



Proyecto docente de la asignatura

Asignatura	Comunicación y derechos fundamentales (42903)		
Materia	Profesión y sociedad		
Módulo	(Derecho Constitucional)		
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Segovia)		
Plan	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	Código	458
Periodo de impartición	2º semestre	Tipo/Carácter	Optativa
Nivel/Ciclo	Segundo ciclo	Curso	Tercer curso
Créditos ECTS	3		
Lengua en que se imparte	Castellano		
Profesor/es responsable/s	Francisco Javier Matia Portilla		
Departamento(s)	Derecho Constitucional, Procesal y Eclesiástico del Estado (013)		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	javier@der.uva.es		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Aunque las libertades de expresión y de empresa están constitucionalmente garantizadas en nuestra Constitución, una y otra encuentran diversos límites en su ejercicio, entre los que destacan otros derechos fundamentales igualmente recogidos en nuestro Texto constitucional. Tales derechos (honor, libertad, igualdad), impone límites a los derechos comunicativos y a la publicidad. En esta asignatura se pretende que los profesionales que operan en estos sectores sean capaces de aprehender tales límites y posibilitar que hagan un uso responsable de sus libertades.

1.2 Relación con otras materias

Esta asignatura explora el fenómeno jurídico de la comunicación desde una perspectiva diferente a la empleada en otras asignaturas del mismo plan de estudios, dedicadas al análisis del Derecho (español) de la publicidad o a las políticas europeas de la comunicación.

1.3 Prerrequisitos

No se han establecido.



2. Competencias

2.1 Generales

Básicas

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-1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo.

CG-2 - Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer 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.

CG-3 - Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.

CG-4 - Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CG-5 - Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

CG-6 - Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos

2.2 Específicas

CE-2 - Capacidad para asumir el liderazgo. Capacidad de asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.

CE-3 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.

CE-5 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.



CE-6 - Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos compatibles e incluso sinérgicos.

CE-7 - Capacidad y habilidad de atención al cliente: Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de la atención al cliente de la agencia., asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing.

CE-8 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse del Área de comunicación de un organismo o empresa. Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual.

CE-9 - Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación.

CE-10 - Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión y la docencia: es decir, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.

CE-11 - Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia, analizando las características funcionales de la campaña y su desarrollo operativo.

CE-12 - Capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrolla el departamento de medios de una agencia y en mayor medida las denominadas centrales de medios.

CE-13 - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.

CE-16 - Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa.

CE-17 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos e intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma.

CE-18 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.

CE-19 - Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.

CE-20 - Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.

CE-21 - Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos.

CE-22 - Preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir.

CE-23 - Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.

CE-24 - Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas.

CE-25 - Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.

CE-26 - Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en su ámbito de actividad.

CE-27 - Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.



3. Objetivos

- 3.1.- Capacidad para comprender la incidencia de los derechos constitucionales en el proceso comunicativo y, especialmente, en el campo de la publicidad.
- 3.2.- Capacidad para evaluar la existencia de eventuales derechos fundamentales en el ámbito comunicativo.
- 3.3.- Capacidad para asesorar a empresas de comunicación, periodistas, y particulares en relación con el alcance de los derechos fundamentales que modulan el proceso comunicativo.

4. Contenidos

El estudio de las políticas de comunicación en el contexto europeo se articula a través del examen de los siguientes bloques.

- Las libertades de expresión e información. Su incidencia en la publicidad.
- Los derechos fundamentales que limitan las libertades de expresión e información.
- La conflictiva relación entre las libertades comunicativas y los derechos de la personalidad.

5. Métodos docentes y principios metodológicos

El calendario y horario será el fijado, para cada curso escolar, por las autoridades académicas. Cada guía docente informará sobre dicho horario, así como sobre el calendario académico y fechas de exámenes de la asignatura.

La utilización de los métodos docentes guarda lógica relación con los distintos contenidos que forman parte de la asignatura. Las prácticas podrán consistir en el análisis de textos normativos, resoluciones judiciales, lecturas doctrinales o el planteamiento de casos reales o ficticios. La guía docente puede establecer metodologías adicionales o específicas.

Los profesores responsables de los grupos podrán servirse, en la medida en que lo estimen oportuno, de la plataforma virtual de Moodle, así como recomendar el uso de manuales o de otros recursos útiles para el aprendizaje de la asignatura.

La guía docente recogerá expresamente el horario de tutorías del profesor o profesores responsables del grupo, así como sus datos de contacto. Además, podrá recoger medidas adicionales de apoyo tutorial.



6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Impartición de clases teóricas / prácticas	15	Estudio	22,5
Impartición de clases prácticas	15	Resolución de clases prácticas	22,5
Total presencial	30	Total no presencial	45

7. Sistema y características de la evaluación

La docencia se imparte en el segundo cuatrimestre del tercer curso.

En la guía docente se concretará el modelo de evaluación que se anudará a los exámenes, que podrán ser escritos, orales o mixtos, sobre contenidos teóricos y/o prácticos. También podrán establecerse en el mismo, de forma opcional, la realización de pruebas académicas suplementarias y un eventual sistema de evaluación continua. De optarse por este sistema de evaluación deberá determinarse con precisión los requisitos y beneficios que se anudan al mismo.

El profesor de cada grupo podrá establecer, finalmente, un régimen sancionador propio relacionado con la realización fraudulenta de exámenes y plagios en las prácticas.

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Exámenes	El fijado en la guía docente	Las guías docentes podrán establecer criterios de evaluación continua
Elaboración de actividades prácticas	El fijado en la guía docente	Las guías docentes podrán establecer criterios de evaluación continua

*

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Convocatoria ordinaria:<ul style="list-style-type: none">○ Superación de los criterios determinados por cada profesor en su guía docente• Convocatoria extraordinaria:<ul style="list-style-type: none">○ Superación de los criterios determinados por cada profesor en su guía docente

8. Consideraciones finales