

<https://www.udg.edu/estudia/Formacio/Pladacciotutorial/tabid/19807/language/es-ES/Default.aspx>

En la docencia del espacio europeo de educación superior, EEES, el estudiante toma un papel más relevante del que ya tenía. Se pone énfasis en la centralidad de su figura. Es el estudiante quien debe aprender a aprender. El nuevo papel del profesor es el de guía, una suerte de acompañante en el proceso de aprendizaje. Para ello deberá proponer al estudiante actividades y retos para que éste pueda adquirir de la forma más óptima posible, las competencias propias de los estudios que está cursando.

Guiar a los estudiantes es un proceso que ocupa los 4 años del Grado y que se sostendrá a base de tutorías, de diferentes modalidades, que tienen como finalidad concienciar a los alumnos de sus propios logros, sus retos y sus necesidades formativas para conseguirlos. La tutoría puede servir para facilitar a los alumnos su integración en el Grado, para orientarlos hacia su futuro laboral, pero sobre todo para poder trabajar conceptos y competencias de una forma reducida y lo máximo de individualizada posible, garantizando un aprendizaje más cercano y por tanto más efectivo.

Así pues, entendemos que los tres objetivos están íntimamente relacionados.

Procedimientos de acogida, orientación y apoyo a los estudiantes

El objetivo de los procedimientos de acogida es facilitar la incorporación de los nuevos estudiantes a la Universidad en general y a la titulación en particular. Los procedimientos de acogida para los estudiantes de nuevo acceso que se contemplan en la Facultad son:

Jornadas de acogida

Los responsables de las Jornadas de Acogida son del equipo de decanato junto con el Coordinador de estudios.

Son diversas sesiones (entre 3 i 4 días según calendario) que incluyen entre otros aspectos explicaciones sobre:

- Ubicación física de los estudios dentro de la Facultad de Turismo (aulas, laboratorios docentes, aulas de informática, etc.).
- Objetivos formativos de la titulación. Motivación para cursar los estudios.
- Estructuración de los estudios.
- Importancia del aprendizaje autónomo.
- Importancia de los resultados del estudio (notas) para estudios posteriores o acceso a becas, plazas de residencia, etc.
- Servicios de la Universidad: sala de ordenadores, correo electrónico, Internet, intranet y toda la red informática a disposición de los estudiantes para que la utilicen con finalidad exclusivamente académica.
- La biblioteca y sus recursos
- Presentación con más detalle de lo que el estudiante puede encontrar en la intranet docente de la UdG: ¿La Meva UdG?
- Información de las normas de permanencia y de gestión académica.
- Visita del entorno.
- Información de actividades extracurriculares y de vida universitaria

Dossier informativo para los estudiantes de nuevo acceso

En estas jornadas de acogida se entrega al estudiante la guía de cada estudio que contiene:

- Información general de la Facultad (responsables y direcciones de secretaría académica de la Facultad, coordinación de estudios, sección informática, conserjería, biblioteca, delegación de estudiantes, servicio de fotocopias, Servicio de Lenguas Modernas, planos de la Facultad, etc.).
- Información sobre los órganos de gobierno de la Facultad de Turismo (organigrama, comisiones con representación de los estudiantes, etc.).
- Información académica (plan de estudios, calendario académico, estructura y horarios de las unidades de aprendizaje, etc.).
- Información de los recursos tecnológicos a disposición de los estudiantes de la UdG (web institucional, La Meva UdG, intranet docente, catálogo de servicios informáticos, correo electrónico, etc.).
- Planos de ubicación e información del edificio
- Apartado final de preguntas más frecuentes

Consulta del expediente académico del alumno

Los estudiantes podrán consultar su expediente académico en red con información sobre las unidades de aprendizaje que están cursando y su currículum, con un resumen gráfico de los créditos superados y pendientes, clasificados por tipos de créditos en la titulación, y de las calificaciones provisionales y definitivas.

Los estudiantes podrán tramitar, a través de su expediente virtual, algunos trámites académicos como la anulación de convocatorias y el reconocimiento de actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación. Una vez finalizados los estudios, también podrán proceder a la petición en red de la Certificación Académica Personal y el Título Oficial.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	30

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	36

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	30

Reconocimiento de créditos cursados en enseñanzas superiores no universitarias:

Mínimo __0__ Máximo 30

Reconocimiento de créditos cursados en títulos propios:

Mínimo __0__ Máximo 36

En concreto se plantea para

Graduat en Comunicació i Relacions Públiques ¿1996 (título propio) - 315115196

Graduat en Comunicació i Relacions Públiques - 1998 (título propio) ¿ 315115198

Reconocimiento de créditos cursados por acreditación de experiencia laboral y profesional:

Mínimo __0__ Máximo (15%) 30

Los campos de trabajo del profesional pueden ser tan amplios que resultaría restrictivo cerrar una lista concreta de posibles reconocimientos. A continuación se detallan las principales asignaturas que son susceptibles de ser reconocidas por experiencia laboral y profesional. Según la profesión acreditada se determinan entre estas asignaturas las que se pueden reconocer. En algunos casos muy concretos podrían llegar a ser susceptibles de reconocimiento algunas otras asignaturas del grado.

Comunicación interna i externa

•

Documentación y gestión de datos

- Escrituras y lenguajes audiovisuales
- Estrategias de creación de marca y de campaña
- Expresión escrita y técnicas de comunicación oral
- Expresión gráfica aplicada a la Publicidad y las Relaciones Públicas
- Fundamentos del Marketing
- Gestión de la imagen corporativa y casos de Relaciones Públicas
- Identidad digital y desarrollo de entornos virtuales
- Introducción y técnica del diseño gráfico
- Marketing en la era digital
- Marketing estratégico y operativo
- Narrativa y guion audiovisual
- Organización de eventos
- Procesos y técnicas creativas publicitarias
-
- Técnicas de producción audiovisual I
- Técnicas de producción audiovisual II
- Técnicas de producción audiovisual III
- Teoría de la imagen
-
- Prácticas adicionales

Sistema previsto para la transferencia y el reconocimiento de créditos:

De acuerdo con lo que establecen los artículos 6 y 13 del Real decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, se procederá a la transferencia de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales universitarias cursados previamente siempre que no hayan conducido a la obtención de un título oficial y al reconocimiento de los obtenidos en materias de formación básica de la misma rama de conocimiento, atendiendo, sin embargo, a lo que pueda establecer el Gobierno sobre condiciones de los planes de estudios que conduzcan a títulos que habiliten para el ejercicio de actividades profesionales y a las necesidades formativas de los estudiantes.

También podrán ser objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en enseñanzas universitarias oficiales que acrediten la consecución de competencias y conocimientos asociados a materias del plan de estudios, con la condición de que los reconocimientos solo pueden aplicarse a las asignaturas o módulos definidos en el plan de estudios, y no a partes de estos.

En todos los casos de reconocimiento de créditos procedentes de enseñanzas universitarias oficiales habrá que trasladar la calificación que corresponda, ponderándola si hace falta. El procedimiento para el reconocimiento de créditos se iniciará de oficio teniendo en cuenta los expedientes académicos previos de los estudiantes que acceden a la titulación. La identificación de la existencia de expedientes académicos previos la garantiza el sistema de preinscripción y asignación de plazas establecido para las universidades públicas en Cataluña.

En virtud de lo que establece el artículo 12.9 del Real decreto 1393/2007, los estudiantes podrán obtener hasta seis créditos de reconocimiento académico por la participación en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación que la Universidad de Girona identificará para cada curso académico.

Los estudiantes que no lleven a cabo actividades que les permitan el reconocimiento académico mencionado podrán obtener los créditos requeridos para la finalización de los estudios cursando más créditos optativos.

A los estudiantes también se les podrán reconocer créditos correspondientes a asignaturas cursadas en programas de movilidad. Será posible el reconocimiento de asignaturas con competencias no coincidentes con las asignaturas optativas previstas siempre que el convenio que regule la actuación así lo explicita.

4.5 CURSO DE ADAPTACIÓN PARA TITULADOS

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS
Ver Apartado 5: Anexo 1.
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS
Asistencia a actividades o visitas externas
Búsqueda y gestión de información
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate
Elaboración de trabajos e informes
Estudio individual autónomo
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal
Lectura/comentario de textos
Prácticas en empresas e instituciones
Prueba de evaluación
Resolución de ejercicios
Co-evaluación y autoevaluación
Trabajo de Final de Grado
Clase expositiva
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES
Aprendizaje basado en problemas/proyectos
Estudios de casos
Portfolio y e-portfolio
Uso de rúbricas
Clases expositivas
Aprendizaje colaborativo y cooperativo
Estudio, recensiones, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes
Lectura comprensiva de textos
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto
Clases dinámicas y participativas
Prácticas externas
Tutorías
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios
Elaboración de Trabajos/proyectos
Exposición y defensa de estudiantes
Informe tutor empresa
Prueba de Evaluación
Tutoría
Co-evaluación y autoevaluación
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas
5.5 NIVEL 1: Fundamentos de la Comunicación
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1
NIVEL 2: Fundamentos e historia de la comunicación

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
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
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
16/RA.C.G.5.. Interpretar adecuadamente el contenido científico de un artículo		
35/RA.CE.1. Identificar la evolución histórica de los procesos de información y comunicación.		
30/RA.CG.11.. Predecir el impacto personal o social de las decisiones tomadas en el ámbito profesional		
74/RA.CE.6: Distinguir con claridad los diversos soportes en los que se manifiestan los medios de comunicación.		
41/RA.CE.10. Reconocer los rasgos que identifican las empresas de Comunicación		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
La génesis de la prensa de masas. La revolución de la modernidad. La expansión de las redes de comunicación. La democratización de la palabra y de la imagen. Estructura de los medios de comunicación.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-5 - Leer, comprender y comentar textos científicos.		
CG-11 - Interpretar las actuaciones del ámbito disciplinar propio que tienen incidencia en las personas y o en el medio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		

CE-1 - Contrastar las estructuras y los procesos informativos y comunicativos, así como las principales corrientes y teorías de la comunicación de masas		
CE-6 - Emplear las tecnologías del lenguaje audiovisual en medios convencionales y no convencionales		
CE-10 - Analizar, desde una vertiente crítica, los diferentes factores que conforman la relación entre las distintas empresas de comunicación, especialmente entre las de comunicación publicitaria y los anunciantes, y entre las relaciones públicas y los públicos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Teoría de la Comunicación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
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

GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
36/RA.CE.1. Interpretar adecuadamente los discursos mediáticos aplicando las teorías de la comunicación de masas.		
6/RA.G.2. Presentar oralmente las conclusiones de trabajos propios o ajenos, en la lengua propia.		
18/RA.C.G.6.. Argumentar la toma de decisiones oralmente o por escrito, teniendo en cuenta los criterios apropiados.		
71/RA.CE.5. Formular el concepto de comunicación social sin caer en sus significados erróneos		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Aproximación teórica a las principales corrientes de pensamiento que analizan la comunicación en general y especialmente la publicitaria e institucional. Diferentes modelos comunicativos. Recepción. Teoría de los usos y las gratificaciones. Estudios culturales.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-6 - Analizar los hechos a partir de una guía externa, identificando las causas y expresando la opinión personal de forma sintética.		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-1 - Contrastar las estructuras y los procesos informativos y comunicativos, así como las principales corrientes y teorías de la comunicación de masas		
CE-5 - Distinguir los comportamientos en la comunicación social.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Métodos de investigación en comunicación		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
68/RA.CE.4. Analizar procesos de investigación y comentar de forma argumentada el nivel de adecuación de las metodologías utilizadas.		
15/RA.CG.4. Seleccionar y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación más adecuadas a los objetivos estratégicos que se persiguen.		
19/RA.C.G.6.. Identificar los objetivos a perseguir ante una situación dada y establecer la secuencia de trabajo hasta su consecución.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		

Aproximación a las bases estructurales de cualquier investigación en comunicación. Introducción y descripción de las principales herramientas de técnicas cuantitativas y técnicas cualitativas.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-6 - Analizar los hechos a partir de una guía externa, identificando las causas y expresando la opinión personal de forma sintética.

CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-4 - Analizar e investigar procesos y estructuras de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.6	100
Elaboración de trabajos e informes	10	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	3	100
Resolución de ejercicios	12.5	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	7.9	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Aprendizaje basado en problemas/proyectos

Estudios de casos

Clases expositivas

Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes

Lectura comprensiva de textos

Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica

Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0

5.5 NIVEL 1: Expresión gráfica y producción audiovisual

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Técnicas de producción audiovisual I		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
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
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
22/RA.C.G.8.. Realizar un listado sobre las tareas laborales que se desempeñan en un puesto de trabajo determinado.		
88/RA.CE.6. Utilizar tecnologías vinculadas con el video		
12/RA.CG.3. Analizar sesiones de trabajo en equipo para identificar vías de mejora del liderazgo aplicado.		
77/RA.CE.7. Analizar casos similares (benchmarking) para evitar errores estratégicos.		
79/RA.CE.7. Planificar, organizar y controlar la elaboración y el desarrollo del plan.		
89/RA.CE.6. Utilizar tecnologías vinculadas con la fotografía		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Introducción a la teoría y la práctica de las tecnologías usadas para procesar, elaborar y transmitir en los principales medios audiovisuales. Conceptos básicos de realización audiovisual. Componentes y usos de la cámara de vídeo. Captación y edición y postproducción de vídeo y audio. Elementos del lenguaje fotográfico. Edición y postproducción de vídeo y de audio. Introducción al lenguaje sonoro y a los principios comunicacionales de la acústica.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-3 - Trabajar en equipo manifestando capacidad para lograr el rol que se pide en cada contexto desarrollando vínculos que potencien la cooperación.		

CG-8 - Diferenciar puestos de trabajo en función de las posibilidades que ofrece el mercado -local y global- y de las competencias propias		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-6 - Emplear las tecnologías del lenguaje audiovisual en medios convencionales y no convencionales		
CE-7 - Planificar y ejecutar un plan de empresa, de márketing o de rodaje		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
NIVEL 2: Introducción y técnica del diseño gráfico		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ingeniería y Arquitectura	Expresión Gráfica
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
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
23/RA.C.G.8.. Describir las competencias asociadas unas tareas laborales determinadas.		
89/RA.CE.6. Utilizar tecnologías vinculadas con la fotografía		
5/RA.CG.1. Promover planes por un futuro sobre el desarrollo sostenible que permita avanzar hacia una nueva ética política y empresarial.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Principios básicos del diseño. Conocimiento teórico y práctico de los principales programas de diseño gráfico usados por profesionales de la publicidad y las relaciones públicas.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-8 - Diferenciar puestos de trabajo en función de las posibilidades que ofrece el mercado -local y global- y de las competencias propias		
CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-6 - Emplear las tecnologías del lenguaje audiovisual en medios convencionales y no convencionales		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	9.5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Portfolio y e-portfolio		

Clases expositivas		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Expresión gráfica aplicada a la Publicidad y las Relaciones Públicas		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
89/RA.CE.6. Utilizar tecnologías vinculadas con la fotografía		
20/RA.C.G.7.. Ser capaz de construir, ejecutar y evaluar proyectos aplicando la autocritica tanto en un entorno analógico como digital.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Realización de diferentes elementos gráficos con finalidades publicitarias o institucionales. Merchansiding. Nuevas tendencias y necesidades online en el diseño gráfico.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-7 - Evaluar la propia actividad y el propio aprendizaje y elaborar estrategias para mejorarlos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-6 - Emplear las tecnologías del lenguaje audiovisual en medios convencionales y no convencionales		

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.6	100
Elaboración de trabajos e informes	10	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	3	100
Resolución de ejercicios	12.5	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
NIVEL 2: Técnicas de producción audiovisual III		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No

ITALIANO		OTRAS	
No		No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3			
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE			
26/RA.C.G.9.. Tener en cuenta la complejidad de la realidad y gestionarla con decisión			
57/RA.CE.16. Distinguir virtudes y amenazas de la Web 2.0			
4/RA.CG.1. Valorar los recursos naturales y participar de un modelo de empresa cuyo objetivo se base en un desarrollo sostenible.			
83/RA.CE.8. Utilizar aplicaciones informáticas de investigación comercial, en especial, las aplicadas en el campo de la publicidad y de las relaciones públicas.			
60/RA.CE.16. Ser capaz de detectar fuentes documentales en Internet, medios de comunicación, blogs o redes sociales.			
5.5.1.3 CONTENIDOS			
Realización de proyectos comerciales e institucionales a partir de las últimas tendencias audiovisuales: Spots online, Banner, Skyscraper, Pop-up/Pop-under. Marqueting sonoro y sensorial, identidad acústica, Sonic branding.			
5.5.1.4 OBSERVACIONES			
5.5.1.5 COMPETENCIAS			
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES			
CG-9 - Analizar situaciones complejas y diseñar estrategias para resolverlas, individualmente y en equipo.			
CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social			
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES			
No existen datos			
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS			
CE-8 - Relacionar los objetivos de las empresas en relación con la tipología de sus productos, así como su distribución, precio y comunicación para conseguir mayor eficacia y eficiencia			
CE-16 - Clasificar los elementos estructurales y funcionales de la Web 2.0 y 3.0			
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS			
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD	
Búsqueda y gestión de información	15	0	
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.6	100	
Elaboración de trabajos e informes	10	0	
Estudio individual autónomo	15	0	
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100	
Lectura/comentario de textos	10	0	
Prueba de evaluación	3	100	
Resolución de ejercicios	12.5	100	
Co-evaluación y autoevaluación	10	0	
Clase expositiva	7.9	100	
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES			
Aprendizaje basado en problemas/proyectos			

Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Estudio, recensiones, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
NIVEL 2: Teoría de la imagen		
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
		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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
15/RA.CG.4. Seleccionar y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación más adecuadas a los objetivos estratégicos que se persiguen.		
50/RA.CE.13. Aplicar en la toma de decisiones acerca de la Imagen, todos los contenidos aprendidos en el transcurso de la asignatura.		
2/RA.CG.1. Valorar los recursos naturales y participar de un modelo de empresa cuyo objetivo se base en un desarrollo sostenible.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Función de la imagen a lo largo de la historia. Percepción visual y representación de la imagen. Análisis formal y semiótico de la imagen. Sociología de la imagen		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social		

CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-13 - Diferenciar y utilizar todos los elementos visibles y no visibles que constituyen una Imagen		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Uso de rúbricas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
NIVEL 2: Técnicas de producción audiovisual II		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
76/RA.CE.6. identificar y aplicar las tecnologías del lenguaje audiovisual. (BORRAR)		
28/RA.CG.10. Formular propuestas innovadoras, en la proposición de mejoras o en la resolución de situaciones de incertidumbre.		
79/RA.CE.7. Planificar, organizar y controlar la elaboración y el desarrollo del plan.		
53/RA.CE.14. Diferenciar entre el guion literario y técnico		
88/RA.CE.6. Utilizar tecnologías vinculadas con el video		
90/RA.CE.6. Utilizar tecnologías vinculadas con el audio		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Producción, realización y postproducción de formatos comerciales e institucionales sonoros y visuales para diferentes media online y offline. Radio arte. Podcasting.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-10 - Utilizar el ingenio y la creatividad para encontrar soluciones adecuadas a problemas inéditos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-6 - Emplear las tecnologías del lenguaje audiovisual en medios convencionales y no convencionales		
CE-7 - Planificar y ejecutar un plan de empresa, de márketing o de rodaje		
CE-14 - Aplicar los diferentes mecanismos y elementos de construcción de un guión atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de producción.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0

Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
5.5 NIVEL 1: Ciencias sociales aplicadas a la publicidad y las Relaciones Públicas		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Derecho y comunicación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Derecho
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
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

10/RA.G.2. Identificar, clasificar, priorizar y comunicar/se eficazmente con los diferentes públicos
69/RA.CE.4.Establecer de forma argumentada y crítica cuáles son las metodologías de investigación más convenientes de abordar en cada situación.
24/RA.C.G.8.. Diferenciar con claridad los atributos propios de cada puesto de trabajo.
86/RA.CE.9. Identificar las implicaciones legales, ecológicas, económicas, políticas y sociales de las propuestas.
18/RA.C.G.6.. Argumentar la toma de decisiones oralmente o por escrito, teniendo en cuenta los criterios apropiados.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Introducción al Derecho como fenómeno normativo social. Derecho y moral. Los principios generales como mecanismo de incorporación de la moral al Derecho. El lenguaje del Derecho. Conceptos básicos del derecho y fuentes del derecho. El derecho como a mecanismo de resolución de conflictos. La jerarquía normativa, los derechos fundamentales y sus mecanismos de protección. Introducción general al Derecho de la Comunicación. Libertad de información, libertad de expresión y su relación con los otros derechos fundamentales: en particular, los derechos al honor, a la intimidad y a la propia imagen. La protección de datos de carácter personal y la protección de la intimidad en entornos digitales. La contratación en el sector de la publicidad. Aspectos generales del contrato. Contratos publicitarios: contratos de creación, contratos de difusión y contratos de patrocinio.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-6 - Analizar los hechos a partir de una guía externa, identificando las causas y expresando la opinión personal de forma sintética.

CG-9 - Analizar situaciones complejas y diseñar estrategias para resolverlas, individualmente y en equipo.

CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-4 - Analizar e investigar procesos y estructuras de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.

CE-9 - Diseñar, ejecutar y controlar los proyectos de publicidad y relaciones públicas de productos y servicios de las organizaciones.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Estudios de casos

Clases expositivas

Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes

Lectura comprensiva de textos

Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Ética en la publicidad y las Relaciones Públicas		
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
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
26/RA.C.G.9.. Tener en cuenta la complejidad de la realidad y gestionarla con decisión		
86/RA.CE.9. Identificar las implicaciones legales, ecológicas, económicas, políticas y sociales de las propuestas.		
7/RA.G.2. Aplicar las estrategias propias de la comunicación persuasiva		
63/RA.CE.2. Relacionar los diversos elementos que confluyen en la gestión de la comunicación		
18/RA.C.G.6.. Argumentar la toma de decisiones oralmente o por escrito, teniendo en cuenta los criterios apropiados.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Los valores éticos de la publicidad. La ética de la corporate governance. Introducción a la responsabilidad social corporativa. Los targets protegidos. La pornografía visual. Deontología de las RP.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-6 - Analizar los hechos a partir de una guía externa, identificando las causas y expresando la opinión personal de forma sintética.		
CG-9 - Analizar situaciones complejas y diseñar estrategias para resolverlas, individualmente y en equipo.		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
CE-9 - Diseñar, ejecutar y controlar los proyectos de publicidad y relaciones públicas de productos y servicios de las organizaciones.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Uso de rúbricas		
Clases expositivas		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Fundamentos del Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
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
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
7/RA.G.2. Aplicar las estrategias propias de la comunicación persuasiva		
19/RA.C.G.6.. Identificar los objetivos a perseguir ante una situación dada y establecer la secuencia de trabajo hasta su consecución.		
43/RA.CE.11. Ser capaz de definir y aplicar en un estudio de audiencia todas las variables que inciden en el comportamiento de las audiencias.		
44/RA.CE.11. Tener presente las diferencias entre audiencia y público a la hora de diseñar una campaña de publicidad o de relaciones públicas.		
82/RA.CE.8. Definir los principales comportamientos del consumidor en relación a distintos entornos (analógico o digital).		
81/RA.CE.8. Definir los principales comportamientos del consumidor en relación a distintos bienes.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Introducción a los principales conceptos del marketing. Introducción a la empresa como organización social. Técnicas de investigación de mercados. Marketing de relaciones. Pirámide de clientes. DAFO. Elaboración de un plan de marketing.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-6 - Analizar los hechos a partir de una guía externa, identificando las causas y expresando la opinión personal de forma sintética.		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-8 - Relacionar los objetivos de las empresas en relación con la tipología de sus productos, así como su distribución, precio y comunicación para conseguir mayor eficacia y eficiencia		
CE-11 - Comparar las principales variables que configuran los roles de las audiencias y los públicos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD

Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Consumo y publicidad		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
10/RA.G.2. Identificar, clasificar, priorizar y comunicar/se eficazmente con los diferentes públicos		
7/RA.G.2. Aplicar las estrategias propias de la comunicación persuasiva		
78/RA.CE.7. Evaluar los mecanismos de control y seguimiento de un plan de empresa.		
79/RA.CE.7. Planificar, organizar y controlar la elaboración y el desarrollo del plan.		
16/RA.C.G.5.. Interpretar adecuadamente el contenido científico de un artículo		
37/RA.CE.1. Reconocer los efectos sociales y culturales de las teorías de la comunicación de masas		
72/RA.CE.5. Inferir las tipologías de conductas comunicativas siguiendo una guía ad hoc		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Sociología del consumo: Grupos sociales y consumo. Estructura social y consumo. El ocio del consumo. Psicología de la publicidad: Procesos psicológicos básicos (atención, percepción, memoria, motivación y emociones) y procesos psicológicos superiores (pensamiento y lenguaje) en la publicidad y persuasión a través de procesos comunicativos, cambio de actitudes y otros procesos psicosociales.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-5 - Leer, comprender y comentar textos científicos.		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-1 - Contrastar las estructuras y los procesos informativos y comunicativos, así como las principales corrientes y teorías de la comunicación de masas		
CE-5 - Distinguir los comportamientos en la comunicación social.		
CE-7 - Planificar y ejecutar un plan de empresa, de márketing o de rodaje		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0

Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Estudio, recensiones, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Marketing estratégico y operativo		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
26/RA.C.G.9.. Tener en cuenta la complejidad de la realidad y gestionarla con decisión		
40/RA.CE.10. Elaborar informes relativos al interés económico y empresarial que sustenten los proyectos de comunicación propuestos		
21/RA.C.G.7.. Saber adaptarse a nuevas situaciones que se puedan dar en el mundo profesional.		
31/RA.CG.11.. Planificar con sentido de la responsabilidad teniendo en cuenta las distintas sensibilidades de los agentes que concurren en el proyecto.		
34/RA.CG.12.. Elaborar, de manera autónoma, diferentes propuestas de actuación, que pueden dar respuesta a situaciones éticamente comprometidas.		

5.5.1.3 CONTENIDOS		
Evolución del marketing. Marketing estratégico: Definición, conceptos básicos y elementos centrales. Estrategia y táctica. Estrategias de marketing aplicadas a la comunicación. Macroentorno y microentorno . SWOT, Pest y análisis de las fuerzas competitivas. El concepto de rivalidad ampliada de Porter . Consumidor y targets. Segmentación. Producto y marca. Elementos del branding. Arquitectura de marca . Posicionamiento		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-7 - Evaluar la propia actividad y el propio aprendizaje y elaborar estrategias para mejorarlos.		
CG-9 - Analizar situaciones complejas y diseñar estrategias para resolverlas, individualmente y en equipo.		
CG-11 - Interpretar las actuaciones del ámbito disciplinar propio que tienen incidencia en las personas y o en el medio		
CG-12 - Elaborar diferentes propuestas de actuación que puedan dar respuesta situaciones éticamente comprometidas.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-10 - Analizar, desde una vertiente crítica, los diferentes factores que conforman la relación entre las distintas empresas de comunicación, especialmente entre las de comunicación publicitaria y los anunciantes, y entre las relaciones públicas y los públicos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/ audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Clases expositivas		
Estudio, reseñaciones, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0

Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
5.5 NIVEL 1: Lenguaje y narrativa audiovisual		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Expresión escrita y técnicas de comunicación oral		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
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
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
8/RA.G.2. Comprender las estructuras fonéticas, morfológicas, léxicas, sintácticas, semánticas, y pragmáticas de la lengua		
70/RA.CE.4.Ser capaz de detectar fuentes documentales en Internet, medios de comunicación, blogs o redes sociales.		
20/RA.C.G.7.. Ser capaz de construir, ejecutar y evaluar proyectos aplicando la autocritica tanto en un entorno analógico como digital.		
61/RA.CE.2. Descubrir las estrategias de comunicación atendiendo al contexto, el medio y los agentes implicados.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Elaboración y redacción de diferentes tipos de textos vinculados a la comunicación comercial, personal e institucional. Cómo construir un discurso persuasivo. Técnicas de oración de un discurso. Presentación, locución y Youtubers .		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-7 - Evaluar la propia actividad y el propio aprendizaje y elaborar estrategias para mejorarlos.		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		

No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
CE-4 - Analizar e investigar procesos y estructuras de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Portfolio y e-portfolio		
Uso de rúbricas		
Clases expositivas		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	40.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	60.0
Prueba de Evaluación	0.0	40.0
Tutoría	0.0	10.0
NIVEL 2: Narrativa y guión audiovisual		
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
		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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
9/RA.G.2. Comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios tradicionales, en sus formas combinadas (multimedia/audiovisual) o en soportes digitales, utilizando las tecnologías y técnicas más adecuadas en cada contexto.		
53/RA.CE.14. Diferenciar entre el guion literario y técnico		
3/RA.CG.1. Promover planes por un futuro sobre el desarrollo sostenible que permita avanzar hacia una nueva ética política y empresarial.		
79/RA.CE.7. Planificar, organizar y controlar la elaboración y el desarrollo del plan.		
45/RA.CE.12. Aplicar eficazmente los elementos narrativos a la construcción de un guion audiovisual.		
49/RA.CE.12. Planificar una estrategia de publicidad o de relaciones públicas teniendo en cuenta los ingredientes narrativos de la misma.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Introducción a los elementos propios de la narrativa audiovisual. Tipología y significado del montaje. El ritmo. El discurso audiovisual publicitario. Análisis del contenido del spot. El guión publicitario en TV y cine. Componentes del guión técnico, literario y story board. Elaboración de un guión audiovisual.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-7 - Planificar y ejecutar un plan de empresa, de márketing o de rodaje		
CE-12 - Operar las diversas estrategias publicitarias surgidas con los nuevos formatos narrativos		
CE-14 - Aplicar los diferentes mecanismos y elementos de construcción de un guión atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de producción.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0

Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Lectura comprensiva de textos		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	40.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	60.0
Prueba de Evaluación	0.0	40.0
Tutoría	0.0	10.0
NIVEL 2: Escrituras y lenguajes audiovisuales		
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
		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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
10/RA.G.2. Identificar, clasificar, priorizar y comunicar/se eficazmente con los diferentes públicos		

74/RA.CE.6. Distinguir con claridad los diversos soportes en los que se manifiestan los medios de comunicación.
11/RA.CG.3. Liderar el trabajo en equipo y valorar los procesos que se establecen y los roles que se desarrollan incorporando las modificaciones fruto de la reflexión compartida.
14/RA.CG.4. Identificar las tecnologías de la información y la comunicación analizando sus utilidades y sus puntos débiles con relación al ámbito de estudio.
42/RA.CE.11. Clasificar los targets de audiencia en función de las diversas variables.
49/RA.CE.12. Planificar una estrategia de publicidad o de relaciones públicas teniendo en cuenta los ingredientes narrativos de la misma.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Descriptor: Teoría y técnicas de la redacción audiovisual. Teoría y práctica del lenguaje televisivo y del lenguaje radiofónico aplicado a la publicidad y las RP. Prácticas de formatos comerciales televisivos y radiofónicos

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-3 - Trabajar en equipo manifestando capacidad para lograr el rol que se pide en cada contexto desarrollando vínculos que potencien la cooperación.

CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.

CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-6 - Emplear las tecnologías del lenguaje audiovisual en medios convencionales y no convencionales

CE-11 - Comparar las principales variables que configuran los roles de las audiencias y los públicos

CE-12 - Operar las diversas estrategias publicitarias surgidas con los nuevos formatos narrativos

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Estudios de casos

Uso de rúbricas

Clases expositivas

Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	0.0	50.0
Tutoría	0.0	10.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
5.5 NIVEL 1: Relaciones públicas		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Organización de eventos		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
13/RA.CG.3. Trabajar en equipo, valorar los procesos que se establecen y los roles que se desarrollan y analizar la gestión del tiempo.		
87/RA.CE.9. Prever estrategias de seguimiento sistematizado de los proyectos implementados.		
34/RA.CG.12.. Elaborar, de manera autónoma, diferentes propuestas de actuación, que pueden dar respuesta a situaciones éticamente comprometidas.		
20/RA.C.G.7.. Ser capaz de construir, ejecutar y evaluar proyectos aplicando la autocritica tanto en un entorno analógico como digital.		
70/RA.CE.4.Ser capaz de detectar fuentes documentales en Internet, medios de comunicación, blogs o redes sociales.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		

Conceptualización en la organización de eventos, objetivos y caracterización. Planificación, diseño y realización de un evento. Criterios de control previo, durante y análisis de los resultados. Tipologías de eventos publicitarios e institucionales. La organización de eventos y las redes sociales. Ejecución de un evento en role play y auditoría de monitorización.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-3 - Trabajar en equipo manifestando capacidad para lograr el rol que se pide en cada contexto desarrollando vínculos que potencien la cooperación.

CG-7 - Evaluar la propia actividad y el propio aprendizaje y elaborar estrategias para mejorarlos.

CG-12 - Elaborar diferentes propuestas de actuación que puedan dar respuesta situaciones éticamente comprometidas.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-4 - Analizar e investigar procesos y estructuras de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.

CE-9 - Diseñar, ejecutar y controlar los proyectos de publicidad y relaciones públicas de productos y servicios de las organizaciones.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.6	100
Elaboración de trabajos e informes	10	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	3	100
Resolución de ejercicios	12.5	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	7.9	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Aprendizaje colaborativo y cooperativo

Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica

Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia

Clases dinámicas y participativas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	40.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	60.0
Prueba de Evaluación	0.0	40.0
Tutoría	0.0	10.0

NIVEL 2: Fundamentos de las Relaciones Públicas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
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
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
10/RA.G.2. Identificar, clasificar, priorizar y comunicar/se eficazmente con los diferentes públicos		
56/RA.CE.15. Ser capaz de llevar a cabo proyectos de relaciones públicas innovadores atendiendo a los conceptos aprendidos en las asignaturas vinculadas a las RRPP.		
32/RA.CG.12.. Interpretar y aplicar los códigos deontológicos a la práctica profesional de la Publicidad y de las RRHH		
15/RA.CG.4. Seleccionar y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación más adecuadas a los objetivos estratégicos que se persiguen.		
64/RA.CE.3. Clasificar las características de la comunicación en las relaciones públicas		
16/RA.C.G.5.. Interpretar adecuadamente el contenido científico de un artículo		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Teoría e historia de las Relaciones Públicas. Procesos, estructuras organizativas y su evolución. Estudio y análisis de la naturaleza y las interrelaciones entre los sujetos de la comunicación persuasiva institucional.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-5 - Leer, comprender y comentar textos científicos.		
CG-12 - Elaborar diferentes propuestas de actuación que puedan dar respuesta situaciones éticamente comprometidas.		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		

CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-3 - Describir los principales componentes estructurales de todos los sectores implicados en la comunicación publicitaria y en las relaciones públicas		
CE-15 - Escoger y aplicar las técnicas de las relaciones públicas en función de los objetivos de un proyecto de comunicación y relaciones públicas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Uso de rúbricas		
Clases expositivas		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Gestión de la imagen corporativa y casos de Relaciones Públicas		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
28/RA.CG.10.. Formular propuestas innovadoras, en la proposición de mejoras o en la resolución de situaciones de incertidumbre.		
55/RA.CE.15. Gestionar los diferentes programas de comunicación y de relaciones públicas en situaciones de crisis reales o potenciales.		
50/RA.CE.13. Aplicar en la toma decisiones acerca de la Imagen, todos los contenidos aprendidos en el transcurso de la asignatura.		
83/RA.CE.8. Utilizar aplicaciones informáticas de investigación comercial, en especial, las aplicadas en el campo de la publicidad y de las relaciones públicas.		
32/RA.CG.12.. Interpretar y aplicar los códigos deontológicos a la práctica profesional de la Publicidad y de las RRHH		
33/RA.CG.12.. Identificar las actuaciones profesionales de la Publicidad y de las RRHH que tienen incidencia en las personas y/o el medio.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Identidad corporativa vs Imagen corporativa. Imagen, reputación y posicionamiento. La gestión de la identidad corporativa y la comunicación corporativa. El rol de los media clásicos y de los social media en la formación de la imagen corporativa. Casos RP.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-10 - Utilizar el ingenio y la creatividad para encontrar soluciones adecuadas a problemas inéditos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-8 - Relacionar los objetivos de las empresas en relación con la tipología de sus productos, así como su distribución, precio y comunicación para conseguir mayor eficacia y eficiencia		
CE-12 - Operar las diversas estrategias publicitarias surgidas con los nuevos formatos narrativos		
CE-13 - Diferenciar y utilizar todos los elementos visibles y no visibles que constituyen una Imagen		
CE-15 - Escoger y aplicar las técnicas de las relaciones públicas en función de los objetivos de un proyecto de comunicación y relaciones públicas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/ audición/estudios de casos, debate	6.5	100

Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	40.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	60.0
Prueba de Evaluación	0.0	40.0
Tutoría	0.0	10.0
NIVEL 2: Comunicación interna y externa		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

25/RA.C.G.8.. Reconocer las demandas del mercado laboral		
55/RA.CE.15. Gestionar los diferentes programas de comunicación y de relaciones públicas en situaciones de crisis reales o potenciales.		
39/RA.CE.10. Conocer los principios éticos asociados a la práctica de las empresas de comunicación.		
41/RA.CE.10. Reconocer los rasgos que identifican las empresas de Comunicación		
67/RA.CE.3. Diseñar y organizar campañas de relaciones públicas		
62/RA.CE.2. Formular los diversos paradigmas de comunicación y su pertinencia a la hora de analizar un proceso de comunicación.		
24/RA.C.G.8.. Diferenciar con claridad los atributos propios de cada puesto de trabajo.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Mecenazgo, patrocinio y fundraising. Relación con los medios de comunicación: comunicado o nota de prensa, conferencia o rueda de prensa, dossier de prensa. Estrategias y técnicas de la comunicación interna. Plataformas de comunicación interna. Documentos y fórmulas de comunicación interna en las organizaciones. La figura del DIRCOM. Fundamentos del diseño y ejecución de un plan de comunicación externa Integral.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-8 - Diferenciar puestos de trabajo en función de las posibilidades que ofrece el mercado -local y global- y de las competencias propias		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
CE-3 - Describir los principales componentes estructurales de todos los sectores implicados en la comunicación publicitaria y en las relaciones públicas		
CE-10 - Analizar, desde una vertiente crítica, los diferentes factores que conforman la relación entre las distintas empresas de comunicación, especialmente entre las de comunicación publicitaria y los anunciantes, y entre las relaciones públicas y los públicos		
CE-15 - Escoger y aplicar las técnicas de las relaciones públicas en función de los objetivos de un proyecto de comunicación y relaciones públicas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/ audición/estudios de casos, debate	6.6	100
Elaboración de trabajos e informes	10	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	3	100
Resolución de ejercicios	12.5	100

Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	7.9	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Clases expositivas		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	40.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	60.0
Prueba de Evaluación	0.0	40.0
Tutoría	0.0	10.0
NIVEL 2: Planificación estratégica de las Relaciones Públicas		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
29/RA.CG.10.. Identificar los riesgos que plantean las propuestas creativas.		
56/RA.CE.15. Ser capaz de llevar a cabo proyectos de relaciones públicas innovadores atendiendo a los conceptos aprendidos en las asignaturas vinculadas a las RRPP.		
80/RA.CE.8. Definir la demanda y los criterios de segmentación.		
84/RA.CE.8.Seleccionar y aplicar las técnicas y metodologías de análisis de la investigación comercial y publicitaria.		

67/RA.CE.3. Diseñar y organizar campañas de relaciones públicas
85/RA.CE.9. Aplicar la investigación en un proyecto de publicidad y de relaciones públicas.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Definición y características de un plan de RP. Modelos básicos de la planificación en RP. Etapas de un plan de RP. Evaluación de un plan de RP: la auditoría. Elaboración de un plan estratégico de relaciones públicas y de comunicación corporativa.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-10 - Utilizar el ingenio y la creatividad para encontrar soluciones adecuadas a problemas inéditos.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-3 - Describir los principales componentes estructurales de todos los sectores implicados en la comunicación publicitaria y en las relaciones públicas

CE-8 - Relacionar los objetivos de las empresas en relación con la tipología de sus productos, así como su distribución, precio y comunicación para conseguir mayor eficacia y eficiencia

CE-9 - Diseñar, ejecutar y controlar los proyectos de publicidad y relaciones públicas de productos y servicios de las organizaciones.

CE-15 - Escoger y aplicar las técnicas de las relaciones públicas en función de los objetivos de un proyecto de comunicación y relaciones públicas.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.6	100
Elaboración de trabajos e informes	10	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	3	100
Resolución de ejercicios	12.5	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	7.9	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Estudios de casos
Clases expositivas
Lectura comprensiva de textos
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia
Clases dinámicas y participativas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
-----------------------	--------------------	--------------------

Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	40.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	60.0
Prueba de Evaluación	0.0	40.0
Tutoría	0.0	10.0
NIVEL 2: Protocolo		
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
LINGÜAS 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	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
27/RA.C.G.9.. Asumir que los conflictos han de resolverse desde el diálogo según el modelo win-win		
56/RA.CE.15. Ser capaz de llevar a cabo proyectos de relaciones públicas innovadores atendiendo a los conceptos aprendidos en las asignaturas vinculadas a las RRPP.		
21/RA.C.G.7.. Saber adaptarse a nuevas situaciones que se puedan dar en el mundo profesional.		
30/RA.CG.11.. Predecir el impacto personal o social de las decisiones tomadas en el ámbito profesional		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Principios básicos del protocolo. Reglas internacionales del protocolo. Protocolo y etiqueta. Protocolo en ceremonias y de eventos. Protocolo y diplomacia. Protocolo en la globosfera. Análisis de casos y simulación práctica.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-7 - Evaluar la propia actividad y el propio aprendizaje y elaborar estrategias para mejorarlos.		
CG-9 - Analizar situaciones complejas y diseñar estrategias para resolverlas, individualmente y en equipo.		
CG-11 - Interpretar las actuaciones del ámbito disciplinar propio que tienen incidencia en las personas y o en el medio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		

No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-15 - Escoger y aplicar las técnicas de las relaciones públicas en función de los objetivos de un proyecto de comunicación y relaciones públicas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	0.0	50.0
Tutoría	0.0	10.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
5.5 NIVEL 1: Publicidad		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Estrategias de creación de marca y de campaña		
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
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
29/RA.CG.10.. Identificar los riesgos que plantean las propuestas creativas.		
52/RA.CE.13. Prever el impacto de una campaña publicitaria atendiendo a las características de la imagen empleada.		
20/RA.C.G.7.. Ser capaz de construir, ejecutar y evaluar proyectos aplicando la autocritica tanto en un entorno analógico como digital.		
7/RA.G.2. Aplicar las estrategias propias de la comunicación persuasiva		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
La comunicación corporativa. La marca verbal. La marca visual. Evolución de la imagen de empresa. Estrategia de creación de una marca: Concepto, desarrollo, bases del diseño, motivación, y ejecución. El logotipo. Procedimientos. Definición de objetivos. Análisis. Decisión. Ejecución. Control. Restyling. Reposicionamiento de la nueva imagen y auditoria. Creación integral de campañas publicitarias 360º a partir de la metodología del rol play.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-7 - Evaluar la propia actividad y el propio aprendizaje y elaborar estrategias para mejorarlos.		
CG-10 - Utilizar el ingenio y la creatividad para encontrar soluciones adecuadas a problemas inéditos.		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-13 - Diferenciar y utilizar todos los elementos visibles y no visibles que constituyen una Imagen		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/ audición/estudios de casos, debate	6.6	100
Elaboración de trabajos e informes	10	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100
Lectura/comentario de textos	10	0

Prueba de evaluación	3	100
Resolución de ejercicios	12.5	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	7.9	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	25.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	50.0
Prueba de Evaluación	0.0	60.0
Co-evaluación y autoevaluación	0.0	10.0
NIVEL 2: Fundamentos de la Publicidad		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
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
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
15/RA.CG.4. Seleccionar y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación más adecuadas a los objetivos estratégicos que se persiguen.		
65/RA.CE.3. Clasificar las características de la comunicación publicitaria		

21/RA.C.G.7.. Saber adaptarse a nuevas situaciones que se puedan dar en el mundo profesional.

42/RA.CE.11. Clasificar los targets de audiencia en función de las diversas variables.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Teoría e historia de la publicidad. Gestación y evolución de géneros y formatos comerciales. Procesos y estructuras publicitarias. Análisis de las relaciones entre los diferentes actores del proceso de comunicación comercial y sus estrategias.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-7 - Evaluar la propia actividad y el propio aprendizaje y elaborar estrategias para mejorarlos.

CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-3 - Describir los principales componentes estructurales de todos los sectores implicados en la comunicación publicitaria y en las relaciones públicas

CE-11 - Comparar las principales variables que configuran los roles de las audiencias y los públicos

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Estudios de casos

Uso de rúbricas

Clases expositivas

Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes

Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica

Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia

Clases dinámicas y participativas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0

Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Procesos y técnicas creativas publicitarias		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
28/RA.CG.10.. Formular propuestas innovadoras, en la proposición de mejoras o en la resolución de situaciones de incertidumbre.		
38/RA.CE.10. Desarrollar propuestas diferentes de actuación en la que se apliquen los conocimientos adquiridos.		
26/RA.C.G.9.. Tener en cuenta la complejidad de la realidad y gestionarla con decisión		
43/RA.CE.11. Ser capaz de definir y aplicar en un estudio de audiencia todas las variables que inciden en el comportamiento de las audiencias.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Reglas básicas y de estrategia para promover la creatividad en la comunicación. Estrategias basadas en producto. Copy strategy. Star stratgy.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-9 - Analizar situaciones complejas y diseñar estrategias para resolverlas, individualmente y en equipo.		
CG-10 - Utilizar el ingenio y la creatividad para encontrar soluciones adecuadas a problemas inéditos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		

CE-10 - Analizar, desde una vertiente crítica, los diferentes factores que conforman la relación entre las distintas empresas de comunicación, especialmente entre las de comunicación publicitaria y los anunciantes, y entre las relaciones públicas y los públicos		
CE-11 - Comparar las principales variables que configuran los roles de las audiencias y los públicos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.6	100
Elaboración de trabajos e informes	10	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	3	100
Resolución de ejercicios	12.5	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	7.9	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	25.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	50.0
Prueba de Evaluación	0.0	60.0
Co-evaluación y autoevaluación	0.0	10.0
NIVEL 2: Estructura de la publicidad		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
24/RA.C.G.8.. Diferenciar con claridad los atributos propios de cada puesto de trabajo.		
87/RA.CE.9. Prever estrategias de seguimiento sistematizado de los proyectos implementados.		
46/RA.CE.12. Identificar los elementos narrativos del Advergaming		
47/RA.CE.12. Identificar los elementos narrativos del Product Placement		
48/RA.CE.12. Reconocer la eficacia publicitaria del Branded content como estrategia narrativa		
16/RA.C.G.5.. Interpretar adecuadamente el contenido científico de un artículo		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Estructura de las empresas/agencias de publicidad. Briefing, tipos y gestión. Grandes grupos de comunicación publicitaria. Relaciones entre publicidad y marcas en la globosfera.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-5 - Leer, comprender y comentar textos científicos.		
CG-8 - Diferenciar puestos de trabajo en función de las posibilidades que ofrece el mercado -local y global- y de las competencias propias		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-9 - Diseñar, ejecutar y controlar los proyectos de publicidad y relaciones públicas de productos y servicios de las organizaciones.		
CE-12 - Operar las diversas estrategias publicitarias surgidas con los nuevos formatos narrativos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/ audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100

Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	20.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Exposición y defensa de estudiantes	0.0	20.0
Prueba de Evaluación	0.0	40.0
Co-evaluación y autoevaluación	0.0	10.0
NIVEL 2: Creatividad		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
28/RA.CG.10. Formular propuestas innovadoras, en la proposición de mejoras o en la resolución de situaciones de incertidumbre.		
48/RA.CE.12. Reconocer la eficacia publicitaria del Branded content como estrategia narrativa		

30/RA.CG.11.. Predecir el impacto personal o social de las decisiones tomadas en el ámbito profesional

34/RA.CG.12.. Elaborar, de manera autónoma, diferentes propuestas de actuación, que pueden dar respuesta a situaciones éticamente comprometidas.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Realización práctica de materiales a partir del desarrollo de las capacidades creativas y de la aplicación de técnicas creativas. Procesos de elaboración y análisis de los mensajes publicitarios y de sus códigos. Técnicas, fuentes, lenguajes, estructuras y soportes al servicio de la creatividad.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-10 - Utilizar el ingenio y la creatividad para encontrar soluciones adecuadas a problemas inéditos.

CG-11 - Interpretar las actuaciones del ámbito disciplinar propio que tienen incidencia en las personas y o en el medio

CG-12 - Elaborar diferentes propuestas de actuación que puedan dar respuesta situaciones éticamente comprometidas.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-12 - Operar las diversas estrategias publicitarias surgidas con los nuevos formatos narrativos

CE-13 - Diferenciar y utilizar todos los elementos visibles y no visibles que constituyen una Imagen

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.6	100
Elaboración de trabajos e informes	10	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	3	100
Resolución de ejercicios	12.5	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	7.9	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Aprendizaje basado en problemas/proyectos

Estudios de casos

Portfolio y e-portfolio

Aprendizaje colaborativo y cooperativo

Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica

Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia

Clases dinámicas y participativas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
-----------------------	--------------------	--------------------

Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	25.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	50.0
Prueba de Evaluación	0.0	60.0
Co-evaluación y autoevaluación	0.0	10.0
NIVEL 2: Innovación publicitaria		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
29/RA.CG.10.. Identificar los riesgos que plantean las propuestas creativas.		
66/RA.CE.3. Diseñar y organizar campañas de publicidad		
63/RA.CE.2. Relacionar los diversos elementos que confluyen en la gestión de la comunicación		
71/RA.CE.5. Formular el concepto de comunicación social sin caer en sus significados erróneos		
62/RA.CE.2. Formular los diversos paradigmas de comunicación y su pertinencia a la hora de analizar un proceso de comunicación.		
85/RA.CE.9. Aplicar la investigación en un proyecto de publicidad y de relaciones públicas.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Generar y plasmar ideas coherentes (look and feel). Atención y detección de tendencias. Estrategias creativas. Brand essence / big idea. Contact Point. Estrategia POE Media . Insights . Marca. Branded content . Objetivos de comunicación.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		

CG-10 - Utilizar el ingenio y la creatividad para encontrar soluciones adecuadas a problemas inéditos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
CE-3 - Describir los principales componentes estructurales de todos los sectores implicados en la comunicación publicitaria y en las relaciones públicas		
CE-5 - Distinguir los comportamientos en la comunicación social.		
CE-9 - Diseñar, ejecutar y controlar los proyectos de publicidad y relaciones públicas de productos y servicios de las organizaciones.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.6	100
Elaboración de trabajos e informes	10	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	3	100
Resolución de ejercicios	12.5	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	7.9	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Clases expositivas		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	25.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	50.0
Prueba de Evaluación	0.0	60.0
Co-evaluación y autoevaluación	0.0	10.0
NIVEL 2: Estructura y planificación de medios		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
13/RA.CG.3. Trabajar en equipo, valorar los procesos que se establecen y los roles que se desarrollan y analizar la gestión del tiempo.		
69/RA.CE.4.Establecer de forma argumentada y crítica cuáles son las metodologías de investigación más convenientes de abordar en cada situación.		
62/RA.CE.2. Formular los diversos paradigmas de comunicación y su pertinencia a la hora de analizar un proceso de comunicación.		
44/RA.CE.11. Tener presente las diferencias entre audiencia y público a la hora de diseñar una campaña de publicidad o de relaciones públicas.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Estructura de los principales grupos de comunicación. Planificación de medios. Análisis y selección de medios. Técnicas de planificación a medios. Técnicas de compra y negociación de espacios. Análisis e investigación de audiencias. Metodología de evaluación de la eficacia de la planificación.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-3 - Trabajar en equipo manifestando capacidad para lograr el rol que se pide en cada contexto desarrollando vínculos que potencien la cooperación.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
CE-4 - Analizar e investigar procesos y estructuras de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.		
CE-11 - Comparar las principales variables que configuran los roles de las audiencias y los públicos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.5	100
Elaboración de trabajos e informes	25	0
Estudio individual autónomo	40	0

Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4.5	100
Lectura/comentario de textos	5	100
Prueba de evaluación	4	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	40	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	25.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	50.0
Prueba de Evaluación	0.0	60.0
Co-evaluación y autoevaluación	0.0	10.0
5.5 NIVEL 1: Comunicación digital		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Social media y RP 2.0		
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
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

12/RA.CG.3. Analizar sesiones de trabajo en equipo para identificar vías de mejora del liderazgo aplicado.
15/RA.CG.4. Seleccionar y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación más adecuadas a los objetivos estratégicos que se persiguen.
38/RA.CE.10. Desarrollar propuestas diferentes de actuación en la que se apliquen los conocimientos adquiridos.
87/RA.CE.9. Prever estrategias de seguimiento sistematizado de los proyectos implementados.
57/RA.CE.16. Distinguir virtudes y amenazas de la Web 2.0
58/RA.CE.16. Evaluar determinadas funciones de la Web 2.0 emitiendo un informe valorativo
59/RA.CE.16. Reconocer las diferencias entre la Web 2.0 i la 3.0.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Lenguaje digital y redes sociales. Posicionamiento. Intercomunicación del consumidor y las marcas. Introducción al Big data y a sus herramientas de gestión con finalidades publicitarias. Herramientas para la monitorización de la publicidad a través de los social media. Herramientas avanzadas de Community manager.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-3 - Trabajar en equipo manifestando capacidad para lograr el rol que se pide en cada contexto desarrollando vínculos que potencien la cooperación.

CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-9 - Diseñar, ejecutar y controlar los proyectos de publicidad y relaciones públicas de productos y servicios de las organizaciones.

CE-10 - Analizar, desde una vertiente crítica, los diferentes factores que conforman la relación entre las distintas empresas de comunicación, especialmente entre las de comunicación publicitaria y los anunciantes, y entre las relaciones públicas y los públicos

CE-16 - Clasificar los elementos estructurales y funcionales de la Web 2.0 y 3.0

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.6	100
Elaboración de trabajos e informes	10	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	3	100
Resolución de ejercicios	12.5	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0

Clase expositiva	7.9	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Marketing en la era digital		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
14/RA.CG.4. Identificar las tecnologías de la información y la comunicación analizando sus utilidades y sus puntos débiles con relación al ámbito de estudio.		
78/RA.CE.7. Evaluar los mecanismos de control y seguimiento de un plan de empresa.		
60/RA.CE.16. Ser capaz de detectar fuentes documentales en Internet, medios de comunicación, blogs o redes sociales.		
59/RA.CE.16. Reconocer las diferencias entre la Web 2.0 i la 3.0.		
54/RA.CE.15. Colaborar en disipar los estereotipos de las relaciones públicas, poniendo en valor la necesidad de una buena campaña de relaciones públicas como única estrategia de comunicación eficaz en algunos sectores. Por ejemplo, el político o institucional.		

5.5.1.3 CONTENIDOS		
Nuevas estrategias de marketing. Marketing digital. Campañas marketing viral. Estrategias de comercialización a partir de las redes sociales y su monitorización. Posicionamiento. SEO y SEM.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-7 - Planificar y ejecutar un plan de empresa, de márketing o de rodaje		
CE-15 - Escoger y aplicar las técnicas de las relaciones públicas en función de los objetivos de un proyecto de comunicación y relaciones públicas.		
CE-16 - Clasificar los elementos estructurales y funcionales de la Web 2.0 y 3.0		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.6	100
Elaboración de trabajos e informes	10	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	3	100
Resolución de ejercicios	12.5	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	7.9	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
NIVEL 2: Documentación y gestión de datos		

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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
15/RA.CG.4. Seleccionar y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación más adecuadas a los objetivos estratégicos que se persiguen.		
60/RA.CE.16. Ser capaz de detectar fuentes documentales en Internet, medios de comunicación, blogs o redes sociales.		
1/RA.CG.1. Cuestionar el modelo económico actual, que acelera de forma significativa la degradación del medio ambiente.		
17/RA.C.G.5.. Ser capaz de escribir un texto científico en el registro adecuado		
75/RA.CE.6: Justificar la herramienta seleccionada con argumentos convincentes.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Gestión y almacenamiento de la información comercial i/o institucional. Fuentes y bases de datos para recolectar información. Programas de gestión de bases de datos. Indexación de los documentos. Content curator		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-5 - Leer, comprender y comentar textos científicos.		
CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social		
CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		

CE-6 - Emplear las tecnologías del lenguaje audiovisual en medios convencionales y no convencionales		
CE-16 - Clasificar los elementos estructurales y funcionales de la Web 2.0 y 3.0		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.6	100
Elaboración de trabajos e informes	10	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	3	100
Resolución de ejercicios	12.5	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	7.9	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
NIVEL 2: Identidad digital y desarrollo de entornos virtuales		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
58/RA.CE.16. Evaluar determinadas funciones de la Web 2.0 emitiendo un informe valorativo		
15/RA.CG.4. Seleccionar y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación más adecuadas a los objetivos estratégicos que se persiguen.		
73/RA.CE.5. Interpretar adecuadamente las estrategias que se pueden utilizar en una campaña de comunicación social		
1/RA.CG.1. Cuestionar el modelo económico actual, que acelera de forma significativa la degradación del medio ambiente.		
63/RA.CE.2. Relacionar los diversos elementos que confluyen en la gestión de la comunicación		
57/RA.CE.16. Distinguir virtudes y amenazas de la Web 2.0		
60/RA.CE.16. Ser capaz de detectar fuentes documentales en Internet, medios de comunicación, blogs o redes sociales.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Introducción a la comunicación digital. Creación y gestión de una identidad digital personal y profesional. Principios y herramientas básicos de para la creación y edición de páginas web para comunicadores. Código HTML. Herramientas básicas de creación y edición web. Herramientas de creación de apps. Conocer el potencial de la web como herramienta audiovisual. Naming y branding		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social		
CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
CE-5 - Distinguir los comportamientos en la comunicación social.		
CE-16 - Clasificar los elementos estructurales y funcionales de la Web 2.0 y 3.0		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/ audición/estudios de casos, debate	6.6	100
Elaboración de trabajos e informes	10	0

Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	3	0
Resolución de ejercicios	12.5	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	7.9	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Lectura comprensiva de textos		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
NIVEL 2: Tendencias del audiovisual contemporáneo		
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	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		

5/RA.CG.1. Promover planes por un futuro sobre el desarrollo sostenible que permita avanzar hacia una nueva ética política y empresarial.		
46/RA.CE.12. Identificar los elementos narrativos del Advergaming		
47/RA.CE.12. Identificar los elementos narrativos del Product Placement		
25/RA.C.G.8.. Reconocer las demandas del mercado laboral		
32/RA.CG.12.. Interpretar y aplicar los códigos deontológicos a la práctica profesional de la Publicidad y de las RRHH		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Herramientas y estrategias de la publicidad para acceder al sector audiovisual del entretenimiento. Nuevas estrategias comerciales: Branded content, fashion films, gamificación, web series...		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-8 - Diferenciar puestos de trabajo en función de las posibilidades que ofrece el mercado -local y global- y de las competencias propias		
CG-12 - Elaborar diferentes propuestas de actuación que puedan dar respuesta situaciones éticamente comprometidas.		
CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-12 - Operar las diversas estrategias publicitarias surgidas con los nuevos formatos narrativos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	15	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	6.6	100
Elaboración de trabajos e informes	10	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	10	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	3	100
Resolución de ejercicios	12.5	100
Co-evaluación y autoevaluación	10	0
Clase expositiva	7.9	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		

Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
5.5 NIVEL 1: Optativas		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Prácticas Adicionales		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
6		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
21/RA.C.G.7.. Saber adaptarse a nuevas situaciones que se puedan dar en el mundo profesional.		
61/RA.CE.2. Descubrir las estrategias de comunicación atendiendo al contexto, el medio y los agentes implicados.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Practicas en empresas o instituciones		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-7 - Evaluar la propia actividad y el propio aprendizaje y elaborar estrategias para mejorarlos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		

No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	25	40
Prácticas en empresas e instituciones	125	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Prácticas externas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	60.0	90.0
Informe tutor empresa	0.0	30.0
Tutoría	0.0	40.0
NIVEL 2: Marketing político		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
9/RA.G.2. Comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios tradicionales, en sus formas combinadas (multimedia/audiovisual) o en soportes digitales, utilizando las tecnologías y técnicas más adecuadas en cada contexto.		
54/RA.CE.15. Colaborar en disipar los estereotipos de las relaciones públicas, poniendo en valor la necesidad de una buena campaña de relaciones públicas como única estrategia de comunicación eficaz en algunos sectores. Por ejemplo, el político o institucional.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Componentes básicos de las estrategias comunicativas de los proyectos políticos contemporáneos más relevantes. Campañas publicitarias, elaboración de mensajes, intervención de las nuevas tecnologías, técnicas de difusión, modelos de comportamientos electorales, metodología de análisis.		

5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-15 - Escoger y aplicar las técnicas de las relaciones públicas en función de los objetivos de un proyecto de comunicación y relaciones públicas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Género y publicidad		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6

3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
18/RA.C.G.6.. Argumentar la toma de decisiones oralmente o por escrito, teniendo en cuenta los criterios apropiados.		
43/RA.CE.11. Ser capaz de definir y aplicar en un estudio de audiencia todas las variables que inciden en el comportamiento de las audiencias.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
La construcción de la realidad. De los media a las mediaciones. Representación y estereotipos. Roles de género en la información y en la ficción. Igualdad de Género en la UE. La publicidad como relato discriminador. Género y Internet.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-6 - Analizar los hechos a partir de una guía externa, identificando las causas y expresando la opinión personal de forma sintética.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-11 - Comparar las principales variables que configuran los roles de las audiencias y los públicos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100

Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Uso de rúbricas		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
NIVEL 2: Fotografía publicitaria		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
15/RA.CG.4. Seleccionar y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación más adecuadas a los objetivos estratégicos que se persiguen.		
74/RA.CE.6: Distinguir con claridad los diversos soportes en los que se manifiestan los medios de comunicación.		
13/RA.CG.3. Trabajar en equipo, valorar los procesos que se establecen y los roles que se desarrollan y analizar la gestión del tiempo.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		

Expresar visualmente una idea para convertirla en mensaje publicitario. La luz como recurso básico de expresión. Textura, transparencia y reflejos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-3 - Trabajar en equipo manifestando capacidad para lograr el rol que se pide en cada contexto desarrollando vínculos que potencien la cooperación.

CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-6 - Emplear las tecnologías del lenguaje audiovisual en medios convencionales y no convencionales

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Estudios de casos

Portfolio y e-portfolio

Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica

Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia

Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto

Clases dinámicas y participativas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0

NIVEL 2: Gestión de crisis

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
19/RA.C.G.6.. Identificar los objetivos a perseguir ante una situación dada y establecer la secuencia de trabajo hasta su consecución.		
55/RA.CE.15. Gestionar los diferentes programas de comunicación y de relaciones públicas en situaciones de crisis reales o potenciales.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Visión global de la comunicación de crisis. Conceptos clave, terminología propia y elementos distintivos. El concepto y la definición de crisis . Características y topología de crisis. La crisis desde la comunicación . La comunicación como función estratégica en la gestión de la crisis. La prevención de crisis.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-6 - Analizar los hechos a partir de una guía externa, identificando las causas y expresando la opinión personal de forma sintética.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-15 - Escoger y aplicar las técnicas de las relaciones públicas en función de los objetivos de un proyecto de comunicación y relaciones públicas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0

Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Diseño de una campaña electoral		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
3/RA.CG.1. Promover planes por un futuro sobre el desarrollo sostenible que permita avanzar hacia una nueva ética política y empresarial.		

54/RA.CE.15. Colaborar en disipar los estereotipos de las relaciones públicas, poniendo en valor la necesidad de una buena campaña de relaciones públicas como única estrategia de comunicación eficaz en algunos sectores. Por ejemplo, el político o institucional.

11/RA.CG.3. Liderar el trabajo en equipo y valorar los procesos que se establecen y los roles que se desarrollan incorporando las modificaciones fruto de las reflexión compartida.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Desarrollo de las diferentes partes de la publicidad y las RP políticas que se enmarcan en unas elecciones. Estudiar como mandar un mensaje central efectivo al elector.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-3 - Trabajar en equipo manifestando capacidad para lograr el rol que se pide en cada contexto desarrollando vínculos que potencien la cooperación.

CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-15 - Escoger y aplicar las técnicas de las relaciones públicas en función de los objetivos de un proyecto de comunicación y relaciones públicas.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Aprendizaje basado en problemas/proyectos

Estudios de casos

Portfolio y e-portfolio

Uso de rúbricas

Clases expositivas

Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia

Clases dinámicas y participativas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
-----------------------	--------------------	--------------------

Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Dirección de arte		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
20/RA.C.G.7.. Ser capaz de construir, ejecutar y evaluar proyectos aplicando la autocritica tanto en un entorno analógico como digital.		
52/RA.CE.13. Prever el impacto de una campaña publicitaria atendiendo a las características de la imagen empleada.		
26/RA.C.G.9.. Tener en cuenta la complejidad de la realidad y gestionarla con decisión		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Conceptos básicos para poder dirigir la conceptualización visual y gráfica de mensajes publicitarios. Mantener la coherencia y la unidad conceptual y estética en equipos de trabajo: ilustradores, fotógrafos, realizadores, estilistas...		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-7 - Evaluar la propia actividad y el propio aprendizaje y elaborar estrategias para mejorarlos.		
CG-9 - Analizar situaciones complejas y diseñar estrategias para resolverlas, individualmente y en equipo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-13 - Diferenciar y utilizar todos los elementos visibles y no visibles que constituyen una Imagen		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Portfolio y e-portfolio		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Responsabilidad social corporativa RSC		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5/RA.CG.1. Promover planes por un futuro sobre el desarrollo sostenible que permita avanzar hacia una nueva ética política y empresarial.		
39/RA.CE.10. Conocer los principios éticos asociados a la práctica de las empresas de comunicación.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Principales ámbitos y características de la RSC. Dotar a los alumnos de los conocimientos sobre diferentes perspectivas sobre la Responsabilidad social y corporativa a nivel internacional, europeo y nacional. Vincular la evolución de la RSC con el contexto social y económico actual.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-10 - Analizar, desde una vertiente crítica, los diferentes factores que conforman la relación entre las distintas empresas de comunicación, especialmente entre las de comunicación publicitaria y los anunciantes, y entre las relaciones públicas y los públicos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Campaña transmedia. Taller de realización de Publicidad		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
15/RA.CG.4. Seleccionar y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación más adecuadas a los objetivos estratégicos que se persiguen.		
49/RA.CE.12.Planificar una estrategia de publicidad o de relaciones públicas teniendo en cuenta los ingredientes narrativos de la misma.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Diseño y realización de una campaña publicitaria transmedia o crossmedia con la implicación de medios clásicos y sociales partiendo de una estrategia que tiene como objetivo aumentar la notoriedad. La radio juega un papel central en la planificación que se realizará en esta campaña.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-12 - Operar las diversas estrategias publicitarias surgidas con los nuevos formatos narrativos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD

Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Uso de rúbricas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	25.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	50.0
Prueba de Evaluación	0.0	60.0
Co-evaluación y autoevaluación	0.0	10.0
NIVEL 2: Taller de video		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
12/RA.CG.3. Analizar sesiones de trabajo en equipo para identificar vías de mejora del liderazgo aplicado.		
50/RA.CE.13. Aplicar en la toma de decisiones acerca de la Imagen, todos los contenidos aprendidos en el transcurso de la asignatura.		
53/RA.CE.14. Diferenciar entre el guion literario y técnico		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Realización de spots comerciales o institucionales con técnicas de montaje innovadoras.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-3 - Trabajar en equipo manifestando capacidad para lograr el rol que se pide en cada contexto desarrollando vínculos que potencien la cooperación.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-13 - Diferenciar y utilizar todos los elementos visibles y no visibles que constituyen una Imagen		
CE-14 - Aplicar los diferentes mecanismos y elementos de construcción de un guión atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de producción.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		

Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Taller de publicidad on-line		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
7/RA.G.2. Aplicar las estrategias propias de la comunicación persuasiva		
57/RA.CE.16. Distinguir virtudes y amenazas de la Web 2.0		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Posicionamiento digital de un producto o marca y su monitorización atendiendo al rol de community manager.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-16 - Clasificar los elementos estructurales y funcionales de la Web 2.0 y 3.0		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prácticas en empresas e instituciones	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Clases expositivas		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	0.0	50.0
Tutoría	0.0	10.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
NIVEL 2: Comunicación institucional		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
15/RA.CG.4. Seleccionar y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación más adecuadas a los objetivos estratégicos que se persiguen.		
71/RA.CE.5. Formular el concepto de comunicación social sin caer en sus significados erróneos		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
La comunicación en las instituciones públicas. La noticia y los medios de comunicación. Comunicación y planificación estratégica. Ruedas de prensa y exclusivas. Publicidad institucional. Participación ciudadana en el seguimiento y evaluación de la gestión local de gobierno.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-5 - Distinguir los comportamientos en la comunicación social.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		

Estudios de casos		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Taller de eventos y congresos		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
13/RA.CG.3. Trabajar en equipo, valorar los procesos que se establecen y los roles que se desarrollan y analizar la gestión del tiempo.		
85/RA.CE.9. Aplicar la investigación en un proyecto de publicidad y de relaciones públicas.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Práctica real de organización de un evento. Análisis de la planificación de eventos de éxito focalizando en casos reales.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		

CG-3 - Trabajar en equipo manifestando capacidad para lograr el rol que se pide en cada contexto desarrollando vínculos que potencien la cooperación.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-9 - Diseñar, ejecutar y controlar los proyectos de publicidad y relaciones públicas de productos y servicios de las organizaciones.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
NIVEL 2: Creación de un "book"		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
20/RA.C.G.7.. Ser capaz de construir, ejecutar y evaluar proyectos aplicando la autocritica tanto en un entorno analógico como digital.		
75/RA.CE.6: Justificar la herramienta seleccionada con argumentos convincentes.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
El book o portfolio es un elemento imprescindible para encontrar trabajo como creativo en una agencia de publicidad. El book demuestra la capacidad creativa y la manera de trabajar del futuro creativo.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-7 - Evaluar la propia actividad y el propio aprendizaje y elaborar estrategias para mejorarlos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-6 - Emplear las tecnologías del lenguaje audiovisual en medios convencionales y no convencionales		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Portfolio y e-portfolio		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA

Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
NIVEL 2: Creación de una campaña publicitaria. Seminario		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
12/RA.CG.3. Analizar sesiones de trabajo en equipo para identificar vías de mejora del liderazgo aplicado.		
61/RA.CE.2. Descubrir las estrategias de comunicación atendiendo al contexto, el medio y los agentes implicados.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
A partir de un briefing real se analiza todo el proceso de creación de una campaña focalizando en los roles que ejercen los diferentes perfiles profesionales en los distintos departamentos de una agencia de publicidad. A partir de casos reales de análisis se observará la organización de diferentes tipologías de agencias según su capacidad. Esta optativa viene a completar el contenido de la materia obligatoria del mismo título.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-3 - Trabajar en equipo manifestando capacidad para lograr el rol que se pide en cada contexto desarrollando vínculos que potencien la cooperación.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Estudios de audiencia y recepción		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
15/RA.CG.4. Seleccionar y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación más adecuadas a los objetivos estratégicos que se persiguen.		
42/RA.CE.11. Clasificar los targets de audiencia en función de las diversas variables.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Análisis y observación de las principales herramientas usadas para conocer las audiencias en los medios clásicos y los sociales. Repaso de las principales teorías de interpretación de la recepción.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-11 - Comparar las principales variables que configuran los roles de las audiencias y los públicos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases expositivas		
Estudio, reseñones, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Seminario de comunicación en inglés		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	9	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
9		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
8/RA.G.2. Comprender las estructuras fonéticas, morfológicas, léxicas, sintácticas, semánticas, y pragmáticas de la lengua		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
El objetivo es conseguir un nivel de inglés coincidente con el título oficial B2.2 . Los materiales usados y las metodologías emplearan, siempre que sea posible, los términos, las jergas y las situaciones simuladas propias de la Publicidad y las Relaciones Públicas. Se recomienda que para acceder a esta asignatura se disponga del nivel B1		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-6 - Emplear las tecnologías del lenguaje audiovisual en medios convencionales y no convencionales		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	6	0

Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	78	100
Elaboración de trabajos e informes	20	0
Estudio individual autónomo	50	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	7.8	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	43	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Uso de rúbricas		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Lectura comprensiva de textos		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Bases jurídicas para publicistas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
18/RA.C.G.6.. Argumentar la toma de decisiones oralmente o por escrito, teniendo en cuenta los criterios apropiados.		
63/RA.CE.2. Relacionar los diversos elementos que confluyen en la gestión de la comunicación		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Fundamentos del Derecho a nivel introductorio. Diferencias entre los distintos tipos de Derecho y su relación con la Publicidad y las Relaciones Públicas. El Derecho y su dimensión social.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-6 - Analizar los hechos a partir de una guía externa, identificando las causas y expresando la opinión personal de forma sintética.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Uso de rúbricas		
Clases expositivas		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0

Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Práctica restaurativa		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
10/RA.G.2. Identificar, clasificar, priorizar y comunicar/se eficazmente con los diferentes públicos		
71/RA.CE.5. Formular el concepto de comunicación social sin caer en sus significados erróneos		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Bases de la Justicia Juvenil Restaurativa encaminadas a la orientación de los profesionales de las Relaciones Públicas.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-5 - Distinguir los comportamientos en la comunicación social.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100

Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Co-evaluación y autoevaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Análisis de los medios de comunicación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
14/RA.CG.4. Identificar las tecnologías de la información y la comunicación analizando sus utilidades y sus puntos débiles con relación al ámbito de estudio.		
37/RA.CE.1. Reconocer los efectos sociales y culturales de las teorías de la comunicación de masas		

5.5.1.3 CONTENIDOS		
Panorama general de los principales Grupos de comunicación que operan en el sistema español de medios de comunicación. Atención especial a los grupos mediáticos que funcionan en Cataluña. Análisis de las agencias de publicidad y RP más destacadas.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-1 - Contrastar las estructuras y los procesos informativos y comunicativos, así como las principales corrientes y teorías de la comunicación de masas		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	20.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Exposición y defensa de estudiantes	0.0	20.0
Prueba de Evaluación	0.0	40.0
Co-evaluación y autoevaluación	0.0	10.0
NIVEL 2: Comunicación persuasiva		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	

ECTS NIVEL 2		3
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
10/RA.G.2. Identificar, clasificar, priorizar y comunicar/se eficazmente con los diferentes públicos		
62/RA.CE.2. Formular los diversos paradigmas de comunicación y su pertinencia a la hora de analizar un proceso de comunicación.		
70/RA.CE.4.Ser capaz de detectar fuentes documentales en Internet, medios de comunicación, blogs o redes sociales.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Bases para la definición de la comunicación persuasiva, sus tipologías y sus principales técnicas. Análisis de la comunicación persuasiva en casos reales.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
CE-4 - Analizar e investigar procesos y estructuras de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0

Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Portfolio y e-portfolio		
Clases expositivas		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	0.0	50.0
Tutoría	0.0	10.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
NIVEL 2: Técnica y casos de Relaciones Públicas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
3/RA.CG.1. Promover planes por un futuro sobre el desarrollo sostenible que permita avanzar hacia una nueva ética política y empresarial.		

54/RA.CE.15. Colaborar en disipar los estereotipos de las relaciones públicas, poniendo en valor la necesidad de una buena campaña de relaciones públicas como única estrategia de comunicación eficaz en algunos sectores. Por ejemplo, el político o institucional.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Análisis de diferentes casos reales, recogidos y publicados por los medios de comunicación, dónde se pueda observar el rol de las diferentes facetas de las Relaciones Públicas para explicar una acción, organizar un evento o campaña o para resolver una crisis.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-15 - Escoger y aplicar las técnicas de las relaciones públicas en función de los objetivos de un proyecto de comunicación y relaciones públicas.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Aprendizaje basado en problemas/proyectos

Estudios de casos

Portfolio y e-portfolio

Aprendizaje colaborativo y cooperativo

Clases dinámicas y participativas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0

NIVEL 2: Lobbyismo

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
17/RA.C.G.5.. Ser capaz de escribir un texto científico en el registro adecuado		
54/RA.CE.15. Colaborar en disipar los estereotipos de las relaciones públicas, poniendo en valor la necesidad de una buena campaña de relaciones públicas como única estrategia de comunicación eficaz en algunos sectores. Por ejemplo, el político o institucional.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Lobbyismo y marketing social. Procesos de toma de decisiones de los poderes públicos autonómicos, estatales y comunitarios. El rol de la sociedad civil en la toma de decisiones públicas. Estrategias y técnicas del lobbyismo, especialmente ante instituciones de la Unión Europea.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-5 - Leer, comprender y comentar textos científicos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-15 - Escoger y aplicar las técnicas de las relaciones públicas en función de los objetivos de un proyecto de comunicación y relaciones públicas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0

Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases expositivas		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Co-evaluación y autoevaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Emprendeduría y creación de empresas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
24/RA.C.G.8.. Diferenciar con claridad los atributos propios de cada puesto de trabajo.		
78/RA.CE.7. Evaluar los mecanismos de control y seguimiento de un plan de empresa.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		

Decálogo de los pasos a seguir para poder crear tu propia empresa de comunicación. Requisitos administrativos, permisos, realización de facturas y pago de impuestos. Información relativa a la obtención de ayudas procedentes de diferentes instituciones o entidades para poder emprender		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-8 - Diferenciar puestos de trabajo en función de las posibilidades que ofrece el mercado -local y global- y de las competencias propias		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-7 - Planificar y ejecutar un plan de empresa, de márketing o de rodaje		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Uso de rúbricas		
Clases expositivas		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Nuevos dispositivos e internet de las cosas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	

ECTS NIVEL 2		3
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
23/RA.C.G.8.. Describir las competencias asociadas unas tareas laborales determinadas.		
57/RA.CE.16. Distinguir virtudes y amenazas de la Web 2.0		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Seminario encaminado a profundizar cómo se mueve la publicidad en la era IoT.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-8 - Diferenciar puestos de trabajo en función de las posibilidades que ofrece el mercado -local y global- y de las competencias propias		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-16 - Clasificar los elementos estructurales y funcionales de la Web 2.0 y 3.0		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/ audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0

Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Portfolio y e-portfolio		
Clases expositivas		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Comunicación local en la era global		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
4/RA.CG.1. Valorar los recursos naturales y participar de un modelo de empresa cuyo objetivo se base en un desarrollo sostenible.		

71/RA.CE.5. Formular el concepto de comunicación social sin caer en sus significados erróneos

5.5.1.3 CONTENIDOS

La tradición histórica de la prensa comarcal. El nuevo modelo territorial. La naturaleza de la prensa de proximidad. La comunicación local en la época de la globalidad. La prensa gratuita, paradigma de la comunicación local. El futuro de la comunicación local.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-5 - Distinguir los comportamientos en la comunicación social.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Estudios de casos

Clases expositivas

Estudio, recensiones, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes

Lectura comprensiva de textos

Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica

Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia

Clases dinámicas y participativas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0

NIVEL 2: Estructura de la Publicidad en advergaming

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
15/RA.CG.4. Seleccionar y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación más adecuadas a los objetivos estratégicos que se persiguen.		
46/RA.CE.12. Identificar los elementos narrativos del Advergaming		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
El advergaming como formato publicitario: principales características y estrategias usadas en casos reales de éxito.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-12 - Operar las diversas estrategias publicitarias surgidas con los nuevos formatos narrativos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0

Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	25.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	50.0
Prueba de Evaluación	0.0	60.0
Co-evaluación y autoevaluación	0.0	10.0
NIVEL 2: Copy		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
6/RA.G.2. Presentar oralmente las conclusiones de trabajos propios o ajenos, en la lengua propia.		

49/RA.CE.12.Planificar una estrategia de publicidad o de relaciones públicas teniendo en cuenta los ingredientes narrativos de la misma.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Taller de escritura publicitaria. Análisis de los copys más brillantes de la historia de la publicidad.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-12 - Operar las diversas estrategias publicitarias surgidas con los nuevos formatos narrativos

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/ audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Aprendizaje basado en problemas/proyectos

Clases expositivas

Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica

Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia

Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto

Clases dinámicas y participativas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0

NIVEL 2: Taller de estadística

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
3/RA.CG.1. Promover planes por un futuro sobre el desarrollo sostenible que permita avanzar hacia una nueva ética política y empresarial.		
43/RA.CE.11. Ser capaz de definir y aplicar en un estudio de audiencia todas las variables que inciden en el comportamiento de las audiencias.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Taller para aprender a analizar y procesar información de forma precisa y oportuna con un sistema informático (SPSS/R).		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-11 - Comparar las principales variables que configuran los roles de las audiencias y los públicos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0

Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Podcasting		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
29/RA.CG.10.. Identificar los riesgos que plantean las propuestas creativas.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		

Taller encaminado a la creación de podcasts con finalidad comercial, informercial o de infoentretenimiento.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-10 - Utilizar el ingenio y la creatividad para encontrar soluciones adecuadas a problemas inéditos.

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
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Aprendizaje basado en problemas/proyectos

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	20.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Exposición y defensa de estudiantes	0.0	20.0
Prueba de Evaluación	0.0	40.0
Co-evaluación y autoevaluación	0.0	10.0

NIVEL 2: Márketing social

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6

3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5/RA.CG.1. Promover planes por un futuro sobre el desarrollo sostenible que permita avanzar hacia una nueva ética política y empresarial.		
77/RA.CE.7. Analizar casos similares (benchmarking) para evitar errores estratégicos.		
33/RA.CG.12. Identificar las actuaciones profesionales de la Publicidad y de las RRHH que tienen incidencia en las personas y/o el medio.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
¿Cuáles son las principales aportaciones del marketing comercial para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia?. Lo que busca la empresa. Lo que busca la Sociedad. Lo que busca el consumidor.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-12 - Elaborar diferentes propuestas de actuación que puedan dar respuesta situaciones éticamente comprometidas.		
CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-7 - Planificar y ejecutar un plan de empresa, de márketing o de rodaje		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0

Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Estudio, recensiones, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Planificación estratégica de medios		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
26/RA.C.G.9.. Tener en cuenta la complejidad de la realidad y gestionarla con decisión		
80/RA.CE.8. Definir la demanda y los criterios de segmentación.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		

Estrategias y planificación de medios en los entornos off y online. Planificación, gestión y compra de medios publicitarios on y offline.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-9 - Analizar situaciones complejas y diseñar estrategias para resolverlas, individualmente y en equipo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-8 - Relacionar los objetivos de las empresas en relación con la tipología de sus productos, así como su distribución, precio y comunicación para conseguir mayor eficacia y eficiencia

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

No existen datos

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0

NIVEL 2: Dirección de cuentas

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
ECTS NIVEL 2	3

DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual

ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		

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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
17/RA.C.G.5.. Ser capaz de escribir un texto científico en el registro adecuado		
69/RA.CE.4.Establecer de forma argumentada y crítica cuáles son las metodologías de investigación más convenientes de abordar en cada situación.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Descripción del rol del ejecutivo de cuentas dentro de una agencia de publicidad, sus retos y sus obligaciones con el cliente y con los diferentes departamentos de la agencia.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-5 - Leer, comprender y comentar textos científicos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-4 - Analizar e investigar procesos y estructuras de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases expositivas		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Opinión pública		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
3/RA.CG.1. Promover planes por un futuro sobre el desarrollo sostenible que permita avanzar hacia una nueva ética política y empresarial.		
83/RA.CE.8. Utilizar aplicaciones informáticas de investigación comercial, en especial, las aplicadas en el campo de la publicidad y de las relaciones públicas.		
30/RA.CG.11.. Predecir el impacto personal o social de las decisiones tomadas en el ámbito profesional		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Definición, análisis y categorización de la Opinión pública a partir de la observación de casos de estudio.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-11 - Interpretar las actuaciones del ámbito disciplinar propio que tienen incidencia en las personas y o en el medio		
CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-8 - Relacionar los objetivos de las empresas en relación con la tipología de sus productos, así como su distribución, precio y comunicación para conseguir mayor eficacia y eficiencia		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases expositivas		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	25.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	50.0
Prueba de Evaluación	0.0	60.0
Co-evaluación y autoevaluación	0.0	10.0
NIVEL 2: Estética y arte en la Publicidad		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		

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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
28/RA.CG.10.. Formular propuestas innovadoras, en la proposición de mejoras o en la resolución de situaciones de incertidumbre.		
51/RA.CE.13. Interpretar adecuadamente los posibles significados de la Imagen atendiendo a sus elementos compositivos y cromáticos.		
65/RA.CE.3. Clasificar las características de la comunicación publicitaria		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
El arte en publicidad y la publicidad artística. Análisis de una relación vital atendiendo a los principales teóricos y productores y realizadores audiovisuales más modernos. Festivales de creación audiovisual, premios y certámenes del sector.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-10 - Utilizar el ingenio y la creatividad para encontrar soluciones adecuadas a problemas inéditos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-3 - Describir los principales componentes estructurales de todos los sectores implicados en la comunicación publicitaria y en las relaciones públicas		
CE-13 - Diferenciar y utilizar todos los elementos visibles y no visibles que constituyen una Imagen		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0

Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Portfolio y e-portfolio		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Seminario de Comunicación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
21/RA.C.G.7.. Saber adaptarse a nuevas situaciones que se puedan dar en el mundo profesional.		
61/RA.CE.2. Descubrir las estrategias de comunicación atendiendo al contexto, el medio y los agentes implicados.		
37/RA.CE.1. Reconocer los efectos sociales y culturales de las teorías de la comunicación de masas		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
En función de las necesidades detectadas se organizará un seminario monográfico sobre un tema vinculado a la comunicación en términos generales, bien para profundizar en algún aspecto del temario de las asignaturas obligatorias, bien para ofrecer una cierta continuidad curricular con alguna materia también obligatoria.		

5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-7 - Evaluar la propia actividad y el propio aprendizaje y elaborar estrategias para mejorarlos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-1 - Contrastar las estructuras y los procesos informativos y comunicativos, así como las principales corrientes y teorías de la comunicación de masas		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases expositivas		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Seminario de Publicidad		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
13/RA.CG.3. Trabajar en equipo, valorar los procesos que se establecen y los roles que se desarrollan y analizar la gestión del tiempo.		
65/RA.CE.3. Clasificar las características de la comunicación publicitaria		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
En función de las necesidades detectadas se organizará un seminario monográfico sobre un tema vinculado siempre a la publicidad, bien para profundizar en algún aspecto del temario de las asignaturas obligatorias, bien para ofrecer una cierta continuidad curricular con alguna materia también obligatoria.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-3 - Trabajar en equipo manifestando capacidad para lograr el rol que se pide en cada contexto desarrollando vínculos que potencien la cooperación.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-3 - Describir los principales componentes estructurales de todos los sectores implicados en la comunicación publicitaria y en las relaciones públicas		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0

Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Seminario de Relaciones Públicas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
13/RA.CG.3. Trabajar en equipo, valorar los procesos que se establecen y los roles que se desarrollan y analizar la gestión del tiempo.		
67/RA.CE.3. Diseñar y organizar campañas de relaciones públicas		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
En función de las necesidades detectadas se organizará un seminario monográfico sobre un tema vinculado a las RP o para profundizar en algún aspecto del temario de las asignaturas obligatorias, o bien para ofrecer una cierta continuidad curricular con alguna materia también obligatoria de este ámbito.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-3 - Trabajar en equipo manifestando capacidad para lograr el rol que se pide en cada contexto desarrollando vínculos que potencien la cooperación.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-3 - Describir los principales componentes estructurales de todos los sectores implicados en la comunicación publicitaria y en las relaciones públicas		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Community manager		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
9/RA.G.2. Comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios tradicionales, en sus formas combinadas (multimedia/audiovisual) o en soportes digitales, utilizando las tecnologías y técnicas más adecuadas en cada contexto.		
58/RA.CE.16. Evaluar determinadas funciones de la Web 2.0 emitiendo un informe valorativo		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Taller práctico para desarrollar las principales habilidades de un community manager en relación a una marca.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-16 - Clasificar los elementos estructurales y funcionales de la Web 2.0 y 3.0		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	40.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	60.0
Prueba de Evaluación	0.0	40.0
Tutoría	0.0	10.0

NIVEL 2: Géneros periodísticos y medios		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
9/RA.G.2. Comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios tradicionales, en sus formas combinadas (multimedia/audiovisual) o en soportes digitales, utilizando las tecnologías y técnicas más adecuadas en cada contexto.		
74/RA.CE.6: Distinguir con claridad los diversos soportes en los que se manifiestan los medios de comunicación.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Análisis de los principales géneros usados en los medios de comunicación. Análisis de diferentes modelos informativos e interpretativos, nacionales e internacionales. Géneros de frontera: el reportaje literario, el fotoperiodismo, el documental audiovisual. Los géneros comerciales híbridos con los informativos.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-6 - Emplear las tecnologías del lenguaje audiovisual en medios convencionales y no convencionales		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100

Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases expositivas		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	20.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Exposición y defensa de estudiantes	0.0	20.0
Prueba de Evaluación	0.0	40.0
Co-evaluación y autoevaluación	0.0	10.0
NIVEL 2: Comunicación y educación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
6/RA.G.2. Presentar oralmente las conclusiones de trabajos propios o ajenos, en la lengua propia.		

69/RA.CE.4.Establecer de forma argumentada y crítica cuáles son las metodologías de investigación más convenientes de abordar en cada situación.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Indagar en las potencialidades y aplicaciones educativas de los medios audiovisuales y el multimedia. Vincular el campo de la educación con el de la sociedad de la información y el conocimiento, atendiendo a la educación mediática, el diseño de audiovisuales educativos o las conexiones entre medios de comunicación y educación.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE-4 - Analizar e investigar procesos y estructuras de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Aprendizaje basado en problemas/proyectos

Estudios de casos

Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica

Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0

NIVEL 2: Media literacy

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
-----------------	----------

ECTS NIVEL 2		3
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
15/RA.CG.4. Seleccionar y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación más adecuadas a los objetivos estratégicos que se persiguen.		
60/RA.CE.16. Ser capaz de detectar fuentes documentales en Internet, medios de comunicación, blogs o redes sociales.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
La alfabetización digital atendiendo a los nuevos roles de la publicidad		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-16 - Clasificar los elementos estructurales y funcionales de la Web 2.0 y 3.0		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0

Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prácticas en empresas e instituciones	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Turismo de negocios y eventos		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
2/RA.CG.1. Valorar los recursos naturales y participar de un modelo de empresa cuyo objetivo se base en un desarrollo sostenible.		
61/RA.CE.2. Descubrir las estrategias de comunicación atendiendo al contexto, el medio y los agentes implicados.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		

Estudio de las particularidades turísticas de los eventos y convenciones. OBP		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Estudios de casos		
Clases expositivas		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	40.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	20.0	60.0
Prueba de Evaluación	0.0	40.0
Tutoría	0.0	10.0
NIVEL 2: Promoción de destinos turísticos		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		

CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
19/RA.C.G.6.. Identificar los objetivos a perseguir ante una situación dada y establecer la secuencia de trabajo hasta su consecución.		
63/RA.CE.2. Relacionar los diversos elementos que confluyen en la gestión de la comunicación		
66/RA.CE.3. Diseñar y organizar campañas de publicidad		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Campañas de promoción turística. La promoción y el marketing de los DMO		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-6 - Analizar los hechos a partir de una guía externa, identificando las causas y expresando la opinión personal de forma sintética.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
CE-3 - Describir los principales componentes estructurales de todos los sectores implicados en la comunicación publicitaria y en las relaciones públicas		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2,6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0

Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
NIVEL 2: Derecho en los medios de comunicación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
26/RA.C.G.9.. Tener en cuenta la complejidad de la realidad y gestionarla con decisión		
63/RA.CE.2. Relacionar los diversos elementos que confluyen en la gestión de la comunicación		

5.5.1.3 CONTENIDOS		
La protección de los derechos de autor: propiedad intelectual y medios audiovisuales. Comunicación, signos distintivos y marcas comerciales. Análisis de la ley general de la publicidad: publicidad, prácticas comerciales engañosas, agresivas, desleales, y su tutela legal. Contractación publicitaria, contractación electrónica i protección de los consumidores.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-9 - Analizar situaciones complejas y diseñar estrategias para resolverlas, individualmente y en equipo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Seminario de comunicación en cuarta lengua		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6

6		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
Sí	Sí	No
ITALIANO	OTRAS	
Sí	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
8/RA.G.2. Comprender las estructuras fonéticas, morfológicas, léxicas, sintácticas, semánticas, y pragmáticas de la lengua		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
El objetivo es conseguir un nivel de cuarta lengua coincidente con el título oficial B1. Los materiales usados y las metodologías emplearan, siempre que sea posible, los términos, las jergas y las situaciones simuladas propias de la Publicidad y las Relaciones Públicas. Se recomienda que para acceder a esta asignatura se disponga del nivel A2		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-6 - Emplear las tecnologías del lenguaje audiovisual en medios convencionales y no convencionales		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda y gestión de información	6	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	78	100
Elaboración de trabajos e informes	20	0
Estudio individual autónomo	50	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	10	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	7.8	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	43	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Uso de rúbricas		
Clases expositivas		
Aprendizaje colaborativo y cooperativo		
Lectura comprensiva de textos		
Trabajo en grupo, a partir de diversas modalidades de dinámica, para realizar una actividad específica		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Clases dinámicas y participativas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Análisis/ Estudios de Casos: ejercicios	0.0	30.0
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	50.0
Prueba de Evaluación	30.0	100.0
NIVEL 2: Economía de la empresa		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
3		
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	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
19/RA.C.G.6.. Identificar los objetivos a perseguir ante una situación dada y establecer la secuencia de trabajo hasta su consecución.		
63/RA.CE.2. Relacionar los diversos elementos que confluyen en la gestión de la comunicación		
66/RA.CE.3. Diseñar y organizar campañas de publicidad		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Bases de la organización de las empresas. Departamentos funcionales. El rol de las estructuras de Publicidad y Relaciones Públicas en la empresa		

5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-6 - Analizar los hechos a partir de una guía externa, identificando las causas y expresando la opinión personal de forma sintética.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
CE-3 - Describir los principales componentes estructurales de todos los sectores implicados en la comunicación publicitaria y en las relaciones públicas		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	2.6	100
Búsqueda y gestión de información	5	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	10.5	100
Elaboración de trabajos e informes	15	0
Estudio individual autónomo	15	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	3.9	100
Lectura/comentario de textos	5	0
Prueba de evaluación	1.3	100
Resolución de ejercicios	5.2	100
Co-evaluación y autoevaluación	5	0
Clase expositiva	6.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	0.0	70.0
Prueba de Evaluación	20.0	50.0
Rúbricas para evaluar competencias básicas y específicas	0.0	10.0
5.5 NIVEL 1: Trabajo fin de Grado		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Trabajo fin de Grado		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6

		12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
17/RA.C.G.5.. Ser capaz de escribir un texto científico en el registro adecuado		
68/RA.CE.4.Analizar procesos de investigación y comentar de forma argumentada el nivel de adecuación de las metodologías utilizadas.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Definir, diseñar y ejecutar una investigación de temática afín a la publicidad y las relaciones públicas con estructura académica. Ser capaz de escribirla correcta y justificadamente y de defenderla ante un tribunal.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-5 - Leer, comprender y comentar textos científicos.		
CG-6 - Analizar los hechos a partir de una guía externa, identificando las causas y expresando la opinión personal de forma sintética.		
CG-9 - Analizar situaciones complejas y diseñar estrategias para resolverlas, individualmente y en equipo.		
CG-10 - Utilizar el ingenio y la creatividad para encontrar soluciones adecuadas a problemas inéditos.		
CG-1 - Evaluar la sostenibilidad de las propias propuestas y actuaciones, desde un punto de vista económico, ecológico y social		
CG-2 - Expresarse con corrección, oralmente y por escrito.		
CG-4 - Recoger y seleccionar información de forma eficaz y eficiente, en función de objetivos predeterminados, y de diferente procedencia y formato, respetando la autoría de las fuentes.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-3 - Describir los principales componentes estructurales de todos los sectores implicados en la comunicación publicitaria y en las relaciones públicas		
CE-4 - Analizar e investigar procesos y estructuras de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.		
CE-5 - Distinguir los comportamientos en la comunicación social.		
CE-6 - Emplear las tecnologías del lenguaje audiovisual en medios convencionales y no convencionales		
CE-9 - Diseñar, ejecutar y controlar los proyectos de publicidad y relaciones públicas de productos y servicios de las organizaciones.		

CE-10 - Analizar, desde una vertiente crítica, los diferentes factores que conforman la relación entre las distintas empresas de comunicación, especialmente entre las de comunicación publicitaria y los anunciantes, y entre las relaciones públicas y los públicos		
CE-13 - Diferenciar y utilizar todos los elementos visibles y no visibles que constituyen una Imagen		
CE-15 - Escoger y aplicar las técnicas de las relaciones públicas en función de los objetivos de un proyecto de comunicación y relaciones públicas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	10	0
Búsqueda y gestión de información	70	0
Clases participativas, análisis/visionado/audición/estudios de casos, debate	5	100
Elaboración de trabajos e informes	50	0
Estudio individual autónomo	50	0
Exposición/ presentación de trabajos por parte de los estudiantes en clase o ante un tribunal	4	100
Lectura/comentario de textos	50	0
Prueba de evaluación	1	100
Trabajo de Final de Grado	60	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos		
Estudios de casos		
Estudio, reseñas, ensayos bibliográficos y realización de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes		
Lectura comprensiva de textos		
Presentación de trabajos individuales o en grupo con apoyo multimedia		
Planteamiento de ejercicios en un tiempo concreto		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	60.0	90.0
Exposición y defensa de estudiantes	20.0	50.0
Tutoría	0.0	50.0
5.5 NIVEL 1: Prácticas		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Prácticas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
12		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS

No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
21/RA.C.G.7.. Saber adaptarse a nuevas situaciones que se puedan dar en el mundo profesional.		
61/RA.CE.2. Descubrir las estrategias de comunicación atendiendo al contexto, el medio y los agentes implicados.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Practicas en empresas o instituciones		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG-7 - Evaluar la propia actividad y el propio aprendizaje y elaborar estrategias para mejorarlos.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE-2 - Gestionar estratégicamente la comunicación.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia a actividades o visitas externas	50	40
Prácticas en empresas e instituciones	250	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Practicas externas		
Tutorías		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de Trabajos/proyectos	60.0	90.0
Informe tutor empresa	0.0	30.0
Tutoría	0.0	40.0

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad de Girona	Profesor Visitante	1	100	4
Universidad de Girona	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	9	45	54,5
Universidad de Girona	Profesor Contratado Doctor	2	100	8,1
Universidad de Girona	Otro personal funcionario	2	100	8,1
Universidad de Girona	Profesor Titular de Universidad	5	100	20,2
Universidad de Girona	Profesor Titular de Escuela Universitaria	1	0	5,4
Universidad de Girona	Profesor colaborador Licenciado	1	100	4,9
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 %
65	5	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		
<p>La Universidad de Girona ha participado en la convocatoria AUDIT de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Catalunya (AQU Catalunya) para el diseño e implementación del Sistema de aseguramiento de la calidad. El diseño del sistema fue aprobado para su aplicación en tres centros en la convocatoria 2010 y ampliado al resto de centros en la convocatoria 2011. Este sistema recoge una serie de 22 procesos enmarcados en las directrices definidas por el programa AUDIT. Uno de los procesos es precisamente el de Seguimiento de los resultados y mejora de la titulación, aprobado por la Comisión de Calidad de la UdG.</p> <p>Los primeros pasos en la implementación de este sistema de garantía de calidad han sido el acuerdo para la Creación de la comisión de calidad (CQ) y aprobación de su reglamento de organización y funcionamiento, aprobado en el Consejo de Gobierno nº 4/10, de 29 de abril de 2010, y el acuerdo de aprobación del Reglamento de organización y funcionamiento de la estructura responsable del sistema de gestión interno de la calidad (SGIC) de los estudios de la Universidad de Girona, del Consejo de Gobierno de 28 de octubre de 2010.</p> <p>Son las comisiones de calidad de las unidades estructurales responsables de los estudios, creadas según este último acuerdo, las responsables de elaborar los informes de seguimiento y mejora anuales.</p> <p>Para facilitar el seguimiento de los títulos se ha diseñado un aplicativo informático que guía el proceso de elaboración del informe. Este informe, que cada titulación debe llevar a cabo anualmente, consta de 3 apartados:</p> <p>a) El primero hace referencia a toda la información pública disponible en el web. En esta pestaña se deben rellenar los diferentes apartados con los enlaces que llevan a las páginas relacionadas.</p>		

b) El segundo apartado es el resultado de los indicadores seleccionados (se detallan a continuación) para su análisis. Teniendo en cuenta el año de implantación del estudio, la serie evolutiva será más o menos larga.

b.1. Acceso y matrícula. Se estudia la entrada de los alumnos según diferentes parámetros

- Número de estudiantes matriculados
- Número de estudiantes matriculados de nuevo ingreso
- Media de créditos matriculados por estudiante
- Número de plazas ofertas de nuevo acceso
- Ratio demanda de plazas/oferta
- Ratio de demanda de plazas en primera opción/oferta
- % Estudiantes de nuevo ingreso matriculados en primera preferencia
- % Estudiantes matriculados de nuevo ingreso según tipo de acceso
- Nota de corte PAAU
- Nota de corte FP
- Nota de corte mayores de 25
- % Estudiantes de nuevo ingreso matriculados por intervalos de créditos ordinarios matriculados
- % Matriculados procedentes de PAAU por intervalo de nota de acceso
- % Matriculados procedentes de FP por intervalo de nota de acceso
- % Matriculados procedentes de mayores de 25 por intervalo de nota de acceso

b.2. Características de los alumnos.

- % Estudiantes de nuevo acceso según el nivel de estudio de los padres
- % Estudiantes de nuevo acceso según CCAA de procedencia
- % Estudiantes de nuevo acceso según comarca de procedencia

b.3. Profesorado.

- % Horas de docencia impartida por doctores
- % Créditos realizados per categoría docente

b.4. Métodos docentes. Distribución de los estudiantes según el tipo de grupo y la actividad.

- % Horas de cada tipo de grupo en que se despliega el plan docente
- % Horas de cada tipo de actividad en que se despliega el plan docente
- % Horas de cada tipo de grupo que recibe el estudiante
- % Horas de cada tipo de actividad que recibe el estudiante
- Promedio de estudiantes por tipo de grupo
- Ratio de estudiantes por profesor
- Promedio de accesos al campus virtual por estudiante
- % Estudiantes titulados con prácticas externas superadas
- % Estudiantes propios que participan en programas de movilidad

b.5. Satisfacción.

- Satisfacción de los estudiantes con el programa formativo
- Satisfacción de los titulados con la formación recibida
- Satisfacción del profesorado con el programa formativo
- Tasa de intención de repetir estudios
- Tasa de intención de repetir universidad

b.6. Resultados académicos. Se dispone de información anual. Dado que muchos estudios aún no han finalizado un ciclo completo, no se puede tener información sobre los indicadores relacionados con la graduación.

- Número de titulados
- Tasa de rendimiento en primer curso
- Tasa de rendimiento
- Tasa de rendimiento en primer curso desagregada por nota de acceso (PAAU)
- Tasa de rendimiento en primer curso desagregada por nota de acceso (FP)
- Tasa de rendimiento en primer curso desagregada por nota de acceso (M25)
- Tasa de rendimiento desagregada por nota de acceso (PAAU)
- Tasa de rendimiento desagregada por nota de acceso (FP)
- Tasa de rendimiento desagregada por nota de acceso (M25)
- Tasa de abandono en primer curso
- Tasa de abandono
- Tasa de graduación en t
- Tasa de eficiencia
- Durada media de los estudios
- Tasa de ocupación
- Tasa de adecuación del trabajo a los estudios

c) Finalmente el tercer apartado hace referencia al análisis que los responsables de la titulación hacen sobre los indicadores y a la propuesta de acciones de mejora.

Es a partir de estos informes que se realiza el seguimiento del progreso y la adquisición del aprendizaje por parte de los estudiantes, así como del desarrollo general de la titulación.

Este aplicativo se puso en marcha el curso 2010-2011, para los centros integrados de la Universidad. A lo largo del curso 2011-2012, se amplió a todos los centros adscritos de forma que entraran dentro de la dinámica común de la Universidad de Girona.

Finalmente, a partir de los informes individuales de cada titulación, la Comisión de Calidad de la Universidad elabora un informe global que recoge los principales indicadores y su evaluación.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://www.udg.edu/udgqualitat/Sistemainterndegarantiadelaqualit/SIGQalaUdG/tabid/16273/language/ca-ES/Default.aspx
---------------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN

CURSO DE INICIO	2016
------------------------	------

Ver Apartado 10: Anexo 1.

10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

Grado publicidad y RP (2008)		Grado publicidad y RP (nuevo)	
COMUNICACIÓN	20	Fundamentos e historia de la comunicación	6
		Expresión escrita y técnicas de comunicación oral	6
		Teoría de la Comunicación	6
		Análisis de medios de comunicación	3
EXPRESIÓN GRÁFICA	10	Introducción y técnica del diseño gráfico	6
		Expresión gráfica aplicada a la Publicidad y las RP	4
ÉTICA Y COMUNICACIÓN PERSUASIVA	10	Ética en la publicidad y las RP	6
		Comunicación persuasiva	3
DERECHO Y COMUNICACIÓN	10	Derecho y comunicación	6
		Bases jurídicas para publicistas	3
MARKETING EMPRESARIAL E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	10	Fundamentos del Marketing	6
		Marketing en la era digital	4
FUNDAMENTOS DE LA PUBLICIDAD	15	Fundamentos de la Publicidad	6
		Estructura de la publicidad	6
		Seminario de Publicidad Creación integral de campañas publicitarias	3 *
FUNDAMENTOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	15	Fundamentos de las RP	6
		Gestión de la imagen corporativa y casos de RP	6
		Técnicas y casos de RP	3

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL E HIPERMEDIA 1	15	Técnicas de producción audiovisual 1	6	
		Narrativa y guion audiovisual	6	
		Técnicas de producción audiovisual 2	6 4	
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL E HIPERMEDIA 2	15	Identidad digital Diseño y desarrollo de entornos virtuales digitales	6 4	
		Teoría de la imagen	6	
		Tendencias del audiovisual contemporáneo	4	
CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	12	Procesos y técnicas creativas publicitarias	4	
		Creatividad	4	
		Innovación publicitaria	4	
PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y SOPORTES PUBLICITARIOS	12	Marketing estratégico y operativo	6	
		Estructura y planificación de medios	6	
TÉCNICAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	15	Relaciones institucionales RP 2.0	3 4	
		Protocolo	6	
		Escrituras y lenguajes audiovisuales	6	
ESTRATEGIAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	15	Comunicación interna y externa	6 4	
		Planificación estratégica RP	4	
		Comunicación externa	4	
		Técnicas de producción audiovisual 3	4	
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL E HIPERMEDIA 1	30	Técnicas de producción audiovisual 1	6	
		Narrativa y guion audiovisual	6	
		Técnicas de producción audiovisual 2	6	
		Diseño y desarrollo de entornos digitales	4	
		Teoría de la imagen	6	
		Tendencias del audiovisual contemporáneo	4	
FUNDAMENTOS DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS	30	Fundamentos de la Publicidad	6	
		Estructura de la publicidad	6	
		Seminario de Publicidad Creación integral de campañas publicitarias	3 4	

		Fundamentos de las RP	6	
		Gestión de la imagen corporativa y casos de RP	6	
		Técnicas y casos de RP	3	
ESTRATEGIAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	30	Relaciones institucionales RP-20	3 4	
		Protocolo	6	
		Escrituras y lenguajes audiovisuales	6	
		Comunicación interna y externa	6 4	
		Planificación estratégica RP	4	
		Técnicas de producción audiovisual 3	4	
		Comunicación externa	4	
PRÁCTICUM	18	Practicas Practicas-I	12 9	
		Practicas adicionales Practicas-H	6 9	
PRÁCTICAS EXTERNAS	20	Practicas Practicas-I	12 9	
		Practicas adicionales Practicas-H	6 9	
MÁRQUETING POLÍTICO	3	Marketing político	3	
GÉNERO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	3	Género y publicidad	3	
FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	3	Fotografía publicitaria	3	
RELACIONES PÚBLICAS EN LA GESTIÓN DE CRISIS	3	Gestión de crisis	3	
DISEÑO DE UNA CAMPAÑA ELECTORAL	3	Diseño de una campaña electoral	3	
DIRECCIÓN DE ARTE	3	Dirección del arte	3	
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y CORPORATIVA	3	Responsabilidad social y corporativa RSC	3	
TALLER DE REALIZACIÓN DE PUBLICIDAD RADIOFÓNICA	3	Campaña transmedia	3	
TALLER DE VIDEO	3	Taller de video	3	

TALLER DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN ONLINE	3	Taller de publicidad online	3
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y LOCAL	3	Comunicación institucional local	3
TALLER DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y CONGRESOS	3	Taller de eventos y congresos	3
SEMINARIO DE COMUNICACIÓN 1	3	Seminario de publicidad	3
SEMINARIO DE COMUNICACIÓN 2	3	Seminario de comunicación	3
ESTUDIOS DE AUDIENCIAS Y RECEPCIÓN	3	Estudios de audiencia y recepción	3
SEMINARIO DE INGLÉS	9	Seminario de comunicación en Inglés	9
ESTRATEGIA DE CREACIÓN DE UNA MARCA	3	Estrategia de creación de una marca	4
CREACIÓN DE EMPRESAS	3	Emprendeduría y creación de empresas	3
DIRECCIÓN DE ARTE Y FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	3	Fotografía publicitaria	3
NUEVOS MODELOS DE PUBLICIDAD	3	Nuevos dispositivos e Internet de las cosas	3
RELACIONES PÚBLICAS ONLINE	3	Seminario de RP	3
TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN APLICADAS AL TURISMO	3	-	-
TURISMO DE NEGOCIOS Y EVENTOS	3	Turismo de negocios y eventos	3
USOS Y EFECTOS DE LAS PANTALLAS AUDIOVISUALES	10	Estudios de audiencia y recepción	3
		Seminario de publicidad	3
		Seminario de comunicación	3
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN MUNICIPAL	10	Comunicación institucional local	3
		Redacción profesional	3

		Comunicación local en la era global	3	
RELACIONES INSTITUCIONALES	10	Seminario de RP	3	
		Taller de eventos y congresos	3	
		Relaciones institucionales	3	
SEMINARIOS EN LENGUA EXTRANJERA: INGLÉS	10	Seminario de comunicación en Inglés	9	
SEMINARIOS EN LENGUA EXTRANJERA: FRANCÉS	10	Seminario de comunicación en francés (6 cr)	6	
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y GRÁFICA APLICADA A LA PUBLICIDAD Y A LAS RELACIONES PÚBLICAS	20	Taller de vídeo	3	
		Marketing político	3	
		Creación de una campaña publicitaria	3	
		Diseño de una campaña electoral	3	
		Campaña transmedia	3	
		Taller de publicidad online	3	

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
2500098-17015011	Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Girona-Facultad de Turismo

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
40292120F	Sergi	Bonet	Marull
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Pl. Sant Domènec, 3	17071	Girona	Girona
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
gpa@udg.edu	690637547	972418031	Rector
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
40292120F	Sergi	Bonet	Marull
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Pl. Sant Domènec, 3	17071	Girona	Girona
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
gpa@udg.edu	690637547	972418031	Rector
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
46221735S	Josep Maria	Gómez	Pallarès
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Pl. Sant Domènec, 3	17071	Girona	Girona
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
gpa@udg.edu	690637547	972418031	Jefe del Gabinete de Planificación y Evaluación

Apartado 2: Anexo 1

Nombre : RespuestaAlega+2-Justificacion+3-Objetivos-AlegaGradoPRP2016-17.pdf

HASH SHA1 : DC39FC342E99D7F9B381A1E2F0D02861BF0912E4

Código CSV : 209616422643077115972026

Ver Fichero: RespuestaAlega+2-Justificacion+3-Objetivos-AlegaGradoPRP2016-17.pdf

Apartado 4: Anexo 1

Nombre :4.1 AMB SUBSANACIÓ.pdf

HASH SHA1 :86910186F1674FD27EB7B06DA4081EF12281AFC8

Código CSV :199686437184708714156601

Ver Fichero: 4.1 AMB SUBSANACIÓ.pdf

Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5-PlanifEseñanzasALEGA_GradoPRP2016-17.pdf

HASH SHA1 :12713F5E40687963DA936DF4A29209310591B83D

Código CSV :209616525763533768870559

Ver Fichero: 5-PlanifEseñanzasALEGA_GradoPRP2016-17.pdf

Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6.1 Profesorado ALEGA-GradoPRP_2016-17.pdf

HASH SHA1 :18298E3CABBE713FAE314608D13083804E579D8B

Código CSV :209616552469348107756039

Ver Fichero: 6.1 Profesorado ALEGA-GradoPRP_2016-17.pdf

Apartado 6: Anexo 2

Nombre :6.2-Otros RRHH-Grado PRP 2016-17.pdf

HASH SHA1 :1033F8459CE06B12B49C1C756B30AC1BA58A1945

Código CSV :197387861137471884541104

Ver Fichero: 6.2-Otros RRHH-Grado PRP 2016-17.pdf

Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7 RecMateriales ALEGA_GradoPRP_2016-17.pdf

HASH SHA1 :297E768E57519C67CB0E7C20ADF99CE80FD65C3D

Código CSV :209616592960246629180564

Ver Fichero: 7 RecMateriales ALEGA_GradoPRP_2016-17.pdf

Apartado 8: Anexo 1

Nombre :8.1-ValCuantitativosALEGA_GradoPRP_2016-17.pdf

HASH SHA1 :3B2B9F3D884120DDFB010C95DFD5C0205061DC80

Código CSV :209616666176018977906698

Ver Fichero: 8.1-ValCuantitativosALEGA_GradoPRP_2016-17.pdf

Apartado 10: Anexo 1

Nombre :10.1- CronogramaImplantacionALEGA_GradoPRP_2016-17.pdf

HASH SHA1 :145E7F30B53C972F38CD8EFBAFFAE98C0744A131

Código CSV :209616787264014880221464

Ver Fichero: 10.1- CronogramaImplantacionALEGA_GradoPRP_2016-17.pdf

