

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

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

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE	CENTRO	CÓDIGO CENTRO	
Universidad de Valladolid	Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación	40004294	
NIVEL	DENOMINACIÓN CORTA		
Grado	Publicidad y Relaciones Públicas		
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Valladolid			
NIVEL MECES			
2			
RAMA DE CONOCIMIENTO	CAMPO DE ESTUDIO	CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	No	
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
M ^a TERESA PARRA SANTOS	Vicerrectora de Ordenación Académica		
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
M ^a TERESA PARRA SANTOS	Vicerrectora de Ordenación Académica		
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
LUISA MORENO CARDENAL	Coordinadora del título		
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
Palacio de Santa Cruz. Plaza de Santa Cruz, 8	47002	Valladolid	983184284
E-MAIL	PROVINCIA		FAX
vicerrectora.ordenacion@uva.es	Valladolid		983186461
3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES			
De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.			
El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.			
		En: Valladolid, AM 17 de noviembre de 2025	
		Firma: Representante legal de la Universidad	



1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

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

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECIFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Valladolid	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
RAMA				
Ciencias Sociales y Jurídicas				
CAMPO DE ESTUDIO				
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas				
AGENCIA EVALUADORA				
Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León				
LISTADO DE MENCIIONES				
No existen datos				
MENCIÓN DUAL				
No				

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		
Universidad de Valladolid		
LISTADO DE UNIVERSIDADES		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
019	Universidad de Valladolid	
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
No existen datos		
CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	60	0
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
48	126	6

1.4-1.9 Universidad de Valladolid

1.4-1.9.1 CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS			
CÓDIGO	CENTRO	CENTRO RESPONSABLE	CENTRO ACREDITADO INSTITUCIONALMENTE
40004294	Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación	Si	No

1.4-1.9.2 Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación

1.4-1.9.2.1 Datos asociados al centro

MODALIDADES DE ENSEÑANZA EN LAS QUE SE IMPARTE EL TÍTULO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL/HÍBRIDA	A DISTANCIA/VIRTUAL
Sí	No	No
PLAZAS POR MODALIDAD		
180		
NÚMERO TOTAL DE PLAZAS		NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO PARA PRIMER CURSO
180	180	



IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE

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

1.10 JUSTIFICACIÓN
JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL TÍTULO Y CONTEXTUALIZACIÓN

Ver Apartado 1: Anexo 6.

1.11-1.13 OBJETIVOS FORMATIVOS, ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y DE INNOVACIÓN DOCENTE
OBJETIVOS FORMATIVOS
1. Principales Objetivos formativos del título:

Conforme a la experiencia española y europea, y las tendencias que actualmente se apuntan en el sector de la comunicación empresarial e institucional, y tal como desarrolla el Libro Blanco de los Títulos de Grado en Ciencias de la Comunicación (Aneca, 2005), este plan de estudios considera necesario diferenciar entre las exigencias de formación (codificadas como EF) y los objetivos fundamentales (codificados como O).

EF	EXIGENCIAS DE FORMACIÓN
EF-1	Capacidad analítico-crítica e interpretativa.
EF-2	Adeuada preparación profesional, basándose en conocimientos tanto técnicos como humanísticos, desde un punto de vista global e internacional y atendiendo a las necesidades propias del entorno.
EF-3	Acercamiento a la realidad profesional mediante la experimentación a través de prácticas en empresas e instituciones y en laboratorios docentes.
EF-4	Acercamiento, desde la reflexión y el estudio, al quehacer comunicativo, entendido como el conjunto de sus diferentes acciones, especialmente publicitarias, de relaciones públicas, de comunicación corporativa, interna, promocional, etc., de patrocinio y mecenazgo, de comunicación y marketing relacional, directo, etc.
EF-5	Capacidad de desarrollo de nuevos enfoques creativos en las tareas asignadas.
EF-6	Capacidad de comunicar eficazmente para el desarrollo y optimización de sinergias grupales y para la toma de decisiones.
EF-7	Actitud estratégica que permita la anticipación y adaptación a los cambios (tanto por causas endógenas como exógenas) y la detección de problemas, así como la resolución de los mismos.

De manera general, se considera que los **objetivos fundamentales** del Grado de Publicidad y

Relaciones Públicas deben ser los siguientes:

O	OBJETIVOS FUNDAMENTALES
O-1	Dentro del Título de Publicidad y Relaciones Públicas se ha de fomentar la capacidad crítica, analítica e interpretativa, aportando los conocimientos de las técnicas de investigación y procedimientos de trabajo necesarios, teniendo en cuenta las transformaciones tecnológicas que implican una nueva concepción de la comunicación, presidida por el cambio digital, la innovación y la creatividad, desde sólidos principios éticos y deontológicos. Ello deberá hacer compatibles las demandas de la sociedad y las necesidades del cliente, ofreciendo soluciones de comunicación eficientes.
O-2	Los graduados en Publicidad y Relaciones Públicas han de adquirir un conocimiento básico y general de los principales puntos de inflexión que configuran el panorama actual de la labor del profesional de la comunicación, especialmente publicitaria y de las relaciones públicas. Los conocimientos deben ser siempre relevantes para la comprensión del fenómeno de la comunicación y de su función en la sociedad contemporánea. De esta manera se conseguirá que los graduados se conviertan en buenos conocedores del contexto social, cultural, político, económico y empresarial en el que se inserta su trabajo y sepa adecuar de forma responsable su labor al mismo.
O-3	El Título de Publicidad y Relaciones Públicas debe proporcionar un conocimiento exhaustivo de todos los elementos que conforman y se interrelacionan en el sistema de la comunicación, especialmente publicitaria y las relaciones públicas, para su aplicación a la realidad de las organizaciones y para el desarrollo de una actitud estratégica. Esta formación le capacitará para la toma de decisiones y la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.



O-4	Los graduados en Publicidad y Relaciones Públicas deberán ser capaces de comunicarse y expresarse con coherencia y corrección en su ejercicio profesional; para ello deberán dominar el uso especializado de la/s lengua/s de su comunidad y del inglés.
O-5	Estos graduados serán capaces de construir, planificar y evaluar acciones y discursos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas para la elaboración de campañas de comunicación, para lo que conocerán también las posibilidades de aplicación eficaz de las diferentes tecnologías.
O-6	Los graduados de Publicidad y Relaciones Públicas deben conocer las teorías categorías y conceptos que más han incidido en las diferentes ramas de investigación, desarrollo e innovación de la comunicación empresarial institucional así como su necesidad de autorregulación por sus consecuencias éticas y socio-culturales.

ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE INNOVACIÓN DOCENTE

1.14 PERFILES FUNDAMENTALES DE EGRESO Y PROFESIONES REGULADAS

PERFILES DE EGRESO

<https://www.uva.es/export/sites/uva/2.estudios/2.03.grados/2.02.01.oferta/estudio/e45c020b-72fd-11ec-ae63-00505682371a/>

HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS

No

NO ES CONDICIÓN DE ACCESO PARA TITULO PROFESIONAL

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

CE-1 - Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales TIPO: Competencias

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. TIPO: Competencias

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

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. TIPO: Competencias

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

CE-14 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas. TIPO: Competencias

CE-15 - Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos. TIPO: Competencias

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

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. TIPO: Competencias

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. TIPO: Competencias

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

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. TIPO: Competencias

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

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

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

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



CE-24 - Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas. TIPO: Competencias
CE-25 - Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes. TIPO: Competencias
CE-26 - Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en su ámbito de actividad. TIPO: Competencias
CE-27 - Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas. TIPO: Competencias
CE-3 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio TIPO: Competencias
CE-4 - Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad TIPO: Competencias
CE-5 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
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 continua antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
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 TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
CG-4 - Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado. TIPO: Competencias
CG-5 - Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. TIPO: Competencias
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 TIPO: Competencias

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

3.1 REQUISITOS DE ACCESO Y PROCEDIMIENTOS DE ADMISIÓN

3.1.a). Requisitos de acceso

El acceso y admisión se realiza conforme a lo descrito en el Artículo 15. Acceso y admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

Asimismo, el Real Decreto 412/2014 de 6 de junio establece la normativa básica de los procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado. Asimismo, cada curso académico se establecen Acuerdos de la Comisión Coordinadora del Distrito Único de Castilla y León relativos a la admisión en las enseñanzas universitarias oficiales de Grado en las universidades públicas de Castilla y León.

En el apartado de "Admisión a los estudios de Grado" del Portal del estudiante (enlazado en la página web de la universidad), se incluye información relevante sobre este particular: <https://www.uva.es/export/sites/uva/2.estudios/2.01.admisionalosestudios/2.01.01.admisiongrado/>



Asimismo, en el apartado de "Admisión de estudiantes extranjeros" se puede encontrar información clara sobre el acceso a los estudios de Grado para estudiantes procedentes de otros países: <https://www.uva.es/export/sites/uva/2.estudios/2.01.admisionalosestudios/2.01.04.admisionestudiantesextranjeros/>

3.1.b). Procedimiento y criterios de admisión:

Selección de los estudiantes que podrán cursar los itinerarios ofertados

El criterio de acceso para las asignaturas optativas se establece por orden de matriculación. Tan sólo existe una salvedad en el itinerario de optativas nº 7, integrado por las siguientes asignaturas: *Fundamentos de marketing turístico, Plan de marketing de destinos turísticos, Distribución y comercialización de productos turísticos, Marketing electrónico, Estructura económica de los mercados turísticos, Itinerarios turísticos e información turística, Recursos territoriales turísticos, y Planificación y gestión del patrimonio cultural*, donde se prioriza el acceso a los alumnos aceptados en el programa de simultaneidad de estudios con el Grado de Turismo. Estos estudiantes serán seleccionados teniendo en cuenta sus expedientes académicos.

Perfil de ingreso:

La Titulación está abierta a cualquier alumno que cumpla con los requisitos previos establecidos por el MEC. No importa el itinerario anterior (Científico-tecnológico, Artes, o Ciencias Sociales-Humanidades) realizado por una alumna o un alumno que crea poder ver cumplida una vocación ya definida o que quiera descubrir en estos estudios una vocación potencial y aún no desvelada.

Esta Titulación pretende abrir a su alumnado un gran abanico de posibilidades creativas, para el ejercicio del pensamiento crítico y el ejercicio aplicado de una comunicación innovadora. Para ello el Plan de Estudios cuida todos los campos específicos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas desde un contexto cambiante y en permanente transformación. Partimos en todo momento del nuevo contexto que promueven las tecnologías digitales y consideramos fundamental dar una orientación humanista, reforzando los aspectos éticos y deontológicos a las materias y asignaturas programadas, promoviendo la accesibilidad universal a los contenidos conceptuales, actitudinales y procedimentales propuestos. Partimos del reconocimiento del papel principal de un alumno que deberá ser protagonista a la hora de construir su propio aprendizaje. A título orientativo citamos una serie de requisitos previos que alumno debería tener en cuenta en este proyecto innovador de Titulación:

- Interés en el mundo de la Publicidad y de las Relaciones Públicas e inquietud por comprender el nuevo papel de la Comunicación en el Siglo XXI.
- Capacidad de análisis.
- Creatividad y capacidad innovadora.
- Capacidad para la expresión plástica y/o gráfica.
- Facilidad para el manejo de instrumentos técnicos audiovisuales y multimedia.
- Capacidad para el trabajo en equipo.
- Buen talante y apertura de miras para ejercer un juicio constructivo, tanto en la faceta autocritica como con respecto al trabajo de los demás.
- Constancia en el trabajo y ganas de aprender.
- Interés en participar en las propuestas académicas.
- Interés en proponer nuevas iniciativas relacionadas con los contenidos estudiados (capacidad de iniciativa).

3.2 CRITERIOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIAS DE CRÉDITOS

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

MÍNIMO	MÁXIMO
0	60

Adjuntar Convenio

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 3: Anexo 2.	
--------------------------	--

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	36

DESCRIPCIÓN

El reconocimiento y transferencia de créditos se realiza conforme a lo descrito en el Artículo 10. Procedimientos de reconocimiento y transferencias de créditos académicos en los títulos universitarios oficiales del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

La normativa propia, correspondiente a la Universidad de Valladolid, que desarrolla lo anterior puede consultarse en el siguiente enlace:



<https://www.uva.es/export/sites/uva/2.estudios/2.10.normativa/detalle/Normativa-de-reconocimiento-y-transferencia-de-creditos-00001/>

Asimismo, de acuerdo con el Artículo 10. Procedimientos de reconocimiento y transferencias de créditos académicos en los títulos universitarios oficiales. Para la convalidación de créditos de grado superior de formación profesional se adjunta el Convenio entre la Administración General de la Comunidad de Castilla y León y la Universidad de Valladolid para el desarrollo de actuaciones conjuntas dirigidas al análisis de correspondencias entre estudios de formación profesional de grado superior y estudios universitarios de grado firmado en 2021 y con vigencia de 4 años.

En el marco de dicho convenio se procede a realizar los correspondientes análisis de las correspondencias entre los ciclos formativos de grado superior de formación profesional que se imparten en Castilla y León y los estudios universitarios de grado que se imparten en la Universidad de Valladolid para su valoración y aprobación por la Comisión Mixta y de Seguimiento. Fruto de dicho análisis se publican las tablas de reconocimiento de todos los títulos en el siguiente enlace: <https://www.uva.es/export/sites/uva/2.estudios/2.06.oficinavirtual/2.06.01.tramitesacademicos/2.06.01.07.reconocimientoentrepygrado/index.html>

3.3 MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA

Se incluye la movilidad como anexo.

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1 ESTRUCTURA BÁSICA DE LAS ENSEÑANZAS

DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.1 SIN NIVEL 1

NIVEL 2: Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades

4.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO
Básica	28 Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas
ECTS NIVEL2	60

DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
18	24	12
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

NIVEL 3: Historia universal contemporánea

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

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



NIVEL 3: Teorías de la comunicación y de la información**4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3**

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

NIVEL 3: Derecho de la publicidad**4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3**

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

NIVEL 3: Psicología de la comunicación**4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3**

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

NIVEL 3: Estructura social contemporánea**4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3**

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		6
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

NIVEL 3: Comunicación, educación y sociedad en el contexto digital**4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3**

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Principios de economía		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Teoría del lenguaje		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Arte y publicidad		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Fundamentos de marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Cuatrimestral



DESPLIEGUE TEMPORAL

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

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE-1 - Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales TIPO: Competencias

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

CE-14 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas. TIPO: Competencias

CE-15 - Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos. TIPO: Competencias

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

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. TIPO: Competencias

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. TIPO: Competencias

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

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. TIPO: Competencias

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

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

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

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

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

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

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

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

CE-3 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio TIPO: Competencias

CE-4 - Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad TIPO: Competencias

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

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. TIPO: Competencias



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 continua antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing TIPO: Competencias

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. TIPO: Competencias

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 TIPO: Competencias

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. TIPO: Competencias

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. TIPO: Competencias

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

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

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 TIPO: Competencias

NIVEL 2: Fundamentos de la comunicación publicitaria

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Según Asignaturas
ECTS NIVEL 2	48

DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral

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

NIVEL 3: Historia de la Publicidad

4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

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

NIVEL 3: Estructura económica de los mercados turísticos

4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL



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

NIVEL 3: Teoría de la Publicidad**4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3**

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

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

NIVEL 3: Sistemas de información y comunicación**4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3**

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

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

NIVEL 3: Teoría de la Imagen**4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3**

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

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

NIVEL 3: Introducción a las tecnologías de la comunicación**4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3**

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		4



ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Estructuras del sistema publicitario		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		4
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Documentación y fuentes publicitarias		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	3	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Opinión pública		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		3
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Modelos de análisis del mensaje publicitario		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		3



ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Industrias culturales		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	3	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CE-1 - Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales TIPO: Competencias		
CE-15 - Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
CE-19 - Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
CE-20 - Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita. TIPO: Competencias		
CE-23 - Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos TIPO: Competencias		
CE-24 - Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas. TIPO: Competencias		
CE-25 - Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes. TIPO: Competencias		
CE-27 - Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas. TIPO: Competencias		
CE-3 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio TIPO: Competencias		
CE-4 - Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
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 TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
CG-5 - Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. TIPO: Competencias		



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 TIPO: Competencias

NIVEL 2: Funcionamiento del sistema publicitario
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Según Asignaturas
ECTS NIVEL 2	72

DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
4	14	17
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
4	33	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

NIVEL 3: Los anunciantes: dirección y gestión de la comunicación publicitaria
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

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

NIVEL 3: Marketing Estratégico
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

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

NIVEL 3: Estadística aplicada a la publicidad
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		3



ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Publicidad interactiva		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	3	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Patrocinio y Mecenazgo		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	3	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Fundamentos del marketing turístico		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Plan de Marketing de destinos turísticos		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	



ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Distribución y comercialización de destinos turísticos		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Marketing electrónico		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Las agencias de publicidad: dirección y gestión de cuentas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	4	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Planificación estratégica de la publicidad		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	4	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12



NIVEL 3: Públicos y usuarios de la comunicación publicitaria**4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3**

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		4
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

NIVEL 3: Los medios publicitarios: investigación, planificación y gestión**4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3**

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	6	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

NIVEL 3: Investigación de la eficacia publicitaria**4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3**

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
4		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

NIVEL 3: Ética y deontología de la comunicación y de los consumidores**4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3**

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		4
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

NIVEL 3: Gestión comercial de las empresas multimedia**4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3**

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	3	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Marketing directo y promocional		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		3
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
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. TIPO: Competencias		
CE-11 - Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciate y la agencia, analizando las características funcionales de la campaña y su desarrollo operativo. TIPO: Competencias		
CE-13 - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes TIPO: Competencias		
CE-19 - Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores. TIPO: Competencias		
CE-20 - Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita. TIPO: Competencias		
CE-21 - Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos. TIPO: Competencias		
CE-23 - Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos TIPO: Competencias		
CE-24 - Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas. TIPO: Competencias		
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., asistiendo de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
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 TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		



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. TIPO: Competencias

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

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

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 TIPO: Competencias

NIVEL 2: Comunicación, creación y producción publicitarias

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Según Asignaturas
ECTS NIVEL 2	60

DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
6	9	18
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
18	9	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

NIVEL 3: Lenguaje publicitario

4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

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

NIVEL 3: Historia del cartel

4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

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

NIVEL 3: Música y publicidad

4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
-----------------	------------------------	----------------------------



Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	3	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Creatividad on line		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
3		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Laboratorio de fotografía publicitaria		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		3
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Laboratorio de diseño gráfico		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	3	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Laboratorio multimedia		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		



ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	3	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Laboratorio audiovisual		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
3		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Ideas, métodos y estrategias creativas: el plan o proyecto creativos		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Procesos de creación del mensaje publicitario: medios y soportes		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Producción y realización publicitarias		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3



ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Narrativa publicitaria		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		3
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Retórica de la publicidad		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		3
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Dirección de Arte		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
3		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Redacción publicitaria		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6



ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
3		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Técnicas de expresión oral: presentación de campañas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		3
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CE-1 - Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
CE-14 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas. TIPO: Competencias		
CE-15 - Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
CE-19 - Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
CE-20 - Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita. TIPO: Competencias		
CE-21 - Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos. TIPO: Competencias		
CE-22 - Preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir. TIPO: Competencias		
CE-23 - Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos TIPO: Competencias		
CE-24 - Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas. TIPO: Competencias		
CE-25 - Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes. TIPO: Competencias		
CE-26 - Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en su ámbito de actividad. TIPO: Competencias		
CE-3 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio TIPO: Competencias		
CE-4 - Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad TIPO: Competencias		
CE-5 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual TIPO: Competencias		



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. TIPO: Competencias

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 TIPO: Competencias

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. TIPO: Competencias

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. TIPO: Competencias

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

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

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 TIPO: Competencias

NIVEL 2: La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Según Asignaturas
ECTS NIVEL 2	36

DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral

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

NIVEL 3: Psicología de la publicidad

4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

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

NIVEL 3: Publicidad e Igualdad

4.1.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6



ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
3		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Métodos y técnicas de Investigación social		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
4		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Teoría Crítica de la cultura		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
4		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Sociología de la publicidad y del consumo		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
4		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Publicidad política y propaganda		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
3		



ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Nuevas manifestaciones artísticas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	3	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Redes sociales de comunicación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	3	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Laboratorio de estudios de recepción		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
3		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Comunicación y derechos fundamentales		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		3
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12



4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE-1 - Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
CE-11 - Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciate y la agencia, analizando las características funcionales de la campaña y su desarrollo operativo. TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
CE-13 - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes TIPO: Competencias
CE-14 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas. TIPO: Competencias
CE-15 - Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos. TIPO: Competencias
CE-16 - Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa. TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
CE-19 - Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores. TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
CE-3 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio TIPO: Competencias
CE-4 - Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad TIPO: Competencias
CE-5 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
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 TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
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 TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias



CG-4 - Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado. TIPO: Competencias		
CG-5 - Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. TIPO: Competencias		
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 TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Teoría y técnica de las Relaciones Públicas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Según Asignaturas	
ECTS NIVEL 2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		4
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		7
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
10	3	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Fundamentos de las Relaciones Públicas		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		4
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Dirección Estratégica de las Relaciones Públicas		
4.1.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		4
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Responsabilidad Social Corporativa e Institucional		
4.1.1.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral



DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
4		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Comunicación de Crisis		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
		3
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Creatividad e Innovación en las Relaciones Públicas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	3	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Protocolo y organización de eventos		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
3		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Relaciones Públicas Institucionales		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3



ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
3		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE-1 - Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales TIPO: Competencias

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. TIPO: Competencias

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

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

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. TIPO: Competencias

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. TIPO: Competencias

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

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. TIPO: Competencias

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

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

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

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

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

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

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

CE-3 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio TIPO: Competencias

CE-4 - Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad TIPO: Competencias

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

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. TIPO: Competencias

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 TIPO: Competencias

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. TIPO: Competencias



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. TIPO: Competencias		
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 TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
CG-4 - Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado. TIPO: Competencias		
CG-5 - Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. TIPO: Competencias		
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 TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Gestión de intangibles: cultura y comunicación corporativa e institucional		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Según Asignaturas	
ECTS NIVEL 2	42	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		4
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
4	4	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6	24	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Cultura e identidad corporativas		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
		4
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Planificación y gestión del patrimonio cultural		
4.1.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6



ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Gestión de la comunicación corporativa e institucional		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
4		
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Gestión de marca		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	4	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
	4	
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Comunicación Interna		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
3		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Marketing relacional		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
3		



ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Programas de identidad visual corporativa		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	3	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Políticas de comunicación en el contexto europeo		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	3	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	3	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Itinerarios turísticos e información turística		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Recursos territoriales turísticos		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12



4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE-1 - Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
CE-13 - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes TIPO: Competencias
CE-16 - Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa. TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
CE-19 - Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores. TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
CE-20 - Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita. TIPO: Competencias
CE-23 - Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos TIPO: Competencias
CE-25 - Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes. TIPO: Competencias
CE-27 - Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas. TIPO: Competencias
CE-3 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio TIPO: Competencias
CE-4 - Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
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 TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
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. TIPO: Competencias
CG-4 - Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado. TIPO: Competencias
CG-5 - Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. TIPO: Competencias
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 TIPO: Competencias
NIVEL 2: Prácticas y actividades formativas en Empresas e Instituciones
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2



CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
12		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Prácticas Externas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Actividades complementarias		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
6		
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
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. TIPO: Competencias		
CE-11 - Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciate y la agencia, analizando las características funcionales de la campaña y su desarrollo operativo. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
CE-13 - Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes TIPO: Competencias		
CE-14 - Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas. TIPO: Competencias		
CE-15 - Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos. TIPO: Competencias		
CE-16 - Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa. TIPO: Competencias		



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. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
CE-19 - Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores. TIPO: Competencias		
CE-20 - Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita. TIPO: Competencias		
CE-21 - Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos. TIPO: Competencias		
CE-22 - Preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir. TIPO: Competencias		
CE-23 - Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos TIPO: Competencias		
CE-24 - Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas. TIPO: Competencias		
CE-25 - Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes. TIPO: Competencias		
CE-26 - Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en su ámbito de actividad. TIPO: Competencias		
CE-27 - Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas. TIPO: Competencias		
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 TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
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 TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
CG-4 - Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado. TIPO: Competencias		
CG-5 - Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. TIPO: Competencias		
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 TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Trabajo fin de grado		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9



	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Trabajo Fin de Grado		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado / Máster	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
	6	
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CE-1 - Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
CE-3 - Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio TIPO: Competencias		
CE-4 - Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad TIPO: Competencias		
CE-5 - Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
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 TIPO: Competencias		
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 TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Competencias		
CG-4 - Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado. TIPO: Competencias		
CG-5 - Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. TIPO: Competencias		
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 TIPO: Competencias		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 2		
4.2 ACTIVIDADES Y METODOLOGÍAS DOCENTES		
ACTIVIDADES FORMATIVAS		



Elaboración, redacción del Trabajo de Fin de Grado y defensa ante la comisión que lo juzgue Investigación y desarrollo cuantitativa y/o cualitativa sobre los objetivos propuestos Estudio, lecturas y trabajo autónomo Tutorías individuales o grupales Redacción de la memoria Realización de la Práctica Externa Tutoría y seguimiento Actividades Complementarias Trabajo autónomo personal o grupal Evaluación Tutorías Prácticas y seminarios Clases teóricas y expositivas

METODOLOGÍAS DOCENTES

Las actividades que en cada caso, según las asignaturas, se programen, se desarrollarán recurriendo a las metodologías básicas de enseñanza y aprendizaje siguientes:

- **Clases teóricas:** marco general de la creatividad en general, de la creatividad publicitaria y conocimientos específicos para el análisis y la elaboración de los mensajes propios de comunicación comercial, institucional o corporativa.
- **Estudios de casos previos:** modelización, aplicación y transferencias, entrenamiento en resolución de nuevos casos en nuevos contextos.
- **Aprendizaje y resolutiva de casos basados en problemas concretos:** A partir del análisis y la investigación, proponer la resolución creativa de los problemas que se demanden en situaciones de realidad, eficacia y responsabilidad.
- **Métodos de proyectos que facilitan el procedimiento creativo y de toma de decisiones en el entorno de la comunicación:** se favorecen la creatividad y la toma de decisiones, a partir de #briefings# concretos que se propongan., reproduciendo procesos creativos y entornos semejantes a las rutinas y protocolos profesionales.
- **Trabajos de grupos sobre prácticas** trabajos cooperativos, interactivos, pragmáticos, proyectivos, solidarios, transversales, auto evaluativos, que favorezcan aprendizajes creativos de alta competencia profesional, y legitimados en una base deontológica.
- **Trabajos de laboratorios**, que aproximen y familiaricen con los entornos tecnológicos y mediáticos imprescindibles para la realización y producción de los mensajes de la comunicación publicitaria.

Estos procedimientos metodológicos máximos se podrán concretar en otros recursos más operativos y en otros entornos más adecuados, tales como

- **Lecturas de libros y obras fuentes** para profundizar el conocimiento del proceso creativo como apoyo docente.
- **Presentaciones concretas** del alumnado en las clases.
- **Seminarios y talleres** monográficos.
- **Diversas dinámicas grupales** en el entorno del aula.
- **Prácticas externas al aula** con objetivos, temporalización y recursos muy explícitos y concretos.
- **Estudios y trabajos individuales**, que potencien la autonomía personal.

En todo caso, y como criterio general, se aplicarán herramientas de una metodología de enseñanza-aprendizaje basada en una gestión cooperativa, significativa y experiencial en el contexto teórico y práctico del aprendizaje.

El contexto general de la metodología de enseñanza-aprendizaje será el programa y desarrollo del **plan de tutorías**, pieza axial de los posibles logros a conseguir.

Se establecerá como requisito de buenas prácticas docentes la necesidad de una Coordinación periódica de todo el profesorado que imparta las asignaturas vinculadas a esta materia para ir ajustando a criterios de la mayor coherencia con las competencias y objetivos, así con la mayor eficacia en el logro de los resultados de aprendizajes previstos y cualquier otro ajuste entre los elementos internos y externos interviniéntes en el desarrollo de las asignaturas.

4.3 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Para evaluar el desarrollo de las competencias establecidas en el apartado 3.2., y la consecución de los resultados y objetivos de aprendizaje previstos, se tendrán en cuenta, como criterios generales que cada materia y/o asignatura deberá aplicar, los **procedimientos fundamentales de evaluación** que se describen a continuación.

Dada la complejidad de competencias y objetivos a evaluar será necesario instrumentar un amplio abanico de recursos y procedimientos evaluadores que perfilén y tengan en cuenta tanto los procesos y aprendizajes observables como los productos, actividades y trabajos realizados por el alumnado a lo largo del periodo de desarrollo de las asignaturas.

Tanto en la titulación, como en la materia y en cada una de las asignaturas que la integran, los distintos procedimientos de evaluación cumplen los siguientes **criterios básicos de evaluación**:

Evaluación sumativa

Evolución personal

Evolución formativa

Evaluación cuantitativa y cualitativa

Evaluación progresiva y continua

Evaluación objetiva

Evaluación transversal

Evaluación como aprendizaje

Se dará cabida a tipos de pruebas de autoevaluación, que desarrollean procedimientos de autocontrol y autocritica tanto en el uso de los procedimientos y recursos como en el proceso de maduración del alumnado .



En la medida que nuevos soportes y plataformas de enseñanza-aprendizaje se vayan implantando, como *moodle* u otros de valor virtual u on-line, será necesario adecuar estos criterios así como las herramientas de evaluación utilizadas.

Los principales tipos de pruebas de evaluación que se proponen para el grado son:

1.- Pruebas para evaluar competencias relacionadas con la comprensión, análisis, expresión de la información:

- Pruebas objetivas (diversas modalidades de test)
- Pruebas semi-objetivas (cuestionarios de preguntas abiertas y cortas)
- Pruebas de desarrollo escrito (Pruebas sobre cuestiones a desarrollar)
- Entrevistas orales (con requisitos legales muy estrictos, como tribunales o registros)

2.- Pruebas para evaluar competencias relacionadas con la aplicación de técnicas, procedimientos o protocolos de actuación y resolución de problemas

- Solución de problemas
- Análisis de casos o supuestos prácticos
- Registros de observación sistemática (listado de variables precisas sobre comportamientos o circunstancias observables para la obtención de datos cuantificables)

3.- Pruebas para evaluar competencias relacionadas con la capacidad de investigar, pensar o actuar con creatividad, comunicarse verbalmente

- Proyectos o trabajos sobre demandas concretas tanto de tipo académico como profesional (Trabajos en grupos creativos sobre #briefings#)
- Presentaciones de los trabajos siguiendo pautas y protocolos profesionales
- Entrevistas orales sobre el análisis de casos y las soluciones propuestas.

4.- Pruebas para evaluar otras competencias profesionales, sociales y personales, de carácter transversal

- Pruebas de ejecución de tareas o problemas planteados tanto individualmente o en grupos.
- Solución de problemas reales o simulados.
- Análisis de casos o supuestos prácticos.
- Entrevistas orales en régimen de tutorías.

Habrá que seleccionar aquellos procedimientos oportunos según las competencias, los objetivos y las actividades a evaluar teniendo muy en cuenta las ventajas y desventajas que cada herramienta conlleva (V. Montanero et al. (2006) Orientaciones para la elaboración del Plan Docente de una materia (Guía extensa). Tabla 4. Oficina de Convergencia Europea. Servicio de Orientación y Formación Docente. Universidad de Extremadura. Disponible en: <http://www.unex.es>)

Cada asignatura debe incluir junto a los criterios generales de evaluación de la titulación y de la materia, la selección de las herramientas adecuadas y **los criterios de calificación** de todas y cada de las actividades propuestas, su secuencialidad temporal, así como los porcentajes que cada actividad y herramienta tengan en la calificación cuantitativa final para que sea ponderada y equitativa. Por ejemplo, en caso de realizar un ejercicio escrito: La prueba consistirá en un cuestionario abierto y escrito, tanto teórico como práctico. Se puntuará por cuestiones, dando 1 punto a cada cuestión y 2 a la práctica. El conjunto del ejercicio se valorará sobre 10 puntos. Aprobándose el ejercicio si se superan los 5 puntos.

El sistema de calificaciones será, para todas las materias y asignaturas del grado, el establecido en el Real Decreto 1125/2003 de 5 de septiembre o en el que lo sustituya.

4.4 ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS



5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

PERSONAL ACADÉMICO

Ver Apartado 5: Anexo 1.

OTROS RECURSOS HUMANOS

Ver Apartado 5: Anexo 2.

6. RECURSOS MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

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

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN

CURSO DE INICIO	2010
-----------------	------

Ver Apartado 7: Anexo 1.

7.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

La extinción de la actual Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas se realizará de acuerdo a la legislación vigente, párrafo 3º del art. 11 del R.D. 1497/1987 de 27 de noviembre.

La adaptación de los estudios existentes al nuevo plan de estudios se propone por asignaturas, atendiendo a los contenidos y objetivos formativos de cada una de ellas de acuerdo con la siguiente tabla.

TABLA DE ADAPTACIONES ENTRE LOS ESTUDIOS DE GRADO Y LA LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Grado en Publicidad y RR.PP.				Licenciatura en Publicidad y RR.PP.				
PRIMER CURSO:	CRED	TIPO	COD.MAT	COD.	ASIGNATURA	CRED.	Curso	
Historia Universal Contemporánea	6	FB	1.M0	30715	Historia Universal Contemporánea	6	1º	
Teorías de la Comunicación y de la Información	6	FB	10.M0	30752	Teoría de la Información	6	2º	
Teoría del Lenguaje	6	FB	7.M0	30718	Lengua Española	8	1º	
Historia de la Publicidad Teoría Gral. de la Publicidad	6 6	OB OB	1.M1	30716 30727	Teoría Gral. de la Publicidad Historia de la Publicidad	6 4	1º Opt.	
Sistemas de Información y Comunicación	6	OB	2.M1	30865	Información Audiovisual	6	3º	
Comunicación, Educación y Sociedad en el contexto digital	6	FB	5.M0	30719	Teoría de la Comunicación	6	1º	
Principios de Economía	6	FB	6.M0	30720	Principios de Economía	6	1º	
Arte y Publicidad	6	FB	8.M0	30812	Movimientos Artísticos Contemporáneos.	6	3º	
Fundamentos de Marketing	6	FB	9.M0	30757	Introducción al Marketing	6	3º	
SEGUNDO CURSO:ASIGNATURAS		CRED	TIPO	COD.MAT	COD.	ASIGNATURA	CRED.	Curso
Estructura Social Contemporánea		6	FB	4.M0	30748 30755	Sociología Estructura Social	4 4	2º 2º
Teoría de la Imagen		4	OB	3.M1	30723	Teoría General de la Imagen	6	1º
Psicología de la Comunicación		6	FB	3.M0	30756	Fund.Psicosociales de la Información	4	2º
Estructuras del Sistema Publicitario		4	OB	5.M1	30817	Estructura de la Actividad Publicitaria y de las RR.PP.	6	4º
Introducción a las Tecnologías de la Comunicación		4	OB	4.M1	30717 30751	Tecnología de la Información. Escritura Tecnología de los Medios Audiovisuales	6 6	1º 2º
Cultura e Identidad Corporativa		4	OB	25.M6	30820	Imagen Corporativa I	6	4º
Fundamentos de las RR.PP.		4	OB	21.M5	30749	Fundamentos de las RR.PP.	6	2º



Lenguaje Publicitario	6	OB	13.M3	30811	Lenguaje Publicitario	6	3º
Métodos y Técnicas de Investigación Social	4	OB	18.M4	30818	Métodos y Técnicas de Investigación Social	4	4º
Derecho de la Publicidad	6	FB	2.M0	30819	Derecho de la Publicidad	6	4º
Los Anunciantes: Dirección y Gestión de la Comunicación Publicitaria	4	OB	6.M2				
Gestión de la Comunicación Corporativa e Institucional	4	OB	25.M6	30862	Imagen Corporativa II	4	5º
Sociología de la Publicidad y del Consumo	4	OB	20.M4	30859	Sociología de la Publicidad y del Consumo	6	5º
TERCER CURSO: ASIGNATURAS	CRED	TIPO	COD.MAT	COD.	ASIGNATURA	CRED.	Curso
Las Agencias de Publicidad: Dirección y Gestión	4	OB	7.M2				
Psicología de la Publicidad	6	OB	17.M4	30857	Psicología aplicada a la Publicidad y a las RR:PP:	6	5º
Planificación Estratégica de la Publicidad	4	OB	8.M2	30861	Modelos Estratégicos de la Publicidad	4	5º
Los Medios Publicitarios: Investigación, Planificación y Gestión	6	OB	10.M2	30816 30855	Investigación de Medios Planificación de Medios	6 4	4º 5º
Gestión de Marca	4	OB	26.M6				
Actividad Complementaria	6	AC	M7				
Dirección Estratégica de RR.PP.	4	OB	22.M5	30864	Planificación y Gestión de las RR.PP.	6	5º
Ideas, Métodos y Estrategias Creativas: el Plan o Proyecto Creativo	6	OB	14.M3	30815	Creatividad Publicitaria y en las RR.PP. I	6	4º
Ética y Deontología de la Comunicación y de los Consumidores	4	OB	12.M2	30823	Ética y Deontología de la Publicidad y de las RR.PP.	4	4º
Públicos y Usuarios de la Comunicación Publicitaria	4	OB	9.M2				
CUARTO CURSO:ASIGNATURAS	CRED	TIPO	COD.MAT	COD.	ASIGNATURA	CRED.	Curso
Procesos de Creación del Mensaje Publicitario	6	OB	15.M3	30854	Creatividad Publicitaria y las RR.PP. II	6	5º
Investigación de la Eficacia Publicitaria	4	OB	11.M2				
Responsabilidad Social Corporativa e Institucional	4	OB	23.M5				
Producción y Realización Publicitarias	6	OB	16.M3	30836 30837	Prod. Public. en los Medios Audiovisuales Prod. Public. en los M. Impresos	4 4	OP OP
Teoría Crítica de la Cultura	4	OB	19.M4	30731	Teoría de la Cultura	4	OP
Trabajo de Fin de Grado	6	TF	M7				
ASIGNATURAS OPTATIVAS	CRED	TIPO	COD.MAT	COD.	ASIGNATURAS	CRED.	Curso
Documentación y Fuentes Publicitarias	3	OP	1.M1	30810	Documentación	6	3º
Opinión Pública	3	OP	2.M1	30730	Opinión Pública	4	OP
Modelos de Análisis Publicitario	3	OP	3.M1	30729	Modelos de Análisis Publicitario	4	OP
Industrias Culturales	3	OP	4.M1	30735	Industrias Culturales	4	OP
Gestión Comercial de las Empresas Multimedia	3	OP	5.M2				
Marketing Directo y Promocional	3	OP	6.M2	30845	Marketing Directo	4	OP
Marketing Estratégico	3	OP	7.M2	30829	Marketing Estratégico	4	OP
Estadística Aplicada a la Publicidad	3	OP	8.M2	30846	Estadística Descriptiva aplicada a la Publicidad	4	OP
Publicidad Interactiva	3	OP	9.M2				
Patrocinio y Mecenazgo	3	OP	10.M2				
Narrativa Publicitaria	3	OP	11.M3	30822	Narrativa Audiovisual Aplicada	4	4º
Retórica de la Publicidad	3	OP	12.M3				
Dirección de Arte	3	OP	13.M3	30840	Dirección de Arte	4	OP
Redacción Publicitaria	3	OP	14.M3				



Técnicas de Expresión Oral	3	OP	15.M3	30741	Técnicas de Expresión Oral	4	OP
Historias del Cartel	3	OP	16.M3	30736	Historia del Cartel Publicitario	4	OP
Música y Publicidad	3	OP	17.M3				
Creatividad On Line	3	OP	18.M3				
Laboratorio de Fotografía Publicitaria	3	OP	19.M3	30850	Fotografía Publicitaria	4	OP
Laboratorio de Diseño Gráfico	3	OP	20.M3	30836	Producción Publicitaria en los Medios Audiovisuales	4	OP
Laboratorio Multimedia	3	OP	21.M3				
Laboratorio Audiovisual Digital	3	OP	22.M3				
ASIGNATURAS OPTATIVAS	CRED	TIPO	COD.MAT	COD.	ASIGNATURAS	CRED.	Curso
Publicidad Política y Propaganda	3	OP	23.M4				
Nuevas Manifestaciones Artísticas	3	OP	24.M4	30747	Arte Español Contemporáneo	4	OP
Redes Sociales de Comunicación	3	OP	25.M4				
Laboratorio de Estudios de Recepción	3	OP	26.M4				
Comunicación y Derechos Fundamentales	3	OP	27.M4	30849	Libertades Públicas y Publicidad	4	OP
Publicidad e Igualdad	3	OP	28.M4				
Protocolo y Organización de Eventos	3	OP	29.M5				
Comunicación Interna	3	OP	30.M5				
Relaciones Públicas Institucionales	3	OP	31.M5				
Innovación en las RR.PP.	3	OP	32.M5				
Marketing Relacional	3	OP	33.M6				
Programas de Identidad Visual Corporativa	3	OP	34.M6	30853	Programas de Identidad Visual Corporativa	4	OP
Comunicación de Crisis	3	OP	35.M6				
Políticas de Comunicación en el Contexto Europeo	3	OP	36.M6				
Actividades complementarias	6	OP	37.M7				
Prácticas en Empresas	6	OP	M7				

En cualquier caso, la Comisión del Centro encargada de las convalidaciones entenderá en las situaciones particulares que puedan presentarse.

A efectos de este procedimiento deberá entenderse por adaptación la aceptación e incorporación al expediente del estudiante, de los créditos que se estime de acuerdo con la normativa vigente, obtenidos en una titulación existente cuando los estudiantes se incorporen a este plan de estudios.

Se establece el siguiente procedimiento de adaptación:

1º Podrán realizar una solicitud de adaptación, los estudiantes que se incorporen a este plan de estudios si proceden de otros estudios oficiales que se van a extinguir.

2º Esta declaración se realizará con anterioridad a su matrícula, cumplimentando un impresario preestablecido elaborado por la Universidad de Valladolid.

3º La Comisión de Ordenación Académica y Profesorado aprobará las tablas de adaptación que se elaborarán por cada uno de los Centros en los que se imparte este Plan de Estudios para que los estudiantes conozcan con antelación a su matrícula las adaptaciones que se llevarán a cabo en su expediente.

4º Si las solicitudes de adaptación responden a casuísticas no recogidas en las tablas elaboradas, se solicitarán informes, en caso necesario, a los Departamentos correspondientes. Dichos informes se enviarán al Comité



Intercentros quien los estudiará y resolverá.

5º Si las solicitudes responden a adaptaciones que coincidan con las situaciones reflejadas en las tablas, se tramitarán de forma directa por las Secretarías de los Centros.

6º Desde la Secretaría de los Centros se notificará al estudiante la resolución de las adaptaciones.

7.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
3042000-40004294	Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas-Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación
3042000-40004294	Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas-Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD Y ANEXOS

8.1 SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

ENLACE	https://secretariageneral.uva.es/_documentos/VII.20.-Sistema-Garantia-Calidad-Grado.pdf
--------	---

8.2 INFORMACIÓN PÚBLICA

La Universidad de Valladolid se ocupa de los potenciales estudiantes que pueden acceder a sus aulas por los medios establecidos, ya sean estudiantes de secundaria, de formación profesional de tercer ciclo, mayores de 25 años, etc. Para ello lleva a cabo acciones de difusión e información de la oferta formativa previa a la matrícula en dos vertientes estratégicas:

1. Difusión e información institucional de carácter general.
2. Difusión e información propia de los distintos centros que forman parte de la Universidad de Valladolid.

La difusión e información previa a la matrícula, con carácter institucional, tiene como objetivo acercar la Universidad al futuro estudiante. Se le facilita información básica de la institución y de su oferta formativa. Se le informa, además, de las condiciones específicas de acceso a cada titulación y de los procedimientos de matriculación. Por otra parte, a través de diversas acciones, se diseñan materiales, mecanismos y métodos de información que faciliten esta tarea a los miembros de la comunidad universitaria que asuman responsabilidades en este aspecto.

Entre estas acciones hay que destacar:

I. Presentación de la Universidad de Valladolid y de su oferta formativa a través de:

- Sesiones informativas en las provincias y localidades próximas sobre los estudios existentes, los perfiles académicos y profesionales vinculados, las competencias más significativas, los programas de movilidad y de prácticas y las salidas profesionales. Estas sesiones las realiza personal técnico especializado de la Universidad junto con profesorado de sus centros.
- Jornadas de presentación en la propia Universidad de Valladolid a directores y responsables de servicios de orientación de centros de educación secundaria y formación profesional.
- Jornadas de puertas abiertas para fomentar la participación de futuros alumnos, padres, formadores y gestores de centros de formación.

II. Edición y difusión de material informativo en distintos formatos (papel, Web, digital,...) de la oferta formativa y de los servicios de la Universidad como, por ejemplo:

- **Guías de la oferta formativa UVa**

La Universidad edita guías de los distintos centros para informar sobre las vías y notas de acceso, planes de estudios, asignaturas obligatorias y optativas, programas de prácticas y de movilidad, perfiles académicos y profesionales, las competencias más destacadas, salidas profesionales de las titulaciones contempladas y posibles estudios complementarios que pueden realizarse.

- **La guía de matrícula**

Esta guía recoge información sobre cada titulación en términos de organización curricular, requisitos y protocolos de matriculación, exigencias y compatibilidades, etc.

- **La guía del alumno**



Recoge información específica sobre quién es quién y qué es qué en la Universidad de Valladolid. Se indican expresamente los servicios que se prestan, cómo acceder a ellos y toda información que se considere de interés para el alumnado.

- **Un vistazo a la UVa**

Es un folleto informativo sobre los datos más representativos de la Universidad: titulaciones y número de estudiantes, titulados, prácticas, etc. Incluye una descripción de los centros, de los servicios, de la logística más representativa y de los grupos e institutos de investigación, de sus resultados, de los departamentos, etc.

- **La UVa en cifras**

Es una publicación anual que ofrece un riguroso tratamiento estadístico general de los aspectos más relevantes en el ámbito de la Universidad.

- **El #centro# en cifras**

Proporciona información específica de cada centro en términos estadísticos. Facilita el conocimiento detallado de sus características.

- **Información institucional en formato digital**

Proporciona la información descrita en los apartados anteriores a través de los diferentes canales (páginas Web, DVD, USB).

III. Presencia con stand propio en las ferias de formación más representativas, como **Aula**, de nivel nacional, **Labora**, de ámbito autonómico, y otras ferias internacionales donde nuestra Universidad desempeña un papel relevante por sus acciones de difusión del español como lengua extranjera.

IV. Información presencial a través del **Centro de Orientación e Información al Estudiante**, el **Servicio de Alumnos** y las **Secretarías de los Centros**, donde se atienden las dudas de los futuros alumnos y se distribuyen los productos de información descritos anteriormente.

V. Información directa y **online**, a través de los teléfonos de información de la Universidad, los correos electrónicos de consulta y los mecanismos Web de petición de información. Estas consultas son atendidas por los servicios descritos en el punto anterior y facilitan la atención directa.

Por otra parte, la UVa apoya que **cada centro**, ya sea con los medios institucionales antes mencionados o a través de su propia iniciativa, realice acciones de difusión e información previas a la matrícula con el objetivo de aprovechar sus conocimientos, contactos y medios propios para facilitar un acercamiento más profundo a su propia oferta formativa y sus servicios.

En cualquier caso, se establecen mecanismos de coordinación de dichas acciones entre los servicios y agentes centrales de la Universidad y los propios de los centros con el objetivo de conocer, coordinar y potenciar los esfuerzos de información y difusión. Para ello se utiliza un sistema Web en el que los centros incluyen las acciones que tienen planificadas, así como los medios y productos de difusión de desarrollo propio.

La tipología de acciones que el centro puede desarrollar con el objeto de mejorar la difusión e información previa a la matriculación se apoya en aquellas diseñadas institucionalmente, sin repetirlas. En cualquier caso, los centros pueden diseñar aquellas que consideren oportunas, apostando por un grado de innovación más adecuado. Aquellas acciones que sean consideradas de interés institucional podrán ser extrapoladas a toda la Universidad y pasar a formar parte de la mecánica de difusión e información institucionales.

Estos mecanismos de difusión e información previa a la matrícula se estructuran a través de los vicerrectorados responsables en materia de alumnos, ordenación académica, relaciones institucionales, planificación y calidad, y se desarrollan a través de los siguientes servicios:

- Servicio de alumnos.
- Centro de Orientación e Información al Estudiante (COIE).
- Gabinete de Estudios y Evaluación.
- Responsables de imagen corporativa, comunicación y prensa.
- Los recursos propios de los centros.

No hay que olvidar en este punto a los potenciales alumnos de la Universidad de Valladolid que acceden bien por el sistema de acceso para **mayores de 25 años**, bien desde **centros de formación profesional**, ni tampoco a los que participan en las actividades dirigidas a «mayores», como son la **Universidad Permanente Millán Santos** y el **Programa Interuniversitario de la Experiencia de Castilla y León**. Para atender esta demanda, se establece una serie de medidas dirigidas específicamente a estos futuros alumnos con los medios antes mencionados adaptados a la especificidad de los destinatarios.

Por otra parte, también se hace especial hincapié en organizaciones, empresas, administraciones y asociaciones que forman parte de los agentes de interés de la UVa y que, por tanto, deben ser objeto de la difusión e información sobre la oferta formativa, servicios y actividad investigadora. Se facilita de esta forma un mayor conocimiento de la institución desde las propias bases del entorno social en el que se encuentra enmarcada.



Se incluye en este apartado un proceso que la Universidad de Valladolid realiza con el objeto de anticiparse a la demanda de nuestra oferta formativa, evaluar su validez y apoyar la orientación que se realiza para una mejor elección de un programa o titulación en concreto. De este modo, realizamos de forma periódica dos procesos paralelos:

- **La antena de grado de la UVa**, mecanismo encargado de cubrir dos aspectos fundamentales:

a) Detección de la demanda de la oferta formativa por parte de estudiantes de secundaria. Para ello, en colaboración con los centros de educación secundaria y formación profesional de tercer ciclo, se realiza un sondeo sobre su interés formativo y profesional, conocimiento de la oferta formativa universitaria y prioridad de elección tanto de nuestra universidad como de los programas y áreas existentes.

b) Evaluación, a través de mesas de trabajo sectoriales compuestas por expertos, de las competencias y perfiles profesionales de cada una de las titulaciones.

- **El programa de apoyo UVa a la elección de titulación**, desarrollado principalmente en centros de educación secundaria. Se proporciona información de los estudios existentes, perfiles académicos y profesionales vinculados, competencias más significativas, programas de movilidad y de prácticas y salidas profesionales.

Todas las acciones previstas están enmarcadas en la estrategia general de la Universidad de Valladolid en materia de información, apoyo y orientación.

Esta estrategia plantea, entre otras, las acciones descritas en este punto a través del siguiente calendario de desarrollo. Para aquellas acciones concretas de información y orientación a la matrícula, se sigue el calendario habitual.

¿Quién?			Formación previa	Formación Universitaria				Mercado Laboral	
				Grado			Master		
				1º	2º 3º	4º			
1)	Información y comunicación								
	Guía oferta UVa	Ser. Alumnos	Mayo, previo matrícula						
	Guía de matrícula	Ser. Alumnos	Mayo.						
	Guía del alumno	Ser. Alumnos	Mayo.						
	La UVa en cifras	Gab. Est. Eva.	Febrero						
	Un vistazo a la UVa	Gab. Est. Eva.	Febrero						
	#Tit#Centro# en cifras	Gab. Est. Eva.	Febrero						
	La UVa al día	Comunicación	Periódico.						
2)	Captación, acogida y adecuación.								
	Antena de grado	Gab. Est. Eva.	Febrero						
	Jorn. presentación Vic. Alumnos UVa	Vic. Alumnos	Octubre						
	Jorn. puertas abiertas	Vic. Alumnos	Enero - Abril						
	Programa apoyo elección	V.Alu. Centros	Enero - Abril						
	Conoce la UVa	Vic. Alumnos	Enero - Abril						
	Comprobación de nivel	Centros							
	Cursos O	Centros							
3)	Tutoría, orientación y apoyo								
	Tutores Coordinadores	V.Alu. Centros							
	AVaUVa	V.Alu. Centros							
	Tutores académicos	V.Alu. Centros							
	Tutores laborales	V.Alu. Centros							
	Servicios de apoyo	Servicios							
	Foros de empleo	Coie / Funge.							
	Orientación profesional	Coie / Funge.							



	Servicios apoyo inserción	Coie / Funge.									
4)	Evaluación, seguimiento y análisis.										
	Evaluación académica	Centros									
	Observatorio de empleo	Gab. Est. Eva.									
	Seguimiento abandonos	Gab. Est. Eva.									
	Evaluación de acciones	Gab. Est. Eva.									

El equipo de Coordinación de la actual Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas, futuro Grado del mismo nombre, realiza una concienzuda labor de coordinación con los medios de comunicación locales y regionales y con las instituciones, especialmente con aquellas Áreas relacionadas con la divulgación educativa y cultural.

Profesoras y profesores de la licenciatura han participado activamente en tareas de divulgación de estos estudios, organizadas por la Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación del Campus de Segovia, y destinadas al alumnado y profesorado de Institutos de Enseñanza Secundaria y Bachillerato.

Asimismo se han establecido acuerdos con diferentes instituciones de la provincia y de la Comunidad Autónoma y en estos momentos el Área ha promovido convenios entre la UVA e instituciones como el Ayuntamiento de Segovia, el Círculo de las Artes y de la Tecnología (CAT) de esta misma ciudad, Segovia Capital Cultural Europea 2016, Teatro Juan Bravo, etc. A través del Máster en Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y Campañas, (experiencia de posgrado iniciada en el Curso Académico 2008-209), se han establecido acuerdos con una veintena de empresas y asociaciones públicas y privadas, tanto de Castilla y León como del resto del Estado. Esos convenios dan visibilidad a la Titulación de Publicidad y Relaciones Públicas y sirven como un privilegiado escaparate de la labor que la UVA realiza en el contexto de estos estudios.

Hay que destacar el apoyo y estímulo que el Área presta a todas a todas las iniciativas promovidas por el alumnado. La licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas cuenta con una larga tradición en la organización de actividades complementarias coordinadas con los estudios de Grado. En este sentido ha sido pionera en llevar a la práctica actividades que responden plenamente al espíritu del EEEES, con la organización de Jornadas de Creatividad para los alumnos de los últimos cursos, y el establecimiento de vínculos estrechos con la organización de actividades que ponen a los alumnos en contacto con el mundo profesional a través de iniciativas como: el Festival de Cine Europeo, MUCES, las jornadas de la Asociación de la Prensa de Segovia, o el Festival Internacional de Titeres, Titirimundi. Todos estos actos han servido de Escaparate de la actividad de nuestra Titulación en la Ciudad y en la Comunidad Autónoma.

Un capítulo especial merecen las actividades organizadas por el alumnado de esta licenciatura. Siguiendo el espíritu del EEEES de implicación de los estudiantes en actividades de interés social, educativo y cultural, todos los años, los alumnos de la promoción saliente organizan, antes del final del curso, una Semana de la Publicidad que culmina con La Noche de la Publicidad. En la Edición de 2008-2009 esta Semana se ha transformado en el Festival Publicatesen que ha reunido en Segovia a personalidades destacadas del mundo de la comunicación publicitaria y ha culminado como en otros años en un Acto Académico en el que alumnos y profesores han compartido su tiempo para asistir a la muestra de los trabajos que el alumnado de la IV Promoción ha realizado a lo largo del que habrá sido para muchos su último curso académico, vinculado con la UVA.

8.3 ANEXOS

Ver Apartado 8: Anexo 1.

PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

RESPONSABLE DEL TÍTULO

CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Coordinadora del título	LUISA	MORENO	CARDENAL
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Facultad de CC. Sociales, Jurídicas y de la Comunicación. Plaza del Alto de los Leones, 1	40001	Segovia	Segovia
EMAIL	FAX		
grado.publicidad@uva.es	921112301		

REPRESENTANTE LEGAL

CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Vicerrectora de Ordenación Académica	M ^a TERESA	PARRA	SANTOS
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Palacio de Santa Cruz. Plaza de Santa Cruz, 8	47002	Valladolid	Valladolid



EMAIL	FAX
vicerrectora.ordenacion@uva.es	983186461

El Rector de la Universidad no es el Representante Legal

Ver Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1.

SOLICITANTE

El responsable del título no es el solicitante

CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Vicerrectora de Ordenación Académica	M ^a TERESA	PARRA	SANTOS
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Palacio de Santa Cruz. Plaza de Santa Cruz, 8	47002	Valladolid	Valladolid
EMAIL	FAX	jefatura.gabinete.estudios@uva.es 983186461	

RESOLUCIÓN AGENCIA DE CALIDAD / INFORME DEL SIGC

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



Apartado 1: Anexo 6

Nombre :1.10.Justificacion_GPyRRPP.pdf

HASH SHA1 :C9CB46F704FF6114A4787736B620439D5F4693BB

Código CSV :653910868195532218395807

Ver Fichero: 1.10.Justificacion_GPyRRPP.pdf



Apartado 3: Anexo 1

Nombre :3.2. Reconocimiento_GPyRRPP.pdf

HASH SHA1 :87545BCE638BB21B23FC310844CE630152A2923F

Código CSV :653911425547982241819376

Ver Fichero: 3.2. Reconocimiento_GPyRRPP.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre : PlanificaciónEnseñanzas_PublicidadyRRPP.pdf

HASH SHA1 : 2DC0BB2635EB5B366CB1C6022F3834C216470F84

Código CSV : 931605813357060076880444

Ver Fichero: PlanificaciónEnseñanzas_PublicidadyRRPP.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre :personalV2.pdf

HASH SHA1 :F6FBB240C52CCF2E763F007077E53B58E78B061F

Código CSV :135253896747663392750641

Ver Fichero: personalV2.pdf



Apartado 5: Anexo 2

Nombre :otropersonal.pdf

HASH SHA1 :570DA8440B572A6D6DD5454D88EF2C0061409265

Código CSV :117844184382469863718182

Ver Fichero: otropersonal.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6. RRMM_GPyRRPP.pdf

HASH SHA1 :4995922B394D613EB746E0AA8CB86F30A6053C48

Código CSV :675396834177978931632217

Ver Fichero: 6. RRMM_GPyRRPP.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre : 7.1. Cronograma_GPyRRPP.pdf

HASH SHA1 : 7D4CB6BBCAAD614525F7DB6F0130008285B30171

Código CSV : 932207577128551374546384

Ver Fichero: 7.1. Cronograma_GPyRRPP.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre :3.3. Movilidad_GPyRRPP.pdf

HASH SHA1 :16C8D5AAB205B15EE431E82A9DAFBA47FAB98919

Código CSV :675376832653007120326709

Ver Fichero: 3.3. Movilidad_GPyRRPP.pdf



Apartado Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1

Nombre :II.7.-Delegacion-de-competencias-del-Rector (2).pdf

HASH SHA1 :62C38E30D00643AF25AA7B53A38DC7000544DDAC

Código CSV :653925081944944304385747

Ver Fichero: II.7.-Delegacion-de-competencias-del-Rector (2).pdf



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

Nombre :UVA_GR~1.PDF

HASH SHA1 :CF0C1EDA6E4E7ED0EE4AD43CE6DA0CD54E820B78

Código CSV :923459488563285384618337

Ver Fichero: UVA_GR~1.PDF



