

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Antonio de Nebrija	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

LISTADO DE MENCIONES

No existen datos

RAMA	ISCED 1	ISCED 2
Ciencias Sociales y Jurídicas	Marketing y publicidad	

NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

AGENCIA EVALUADORA

Fundación para el Conocimiento Madrimasd

UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad Antonio de Nebrija

LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
052	Universidad Antonio de Nebrija

LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	60	18
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
42	108	12

LISTADO DE MENCIONES

MENCIÓN	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

1.3. Universidad Antonio de Nebrija

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
28045888	Facultad de Comunicación y Artes

1.3.2. Facultad de Comunicación y Artes

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	A DISTANCIA
Sí	No	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	TERCER AÑO IMPLANTACIÓN
60	60	60
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	TIEMPO COMPLETO	
60	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA



PRIMER AÑO	45.0	90.0
RESTO DE AÑOS	45.0	90.0
TIEMPO PARCIAL		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	12.0	45.0
RESTO DE AÑOS	12.0	45.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.nebrija.com/carreras-universitarias/pdf/reglamento-general-alumnado-v2.pdf		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
GENERALES
CG22 - Aplicar las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo.
CG1 - Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Idioma moderno y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.
CG2 - Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.
CG3 - Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito de la Comunicación.
CG4 - Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales
CG5 - Transmitir información, problemas, ideas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado en el ámbito de la Comunicación.
CG6 - Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
CG7 - Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.
CG8 - Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.
CG9 - Organizar eficazmente el tiempo en la elaboración de planes de comunicación.
CG10 - Demostrar una capacidad crítica y autocrítica.
CG11 - Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad necesaria en los procesos de comunicación.
CG12 - Evaluar, tomar decisiones y planificar estrategias de comunicación.
CG13 - Resolver problemas que surgen en la construcción de mensajes y en el desarrollo de procesos comunicativos.
CG14 - Desarrollar un proceso de investigación dentro de las Ciencias Sociales desde la hipótesis hasta las conclusiones finales.
CG15 - Desarrollar aptitudes personales y capacidades necesarias en el sector de los Medios de Comunicación y la Empresa para la incorporación al mercado laboral, aumentando la madurez para posteriores periodos de aprendizaje.
CG16 - Aplicar técnicas innovadoras y dinámicas de la gestión de trabajo, de proyectos y de equipos.
CG17 - Desarrollar habilidades de aprendizaje así como una conciencia de las capacidades y recursos propios que les permitan emprender acciones posteriores con un alto grado de autonomía.
CG18 - Demostrar la capacidad de liderar y gestionar eficazmente proyectos, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
CG19 - Desarrollar y demostrar iniciativa y espíritu emprendedor.
CG20 - Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
CG21 - Adquirir un compromiso ético en el trabajo.



CG23 - Capacidad de comunicación y presentación oral, gráfica y escrita: poder comunicar las estrategias de marketing y publicidad basada en datos.
CG24 - Integrar los conocimientos adquiridos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre aspectos sociales, económicos y éticos
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
No existen datos
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE11 - Conocer y comprender conocimientos en relación a los métodos del pensamiento creador y procesos de elaboración de mensajes publicitarios.
CE12 - Crear y desarrollar elementos gráficos, imágenes, audiovisuales y digitales.
CE13 - Conocer y entender los conocimientos acerca de las técnicas específicas de las relaciones públicas.
CE14 - Demostrar la capacidad de gestionar estratégicamente la imagen corporativa de una empresa e institución.
CE15 - Conocer y comprender el funcionamiento del área de comunicación de una empresa u organismo, y aplicarlo a un plan de comunicación.
CE16 - Usar adecuadamente la terminología del diseño gráfico.
CE17 - Conocer y comprender conocimientos acerca del lenguaje y terminología publicitaria, agentes, relaciones y procesos de la comunicación comercial, estructura de los medios, sus tipologías y características.
CE1 - Conocer los conceptos básicos de la Literatura, Sociología, Economía, Estadística, Comunicación, Idioma moderno y Derecho que interactúan con la práctica publicitaria y en la actividad de las Relaciones Públicas
CE2 - Conocer las características del mundo empresarial para comprender las relaciones que se establecen con el marketing y la comunicación comercial.
CE4 - Analizar los perfiles de audiencia de los medios e inferir conclusiones al respecto con el fin de utilizarlas en el proceso planificador.
CE5 - Conocer, comprender y aplicar las técnicas de planificación y compra de medios y soportes publicitarios.
CE6 - Conocer y entender el modo en que se producen las relaciones con los consumidores en el entorno digital interactivo, así como el potencial de Internet como fuente de información y conocimiento sobre el consumidor.
CE7 - Conocer y comprender conceptos básicos sobre diseño y arquitectura web orientada al marketing y la publicidad digital.
CE8 - Crear, diseñar y planificar eventos comerciales orientados a la promoción de productos/marcas/servicios.
CE9 - Demostrar la capacidad de presentar y defender un proyecto propio.
CE10 - Aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos en el programa formativo durante el desarrollo de la actividad profesional.
CE18 - Identificar las referencias visuales, tanto tendencias artísticas como creativas, que sirvan para desarrollar un sentido de la estética para aplicar en las futuras piezas comunicativas.
CE19 - Conocer y comprender los fundamentos específicos del ordenamiento jurídico, del marco regulatorio y de la ética profesional en el ámbito de la publicidad y las Relaciones Públicas.
CE20 - Conocer y comprender los conceptos básicos del marketing y la comercialización a través de Internet y de las nuevas tecnologías y su vinculación con las estrategias de marketing globales de la empresa.
CE21 - Conocer y comprender las características de las herramientas y técnicas de marketing móvil y su orientación al nuevo consumidor conectado a través de la geolocalización y dispositivos móviles.
CE22 - Demostrar habilidades de exposición y expresión oral y escrita de proyectos de Publicidad y Relaciones Públicas con la aplicación de los principios de la oratoria y la retórica.
CE23 - Comprender y diseñar las distintas etapas para la creación y desarrollo de una campaña integrada en Publicidad y Relaciones Públicas, con el fin de resolver problemas de comunicación de las organizaciones.
CE24 - Conocer y comprender las diferentes metodologías y técnicas de investigación social que se aplican a la comunicación en general y especialmente a la persuasiva.
CE25 - Comprender el comportamiento de compra y el consumo como proceso estructurador de las relaciones personales y sociales.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO



Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

4.2. Requisitos de Acceso y Criterios de Admisión

Acceso

La Universidad Nebrija, además de cumplir con las condiciones de acceso a los estudios de grado de acuerdo a la legislación vigente, exige la superación de unas pruebas de acceso propias, tanto para las titulaciones de grado como para las de postgrado.

Asimismo, la Universidad Nebrija respeta lo establecido en el Artículo 13 del RD 1892/2008 y en sus modificaciones posteriores acerca de la superación de la prueba de acceso a la universidad:

¿1. El acceso a la universidad española, tanto pública como privada, para cursar las enseñanzas conducentes a la obtención de los distintos títulos de las enseñanzas universitarias oficiales de Grado con validez en todo el territorio nacional, requerirá, con carácter general, la superación de la prueba a la que se refiere el artículo 38 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, que se regula en el presente real decreto, sin perjuicio de los otros supuestos previstos en el artículo 3 del presente real decreto.¿

Pueden solicitar la admisión en primer curso los estudiantes que se encuentren en alguna de las siguientes situaciones académicas:

- Alumnos procedentes de 2º de Bachillerato y Selectividad o COU y Selectividad.
- Alumnos que hubieran finalizado sus estudios de enseñanza secundaria en el extranjero y tengan acceso a la Universidad de su país (para los países miembros de la Unión Europea o firmantes del acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo o aquellos con los que se haya suscrito acuerdo de reconocimiento de títulos).
- Alumnos que hubieran finalizado sus estudios de enseñanza secundaria en el extranjero y hayan superado la Selectividad para Extranjeros (resto de los sistemas educativos).
- Alumnos que se encuentren en posesión de los títulos de Técnico Superior correspondientes a las enseñanzas de Formación Profesional y Enseñanzas Artísticas o de Técnico Deportivo Superior.

En el caso de acceso desde ciclos formativos superiores de formación profesional, los ciclos formativos superiores recomendados para acceder al grado serán los que a continuación se indican:

- Gestión Comercial y Marketing
- Comercio Internacional
- Diseño y producción editorial
- Administración y finanzas
- Información audiovisual y espectáculos
- Servicios al consumidor
- Las personas mayores de veinticinco años, previo examen, que no reúnan los requisitos previstos en el apartado 2 del 42 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, y sus posteriores modificaciones
- Personas mayores de cuarenta años que acrediten su experiencia laboral o profesional y no dispongan de la titulación académica legalmente requerida y las personas mayores de cuarenta y cinco años, previo examen, de acuerdo con lo previsto en el artículo 42.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, y sus posteriores modificaciones.

Por otro lado, pueden solicitar la admisión en cursos distintos a primero los estudiantes que hayan realizado estudios universitarios en otra universidad española o extranjera y quieran continuarlos en la Universidad Nebrija, o bien quieran comenzar otros distintos de esta Universidad.

Los estudiantes deben presentar el impreso de solicitud de admisión a la Universidad junto con la documentación requerida. La presentación de la solicitud de admisión, junto con el impreso de elección de fecha para la realización de las pruebas de admisión, se realiza personalmente durante una visita a la Universidad o se remite por correo postal a la misma. Igualmente, se puede iniciar el procedimiento de admisión rellenando el formulario de admisión online.

La sección de Información Académica confirma al candidato la recepción de la solicitud impresa u online y le convoca a las pruebas de admisión. El día de la prueba, el candidato debe presentar, si no lo ha hecho con antelación, la siguiente documentación:

- Fotocopia del expediente académico.
- Fotocopia del DNI o pasaporte.
- Dos fotografías tamaño carné.
- Carta de presentación de un profesor/tutor del centro de procedencia o persona con quien haya tenido contacto académico o profesional.

Asimismo, y conforme a lo establecido en el RD 412/2014, podrán solicitar la admisión a la universidad los siguientes estudiantes:

Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios de Bachillerato o Bachiller procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad.

c) Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios homologados al título de Bachiller del Sistema Educativo Español, obtenidos o realizados en sistemas educativos de Estados que no sean miembros de la Unión Europea con los que no se hayan suscrito acuerdos internacionales para el reconocimiento del título de Bachiller en régimen de reciprocidad, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 4 del RD 412/2014.

d) Estudiantes en posesión de los títulos oficiales de Técnico Superior de Formación Profesional, de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño o de Técnico Deportivo Superior perteneciente al Sistema Educativo Español, o de títulos, diplomas o estudios declarados equivalentes u homologados a dichos títulos, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 4 del RD 412/2014.

e) Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios, diferentes de los equivalentes a los títulos de Bachiller, Técnico Superior de Formación Profesional, Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del Sistema Educativo Español, obtenidos o realizados en un Estado miembro de la Unión Europea o en otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad, cuando dichos estudiantes cumplan los requisitos académicos exigidos en dicho Estado miembro para acceder a sus Universidades.

f) Personas que hayan superado la prueba de acceso a la universidad de mayores de 25 años.



- g) Personas que hayan superado la prueba de acceso a estudios oficiales de Grado para mayores de 40 años, mediante acreditación de experiencia laboral o profesional. Los procedimientos para la admisión por esta vía están reflejados en el ¿POA_9 Procedimiento acceso mayores de 40 años¿
- h) Personas que hayan superado la prueba de acceso a la universidad de mayores de 45 años.
- i) Estudiantes en posesión de un título universitario oficial de Grado, Máster o título equivalente.
- j) Estudiantes en posesión de un título universitario oficial de Diplomado universitario, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico, Licenciado, Arquitecto, Ingeniero, correspondientes a la anterior ordenación de las enseñanzas universitarias o título equivalente.
- k) Estudiantes que hayan cursado estudios universitarios parciales extranjeros o españoles, o que habiendo finalizado los estudios universitarios extranjeros no hayan obtenido su homologación en España y deseen continuar estudios en una universidad española. En este supuesto, será requisito indispensable que la Universidad Antonio de Nebrija les haya reconocido al menos 30 créditos ECTS.
- l) Estudiantes que estuvieran en condiciones de acceder a la universidad según ordenaciones del Sistema Educativo Español anteriores a la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre.
- m) Según Orden ECD/1941/2016, de 22 de diciembre, en su disposición transitoria única establece no será necesario superar la prueba de evaluación de Bachillerato para el acceso a la Universidad en los siguientes supuestos:
- a) alumnos que se incorporen a un curso de Bachillerato del sistema educativo definido por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, con materias no superadas de Bachillerato del currículo anterior a su implantación y curse dichas materias según el currículo del sistema educativo anterior.
- b) alumnos que obtuvieron el título de Bachiller en el curso 2015-2016 y no accedió a la Universidad al finalizar dicho curso.

En ambos casos, y cuando este alumnado no se presente a la prueba, la calificación para el acceso a estudios universitarios oficiales de grado será la calificación final obtenida en Bachillerato.

¿ En caso de alumnos con necesidades educativas especiales derivadas de discapacidad, se evaluará la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos.

Admisión

En la Universidad Antonio de Nebrija, se llevarán a cabo los procedimientos de admisión establecidos por la legislación universitaria con particular referencia a los principios rectores del acceso a la universidad española: igualdad, mérito, capacidad, accesibilidad universal y ajuste a los criterios del Espacio Europeo de Educación Superior.

Forma y plazos de presentación de solicitudes de admisión.

Para solicitar la admisión en cualquier estudio universitario oficial de Grado de la Universidad será necesario cumplimentar la correspondiente solicitud de admisión a través de la página web de la Universidad, o bien solicitarla en cualquiera de los campus universitarios dentro de los plazos establecidos por el Departamento de Desarrollo Universitario.

Documentación necesaria para la admisión a los estudios de Grado.

a) Estudiantes con Pruebas de Acceso a la Universidad (procedentes de Bachillerato y pruebas de acceso a la universidad para mayores de 25 años): Quienes hayan concurrido a las Pruebas de Acceso a la Universidad deberán aportar:

- Copia del DNI o documento acreditativo.
- Tarjeta con la calificación de las Pruebas de Acceso a la Universidad.
- Certificación académica personal de las calificaciones obtenidas en bachillerato.
- Tasas de Traslado de Expediente sellada por la Secretaría de la Universidad donde se haya realizado la selectividad.

b) Estudiantes en posesión de un título, diploma o estudio equivalente al título de Bachiller de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad. Titulados y tituladas en Bachillerato Europeo o en Bachillerato Internacional.

- Copia del Pasaporte o documento acreditativo.
- Credencial del cumplimiento de los requisitos expedida por la UNED o por el organismo que se determine.
- Tarjeta de calificación obtenida en las Pruebas de Acceso a la Universidad, en su caso.
- Acreditación del nivel de B2 en lengua castellana en el caso de estudiantes cuya nacionalidad no se corresponda con países de habla hispana.

c) Estudiantes procedentes de Ciclos Formativos de Grado Superior, Formación Profesional de segundo Grado: Estos estudiantes deberán aportar:

- Copia del DNI o documento acreditativo.
- Certificación académica personal con indicación de las calificaciones obtenidas y la calificación numérica final.
- Título o el resguardo de haber pagado los derechos de expedición del título.
- En su caso, documento en el que conste el resultado de la Fase Específica de las Pruebas de Acceso a la Universidad.

d) Titulados universitarios:

- Copia del DNI o documento acreditativo.
- Certificación académica con las calificaciones de cada una de las asignaturas cursadas y la calificación media final.
- Título o resguardo de haber pagado los derechos de expedición del título.

En el caso de estudiantes con titulaciones extranjeras homologadas, deberán aportar la siguiente documentación:



- Copia del Pasaporte, DNI o documento acreditativo.
- Homologación del título universitario.
- Equivalencias de notas medias de estudios realizados en centros extranjeros.
- Acreditación del nivel de B2 en lengua castellana en el caso de estudiantes cuya nacionalidad no se corresponda con países de habla hispana.

e) Estudiantes procedentes de ordenaciones educativas anteriores que no se hayan presentado a la fase general de las Pruebas de Acceso a la Universidad, reguladas en el Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre:

- Estudiantes del COU anterior al curso 1974-75 y estudiantes que hayan superado Bachiller Superior con examen de estado: copia del DNI, libro de calificaciones y la tarjeta de calificación de la fase específica de las Pruebas de Acceso a la Universidad, en su caso.
- Estudiantes que hayan superado el Bachiller Superior, PREU y la Prueba de madurez: copia del DNI, libro de calificaciones, la tarjeta de la Prueba de madurez y la tarjeta de calificación de la fase específica de las Pruebas de Acceso a la Universidad, en su caso.

f) Estudiantes con reconocimiento parcial de estudios de extranjeros:

Estos estudiantes deberán presentar la siguiente documentación, traducida y legalizada oficialmente, en su caso:

- Impreso de solicitud de reconocimiento.
- Copia del Pasaporte o documento acreditativo.
- Certificación académica acreditativa del nivel y clase de estudios realizados, expedida por el Centro oficial correspondiente, en la que se haga constar, al menos, los siguientes datos: asignaturas cursadas, sus créditos o carga horaria de cada una de ellas, calificación y tabla o baremo de calificaciones.
- Plan de estudios o cuadro de materias de la titulación a la que pertenecen las asignaturas objeto de reconocimiento, con indicación expresa de la duración de aquellos estudios en años académicos y las asignaturas que lo integran, y con sello original del Centro de procedencia, o en su defecto la documentación solicitada en el procedimiento de reconocimiento de créditos.
- Programas de las asignaturas, con detalle del contenido y amplitud (horas y créditos) con que han sido cursadas, y con sello original del Centro de procedencia o en su defecto la documentación solicitada en el procedimiento de reconocimiento de créditos.
- Acreditación del nivel de B2 en lengua castellana en el caso de estudiantes cuya nacionalidad no se corresponda con un país de habla hispana.
- Equivalencias de notas medias de estudios realizados en centros extranjeros.

i) Estudiantes que soliciten admisión por cambio de universidad y/o de estudios. Los estudiantes procedentes de otras Universidades deberán presentar la siguiente documentación:

- Copia del DNI o documento acreditativo
- Copias selladas por la universidad de origen de los programas oficiales de contenidos y competencias, o guías docentes, de las diferentes asignaturas superadas o en su defecto la documentación solicitada en el procedimiento de reconocimiento de créditos
- Certificado académico personal de los estudios universitarios iniciados con nota media en base 10 conforme a lo establecido en el Real Decreto 1125/2003 (BOE 18/09/2003).
- Fotocopia del BOE donde figure publicado el plan de estudios de la titulación que está cursando.

j) Acceso a la Universidad mayores de 45 años.

- Copia del DNI o documento acreditativo
- Certificado que acredite la superación de la Prueba de Acceso para Mayores de 45 años (prueba realizada en la Universidad Antonio de Nebrija)

k) Acceso a la Universidad mayores de 40 años.

- Copia del DNI o documento acreditativo
- Informe positivo tras la valoración en la Universidad Antonio de Nebrija de todos los requisitos establecidos en el art 16 RD 412/2014.

Sólo se llevarán a trámite las candidaturas de aquellos alumnos que hayan presentado la documentación requerida en los plazos establecidos por el Departamento de Admisiones. Además se solicitará al alumno toda la información adicional que se considere oportuna para conocer la idoneidad del candidato al título de Grado.

~~Todos los alumnos que desean realizar su titulación universitaria en la Universidad Nebrija deben superar un proceso de admisión consistente en:~~

- Evaluación del expediente académico: Con una valoración del 40%
- Evaluación de los resultados obtenidos en las pruebas de admisión. Estas pruebas que se desarrollan en una jornada -mañana o tarde- tienen una duración aproximada de 2,5 / 3 horas y consisten en:
 - Prueba psicotécnica: 10%
 - Prueba específica de la/s titulación/es elegida/s: 20%
 - Prueba de Nivel de Inglés: 10%
 - Entrevista personal con un profesor de la Universidad: 20%

Los periodos de realización de pruebas son los siguientes:

- Convocatoria anticipada: Pruebas celebradas en los meses comprendidos entre febrero y mayo.
- Convocatoria ordinaria: Pruebas celebradas en junio y julio.
- Convocatoria extraordinaria: Pruebas celebradas en septiembre.

Estas pruebas pueden ser realizadas en Madrid o en provincias, de forma que los estudiantes de la modalidad a distancia pueden optar por cualquiera de las dos opciones. Con carácter general estas pruebas son presenciales:

En Madrid, las pruebas se llevan a cabo en el Campus de la Berzosa y Campus de Dehesa de la Villa. El calendario se establece de la siguiente manera:

- Martes: Campus de La Berzosa
- Jueves: Campus de Dehesa de la Villa
- Sábados: a partir del mes de mayo y hasta la finalización del periodo extraordinario, alternos en ambos Campus.



Los candidatos pueden llevar a cabo las pruebas en ambos campus indistintamente, independientemente de dónde se imparta la titulación para la que presentan su candidatura.

En provincias distintas a Madrid, el Departamento de Promoción y Admisiones se traslada a las ciudades en las que previamente este mismo departamento ha realizado, a lo largo de todo el curso académico, asesoramiento sobre Nebrija en distintos Centros de Educación Secundaria. Estas Pruebas de Admisión constan de una primera ronda en la convocatoria anticipada y de una segunda vuelta en la convocatoria ordinaria, y como son presenciales, se puede garantizar la identidad del candidato mediante la presentación de su DNI. Estas pruebas van acompañadas de una Sesión Informativa para los padres, que corre a cargo de uno de los asesores académicos de la sección de Promoción y Admisiones.

La totalidad de los documentos entregados por el alumno, junto con el resultado de las Pruebas de Admisión, son valorados por la Comisión de Admisiones, integrada por el Director del Departamento de Desarrollo Universitario, la Directora de Secretaría de Cursos y el Jefe de Estudios de la titulación. En dicha Comisión se valora que los documentos están correctos administrativamente y si el perfil del candidato se adecua al perfil de ingreso la titulación.

Además de cumplir los criterios de acceso legalmente establecidos, indicados al inicio del punto 4.2., la Comisión de Admisiones aceptará o no la admisión de un alumno teniendo en cuenta los siguientes criterios de admisión:

- Expediente académico satisfactorio.
- Resultados obtenidos en las pruebas de admisión, tanto en la específica, como en los psicotécnicos y en su nivel de inglés.
- Perfil de ingreso razonablemente acorde al recomendado para la titulación.
- En la entrevista personal se valorará el grado de motivación y la actitud del alumno. Este puede ser también un factor relevante a la hora de admitir o no a un alumno. En la entrevista se puede, además, orientar al alumno hacia una especialidad concreta o incluso una titulación diferente si se veía que su perfil fuese más acorde. Los coordinadores académicos y profesores de cada titulación mantienen reuniones informativas y entrevistan a los candidatos, al tiempo que supervisan las pruebas específicas (así como su expediente general).

A comienzos de cada curso, los coordinadores académicos se encargan de actualizar las pruebas específicas de cada titulación con el fin de garantizar que los candidatos interesados se ajustan al perfil requerido. Los resultados de las pruebas de admisión se comunican por escrito y/o por teléfono a cada candidato en un plazo aproximado de 3 a 5 días.

Enseñanzas que se imparten en la modalidad a distancia

Los criterios de admisión para el caso de alumnos matriculados en titulaciones impartidas a distancia serán los mismos de la modalidad presencial pero añadirán el siguiente criterio adicional:

Posibilidad real de hacer un seguimiento correcto de las actividades formativas previstas en la titulación solicitada (que podrán tener cierto componente presencial). Esto se valorará durante la entrevista personal, en la cual, el entrevistador, además de todos los criterios de acceso y admisión ya mencionados para la modalidad presencial, valorará si la situación laboral y personal del candidato, su disponibilidad de tiempo, etc. es compatible con el desarrollo normal del proceso y actividades de enseñanza-aprendizaje con la carga docente prevista. Como resultado de este análisis conjunto, que conllevará un intercambio mutuo de información, se podrá orientar al alumno sobre sus posibilidades reales, la carga de matrícula anual recomendada, la presencialidad obligatoria en algunas actividades (exámenes, etc.) o, incluso, en su caso rechazar su candidatura, si se detectara una probable imposibilidad de realizar satisfactoriamente las actividades formativas programadas.

1. Prematrícula

Una vez comunicada la admisión, los candidatos deben realizar la reserva de plaza. Esta prematrícula económica garantiza la plaza del candidato en la Universidad.

2. Matrícula

Los candidatos prematriculados que deseen formalizar su matrícula académica en la Universidad deberán, dentro de los plazos señalados, seguir los siguientes pasos:

- Entrega de documentación: acreditar documentalmente que han superado los requisitos establecidos por la legislación universitaria española para poder comenzar/continuar sus estudios universitarios en la Universidad Nebrija.
- Formalización del proceso de matrícula vía Internet: El servicio de automatrícula de la página Web de la Nebrija permite a los estudiantes admitidos realizar todos los trámites académicos, económicos y administrativos, sin tener que desplazarse físicamente a la Universidad. Los alumnos admitidos formalizarán su auto-matrícula en los plazos que se indiquen. Para ello, recibirán en su domicilio, junto con su carta de admisión, la clave de acceso y contraseña personal necesarias para poder realizar su automatrícula académica y económica. Formalizada la automatrícula tras la comprobación de la documentación presentada, el candidato adquiere la condición de alumno de la Universidad Nebrija. En el proceso de automatrícula, el alumno cuenta en todo momento con la asistencia técnica de los Servicios Informáticos, así como con asistencia académica a través del que será su Tutor, para que éste le pueda orientar en la elección de asignaturas.
- Abono de los derechos de inscripción anual de la titulación para la que resultó admitido. La tasa de reserva de plaza es una parte de los derechos de inscripción anual.

A continuación se recoge la normativa específica para el cambio de modalidad, artículo 7 del Reglamento General del Alumnado:

Reglamento General del Alumnado

Artículo 7. Cambios de matrícula

Si el alumno, estando matriculado en determinada titulación, materia, opción o programa decidiera cambiar su matrícula, deberá solicitarlo mediante escrito dirigido a la Secretaría de Cursos para su autorización.

Los estudiantes que deseen cambiar la modalidad en la que cursan una titulación, desde la modalidad presencial a la modalidad a distancia o viceversa, deberán solicitarlo por escrito a Secretaría de Cursos que lo autorizará o no contando previamente con el informe del Departamento que realizará una entrevista personal con el alumno que desea cambiar de modalidad, en la cual, el entrevistador, valorará si la situación laboral y personal del candidato, su disponibilidad de tiempo etc. es compatible con el desarrollo normal del proceso y actividades de enseñanza-aprendizaje con la carga docente prevista. Como resultado de este análisis conjunto, que conllevará un intercambio mutuo de información, se podrá orientar al alumno sobre sus posibilidades reales, la carga de matrícula anual recomendada, la presencialidad obligatoria en algunas actividades (exámenes, etc.) o incluso en su caso rechazar su candidatura si se detectara una probable imposibilidad de realizar satisfactoriamente las actividades formativas programadas.

Los criterios objetivos que se utilizarán para autorizar o no el cambio de modalidad serán los siguientes:



- *En primer lugar se verá la disponibilidad de plazas autorizadas en la modalidad de destino. Si el número de candidatos es superior al de plazas disponibles, se aplicarán los siguientes criterios de preferencia para autorizar el cambio de modalidad:*
- *Tendrá prioridad el mejor expediente académico valorado mediante la nota media de las asignaturas aprobadas hasta ese momento en la modalidad de origen.*
- *Se darán preferencia a continuación a los cambios de residencia debidamente acreditados, que justifiquen la necesidad del cambio de modalidad.*
- *Como tercer criterio, se dará prioridad a quienes acrediten modificaciones en la situación laboral que justifiquen la necesidad del cambio de modalidad*

Los criterios anteriores se aplicarán para el cambio de modalidad en las dos direcciones:

La autorización surtirá efecto sólo a partir del curso académico siguiente a aquel en el que se solicite el cambio. Entretanto, el alumno tendrá, a todos los efectos, la condición de alumno del programa en el que esté matriculado.

El cambio de opción, programa o modalidad en ningún caso supone derecho alguno del alumno a solicitar el reembolso de cantidad alguna de las ya satisfechas o que viniera obligado a satisfacer.

Pendiente aprobación por parte de Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid el reconocimiento de créditos

Pruebas de Admisión

A efectos de pre admisión y admisión, la evaluación del candidato se efectuará de 0 a 10 puntos teniendo en cuenta los siguientes criterios y porcentajes:

Expediente/certificado académico de la vía de origen del alumno: 60%

Prueba psicotécnica tipo test: Evaluación 5%

Esta prueba consiste en un test de evaluación de personalidad que explora las áreas emocional, intelectual, social y de normas y valores de cada candidato estudiante de Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad Antonio de Nebrija.

Prueba de nivel de inglés: Evaluación 5%

A las competencias establecidas en el Grado en Publicidad y RR.PP., se ha añadido una relativa al conocimiento adecuado de la lengua inglesa tanto oral como escrita. Las pruebas de nivel de inglés consisten en un examen escrito con preguntas tipo test, de comprensión oral y escrita. Son de carácter presencial u online y se realizan en aulas informáticas de cada campus, con profesores del Instituto de Lenguas Modernas. En función de los resultados de esta prueba, se posicionará al alumno en el nivel correspondiente.

No será necesario que el candidato realice la prueba de posicionamiento de idiomas si entrega documento que acredite el nivel de inglés. Se validará la acreditación del nivel a través de los títulos oficiales establecidos por la tabla de certificados admitidos por ACLES. Válidas por un año. Los alumnos que cursen titulaciones en las que se impartan asignaturas en lengua inglesa deberán tener acreditado un nivel B2 en dicha lengua.

Prueba específica de conocimientos sobre el Grado en Publicidad y RR.PP. Evaluación 10%.

Se realiza tipo test y consta principalmente sobre contenidos específicos de algunas de las principales áreas de conocimiento general (Comunicación y Periodismo) que se van a cursar en la titulación elegida por el candidato, además de otros elementos comunes a todas las titulaciones.

Entrevista personal. Evaluación 20%.

Como estrategia para conocer las características de los aspirantes, desde el departamento académico se tratará de determinar si el candidato posee la suficiente motivación, formación y conocimientos, habilidades, aptitudes, destrezas de comunicación, actividades extracurriculares e intereses de futuro necesarios para ser admitido como estudiante de Grado en Periodismo en la Universidad Antonio de Nebrija.

La Comisión de Admisiones se reunirá según necesidades y comunicará el resultado de la admisión al candidato a través de email, teléfono y carta para que pueda proceder a la matriculación

Una vez que el alumno ha sido admitido procederá a realizar la matriculación que consta de las siguientes fases:

Reserva de plaza

Los candidatos deben realizar la reserva de plaza. Esta pre-matricula económica garantiza la plaza del candidato en la Universidad. Estos no se devolverán salvo los alumnos que están admitidos condicionalmente, o no superen los requisitos legales de acceso, o causa médica justificada.

Matrícula

Los candidatos pre matriculados que deseen formalizar su matrícula académica en la Universidad deberán, dentro de los plazos señalados, seguir los siguientes pasos:

- 1.- Entrega de documentación: acreditar que cumple con los requisitos establecidos por la legislación universitaria española para poder iniciar estudios universitarios.
- 2.- Formalización del proceso de matrícula vía Internet: El servicio de auto matrícula de la página Web de la Nebrija permite a los estudiantes admitidos realizar todos los trámites académicos, económicos y administrativos, en los plazos establecidos. Para ello, recibirán, junto con su carta de admisión, la clave de acceso y contraseña personal necesarios para poder realizar su auto matrícula. Formalizada la automatrícula el candidato adquiere la condición de alumno de la Universidad Nebrija.

Matrícula condicional en estudios de Grado



Aquellos estudiantes con estudios extranjeros no universitarios pendientes de homologación podrán ser admitidos en la Universidad de forma condicionada al cumplimiento de los requisitos establecidos por la normativa vigente.

Resuelto el procedimiento de homologación, el alumno deberá presentar la documentación que así lo acredite. En caso de no hacerlo, su admisión y matrícula, así como los exámenes realizados, en su caso, quedarán sin efecto.

Número máximo y mínimo de créditos de matrícula en estudios de Grado.

Los estudiantes podrán matricularse:

En estudios de Grado de 45 ECTS a un máximo de 90 ECTS por curso académico en el caso de estudio a tiempo completo, y de un mínimo 12 ECTS a menos de 45 ECTS para aquellos que cursen su estudio a tiempo parcial.

Estos criterios son aplicables a cualquiera de las modalidades que se imparten en la Universidad Antonio de Nebrija (presencial).

La Dirección del Departamento Académico podrá autorizar la matriculación en un número diferente de créditos por razones excepcionales.

Modificación de matrícula

Se entiende por modificación de matrícula cualquier cambio que se produzca en la matrícula de un estudiante.

Si el alumno, estando matriculado en una determinada titulación, materia, opción o programa decidiera cambiar su matrícula, deberá solicitarlo mediante escrito dirigido a la Secretaría de Cursos para su autorización. Dichas solicitudes deberán ser aprobadas por el Departamento Académico.

Se establece un plazo máximo de 15 días después del comienzo efectivo del curso académico y/o del segundo semestre para solicitar estos cambios. Superado este plazo, el alumno no podrá realizar cambios en su matrícula.

Si el número de solicitantes excede del número de plazas ofertadas se tomará como criterio de admisión el expediente académico del estudiante (nota media).

Por tanto, todo aquel interesado en acceder a los estudios del Grado en Publicidad y RR.PP. deberá presentar, sin excepción, su expediente académico pues será la nota media del mismo la que decida su admisión en el Grado, en el caso de que el número de solicitudes supere al número de plazas ofertadas.

Una vez se completen las plazas, en el caso de haber más interesados en acceder, estos quedarán en lista de espera ante posibles vacantes que puedan surgir antes del comienzo de curso, aplicándose los criterios de admisión y selección detallados en el punto 4 para el resto de solicitantes.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

4.3. Apoyo y orientación a estudiantes, una vez matriculados

Como ya hemos comentado, la Universidad Antonio de Nebrija organiza para los alumnos de nuevo ingreso, antes del comienzo oficial de las clases, un *Curso de introducción y adaptación a la Universidad*. En estas jornadas se introduce al alumno en la estructura de la Universidad y en el estudio de la titulación que han decidido cursar. Asimismo, se complementa con formación específica de apoyo a sus futuras asignaturas del primer curso y presentaciones en las que diferentes departamentos de la Universidad explican su funcionamiento y accesibilidad. Durante este curso se presenta a los alumnos al profesor que será su Tutor, generalmente un profesor a tiempo completo del departamento académico responsable de la titulación.

Los estudiantes, una vez matriculados, contarán con un tutor por cada grupo que se encargará de hacer un seguimiento personalizado de la evolución académica de todos los alumnos. Esta tarea es especialmente importante en el inicio del primer curso, cuando los alumnos acaban de incorporarse a la Universidad.

La Guía de Actividad Docente (Anexo Sistema de Garantía de Calidad) de la Universidad Antonio de Nebrija, describe las funciones de los tutores. A continuación se transcribe el apartado referente a los tutores:

3.3. Tutores

El Director del Departamento o el Jefe de Estudios designa el tutor/a de cada grupo al comienzo de curso. Sus funciones son las siguientes:

1) Ser un referente real para cada alumno. La responsabilidad del tutor es dar ejemplo, animar, estimular y dirigir el aprendizaje de sus tutorados. En el día a día debe aclarar dudas, orientar esfuerzos, transmitir la idea de la solidez de la enseñanza y de la institución.

Asimismo el tutor deberá reunirse de forma individual con sus tutorados tantas veces como fuera conveniente y, al menos, una vez al semestre. Para todo ello el tutor debe comunicar a principio de curso las horas de atención a sus tutorados.

Es importante que los tutores de los estudiantes de tercer y cuarto curso estén en comunicación permanente con el Centro de Asesoramiento Profesional (CAP) para conocer la orientación profesional de los alumnos y las actividades de búsqueda de prácticas que realiza cada uno de sus tutorados.

Por último, cuando así lo estime conveniente, el tutor deberá poner en conocimiento de las familias de sus tutorados su identidad y teléfono de contacto.

2) Coordinar los temas comunes con todos los profesores del grupo. En este sentido debe mantenerse informado por el resto de los profesores del grupo y tomar las medidas oportunas, en su caso, sobre posibles incidencias como faltas reiteradas de asistencia, bajo rendimiento, etc.

A su vez, debe informar a sus tutorados sobre las recomendaciones que las Reuniones de Coordinación y Evaluación Académica han hecho sobre su aprendizaje, su rendimiento y su actitud en las diferentes asignaturas y actividades.



3) Facilitar la comunicación de los Directores de Departamento, Jefes de Estudio y de la Secretaría de Cursos con los estudiantes. Este profesor informa a los estudiantes de las comunicaciones urgentes (conferencias, seminarios, etc.).

La libertad de acción del tutor para cumplir sus responsabilidades es amplia, responsabilizándose ante el Director de Departamento / Jefe de Estudios y siempre bajo su supervisión.

Se recomienda al profesorado realizar esta función tutorial para participar con mayor intensidad en la motivación, la generación de expectativas y los logros de sus estudiantes.

Dentro del Departamento de Atención Integral al Alumno, se ha creado recientemente el Servicio de Orientación al Estudiante cuyo objetivo es prestar ayuda a cualquier miembro de la Comunidad Universitaria que en determinado momento pueda encontrarse en una situación que sienta difícil de superar sin apoyo.

¿ Ofrece la posibilidad de expresar y comentar la situación personal a un psicólogo/psicopedagogo con experiencia que puede aconsejar al estudiante, valorando si se trata de un problema menor o si puede requerir más intervención especializada y seguimiento, todo ello garantizando la total confidencialidad y reserva.

¿ Se accede por derivación del tutor del grupo, que es generalmente la persona con la que el estudiante tiene el contacto diario y que puede detectar la necesidad de asesoramiento psicológico más allá de lo que éste pueda proporcionarle.

Además de los tutores y de los miembros del Servicio de Orientación al Estudiante, los estudiantes contarán con el apoyo de la Secretaría de Cursos General para temas administrativos, de horarios, matriculación, etc. También, con la Secretaría Académica de la Facultad, con el Director de la titulación, la Vicedecana y el Decano. Asimismo, podrán ayudarles en todo lo necesario, una vez matriculados, el Departamento de Sistemas y Servicios Informáticos, el Departamento Internacional, el Departamento de Infraestructuras y Servicios o, entre otros, el Departamento de Promoción y Admisiones.

Además de los tutores de cada grupo, los estudiantes contarán con el apoyo de la Secretaría de Cursos General para temas administrativos, de horarios, matriculación, etc. También, con la Secretaría de la Facultad, con el coordinador de la titulación, la Vicedecana y el Decano. Asimismo, podrán ayudarles en todo lo necesario, una vez matriculados, el Departamento de Sistemas y Servicios Informáticos, el Departamento de Infraestructuras y Servicios o, entre otros, el Departamento de Desarrollo Universitario.

Enseñanzas que se imparten en la modalidad a distancia

En relación a la modalidad de enseñanza a distancia, se ha creado una plataforma dentro de la organización de la Universidad para dar el apoyo necesario a esta modalidad: Nebrija Global Campus (NGC). Esta estructura tiene como objetivo potenciar un modelo didáctico mediado a través de plataforma virtual. El trabajo colaborativo permitirá al alumno participar en todo momento en su proceso de aprendizaje, desarrollándose como profesional y como persona. En el Anexo VI puede verse una breve descripción de la estructura de Nebrija Global Campus.

Dentro de esta organización se encuentre el Gestor de proyectos del Grado en Publicidad y RR.PP. de la modalidad de enseñanza a distancia, que será el responsable de dar apoyo administrativo y actuar como enlace con el resto de departamentos que dan soporte a los estudiantes una vez matriculados.

Además los alumnos participarán en una Sesión de Bienvenida en el Campus Virtual, en la se familiarizan con las herramientas de interacción del campus virtual y su uso:

Por otro lado, el alumno tendrá a su disposición un profesor tutor, cuya labor es dar asistencia académica y personal a los estudiantes para la consecución de los objetivos del curso. Para ello el tutor dispone de las siguientes herramientas:

-Foros a través del Campus Virtual

-El correo electrónico

-Asistencia telefónica en horario prefijado

-Comunicación telepresencial a través de la herramienta Blackboard Collaborate que permiten la visualización directa entre profesor y alumno o la visualización de documentos

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	36

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	36

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	36

Sistema de transferencia y reconocimiento de créditos.



A los efectos prevenidos en la legislación vigente y de aplicación, con el objetivo de hacer efectiva la movilidad de estudiantes, se entiende por reconocimiento la aceptación por parte de la Universidad Antonio de Nebrija de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en ésta u otra Universidad, son computados en otras distintas a efectos de obtención de un título oficial.

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales No Universitarias	
Mínimo	0
Máximo	36
Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios	
Mínimo	0
Máximo	36
Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación Experiencias Laboral y Profesional	
Mínimo	0
Máximo	36

Conforme señala el art. 13 RD 1393/2007 de 29 de octubre, modificado posteriormente por el RD 861/2010 y por el RD 195/2016, los alumnos matriculados en la Universidad Antonio de Nebrija podrán solicitar reconocimiento o transferencia de créditos cursados en esta u otra Universidad.

Se entiende por reconocimiento la aceptación por parte de la Universidad Antonio de Nebrija de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en ésta u otra Universidad, son computados en otras distintas a efectos de obtención de un título oficial.

Asimismo la transferencia de créditos implica la inclusión en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en ésta u otra Universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

Serán objeto de reconocimiento en las nuevas enseñanzas los créditos obtenidos por el estudiante:

- Aquellos correspondientes a materias de formación básica entre titulaciones que pertenezcan a la misma rama de conocimiento.
- Aquellos que siendo de formación básica en la titulación a la que se accede procedan de titulaciones de otras ramas de conocimiento.
- Los créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales o en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos, a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, modificada por la Ley Orgánica 4/2007 de 12 de abril.
- La experiencia laboral y profesional acreditada siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes al título. En este sentido, se tomarán como criterio académico general los perfiles definidos para el título de modo que serán objeto de reconocimiento la experiencia profesional relacionada con la consultoría en comunicación, con la labor de Planner, la experiencia en el área de cuentas y de servicios al cliente en una consultoría o agencia de publicidad, o en el departamento de comunicación y publicidad, y/o departamento de marketing de un anunciante. La experiencia deberá ser demostrada en estos entornos profesionales habiendo realizado trabajos de planificación de acciones comunicativas de servicios, productos y marcas, gestión de campañas publicitarias y de las RR.PP. Asimismo, serán objeto de reconocimiento profesional la experiencia en el ámbito creativo, en un estudio de diseño o en una agencia de publicidad e interactiva o de comunicación. Deberán ser demostradas funciones relativas a la ideación y materialización de diferentes piezas creativas de campañas de Publicidad y RR.PP. También, será objeto de reconocimiento profesional aquellos estudiantes que demuestren haber trabajado en el área de la planificación de medios y soportes y la investigación de audiencias en una agencia de medios o en el departamento de marketing de un anunciante. Dichos trabajos deberán estar relacionados con la investigación, análisis de la competencia y planificación. Y por último, serán objeto de reconocimientos profesional aquellas personas que demuestren haber realizado trabajos en el área de las RR.PP. en el ámbito de la comunicación interna y de las relaciones con los medios y otros públicos, en el diseño y gestión de acciones específicas de comunicación.

Tales perfiles están asociados a competencias específicas y generales que serán tomadas en cuenta para el reconocimiento total de los créditos, de forma que si se solicita el reconocimiento de créditos de una persona que posea experiencia en el campo de la creación se reconocerán sólo un número de créditos equivalente a las materias relacionadas con dicho perfil. Se evitará también el reconocimiento si dicha experiencia por parte del estudiante hubiera sido breve. Por lo tanto la comisión de reconocimiento de créditos valorará un equilibrio entre características de esa experiencia, ámbito donde se ha desarrollado, labores ejercidas y duración de las mismas como se detalla en la siguiente tabla:

ASIGNATURA	ÁMBITO LABORAL	DURACIÓN (mínimo en meses)	EXPERIENCIA PREVIA	COMPETENCIAS
------------	----------------	----------------------------	--------------------	--------------



<p>Dirección de cuentas, Planificación estratégica: <i>account planning</i>, Marketing y comunicación digital, Campañas integradas en Publicidad y RR.PP</p>	<p>Experiencia en cualquier empresa, institución pública, u organismo gubernamental o no gubernamental vinculada al área de la planificación de acciones comunicativas de servicios, productos y marcas, gestión de campañas publicitarias y de las RR.PP</p>	<p>12 meses</p>	<p>La experiencia profesional vinculada al área de Dirección de Cuentas, de Servicios al Cliente, Planner o ejecutivo de cuentas en Agencias de Publicidad y Agencias Digitales o Asistente de Marca o Producto en Departamentos de Marketing de Anunciantes off y online.</p>	<p>CG 5, 7, 9, 12 CE6, CE20</p>
<p>Diseño publicitario, Diseño gráfico, Creatividad publicitaria, Marketing y comunicación digital, Dirección de arte</p>	<p>Experiencia en cualquier empresa, institución pública, u organismo gubernamental o no gubernamental en el ámbito creativo, en un estudio de diseño o en una agencia de publicidad e interactiva o de comunicación.</p>	<p>12 meses</p>	<p>La experiencia profesional vinculada al área Dirección Creativa, de arte, Copy, diseño Gráfico y Web en Agencias de Publicidad y Agencias Digitales.</p>	<p>CG 11 CE7, CE16</p>
<p>Investigación de audiencia, Planificación de medios y Laboratorio de medios</p>	<p>Experiencia en cualquier empresa, institución pública, u organismo gubernamental o no gubernamental en el área de la planificación de medios y soportes y la investigación de audiencias en una agencia de medios o en el departamento de marketing de un anunciante</p>	<p>12 meses</p>	<p>La experiencia profesional vinculada al área Planificación y análisis de Medios off y online en Agencias de Medios.</p>	<p>CG2, 3, 5, 7, 8, 9, 12, 13 CE4, 5</p>



<p>Opinión pública, Técnicas de las RR.PP, Formación de portavoces y relaciones institucionales, Campañas integradas en Publicidad y RR.PP, Dirección de Comunicación</p>	<p>Experiencia en cualquier empresa, institución pública, u organismo gubernamental o no gubernamental vinculada al área de las RR.PP. en el ámbito de la comunicación interna y de las relaciones con los medios y otros públicos, en el diseño y gestión de acciones específicas de comunicación</p>	<p>12 meses</p>	<p>La experiencia profesional vinculada al área de consultoría de Comunicación en Gabinetes de RR.PP. Experto en Organización de Eventos y Protocolo. Relacionada con Community Manager, gestión de contenidos de páginas web, comunicación corporativa o dirección de Comunicación.</p>	<p>CG 1, 3, 5, 7, 8, 9, 13 CE 14, 15</p>
--	--	-----------------	--	--

• Los créditos cursados en Ciclos Formativos de Grado Superior. Se recogen en la siguiente lista los ciclos formativos recomendados para acceder a la titulación de Grado en Publicidad y RR.PP., también se considerarían como acceso preferente aquellos ciclos formativos de contenido y orientación similar a los citados a continuación que pudieran aparecer en un futuro. Para todos los Ciclos se establece un reconocimiento mínimo de 6 créditos y un máximo de 50 ECTS* .

- Técnico Superior en Comercio Internacional, en este sentido únicamente se podrá solicitar el reconocimiento ante la comisión de materias tales como Fundamentos del Marketing (6 ECTS), Lenguas Modernas (mínimo nivel B2, 6 ECTS), ~~La empresa y su entorno~~ *Marco legal de la Publicidad y las Relaciones Públicas* (6 ECTS) y Evaluación de capacidades en la empresa (hasta 12 ECTS, siempre que se acredite experiencia laboral relacionada con el grado, tal y como se ha descrito en el punto d). Estas asignaturas serán objeto de reconocimiento siempre y cuando se cumplan las competencias reflejadas en las guías docentes, que serán estudiadas y cotejadas pormenorizadamente antes del reconocimiento.

- Técnico Superior en Gestión Comercial y Marketing. Se podrá solicitar el reconocimiento de asignaturas como Fundamentos del Marketing (6 ECTS), Lenguas Modernas (mínimo nivel B2, 6 ECTS), ~~La empresa y su entorno~~ *Marco legal de la Publicidad y las Relaciones Públicas* (6 ECTS), Acciones Below the line (6 ECTS) y Evaluación de capacidades en la empresa (hasta 12 ECTS, siempre que se acredite experiencia laboral relacionada con el grado, tal y como se ha descrito en el punto d). Estas asignaturas serán objeto de reconocimiento únicamente cuando se cumplan las competencias reflejadas en las guías docentes, tras un análisis detallado.

- Técnico Superior en Diseño y Producción Editorial; se podrá solicitar ante la comisión de reconocimiento de créditos asignaturas tales como Diseño gráfico (6 ECTS), Diseño publicitario (6 ECTS) y Evaluación de capacidades en la empresa (hasta 12 ECTS, siempre que se acredite experiencia laboral relacionada con el grado, tal y como se ha descrito en el punto d). Estas asignaturas serán objeto de reconocimiento únicamente cuando se cumplan las competencias reflejadas en las guías docentes, tras su análisis detallado.

- Técnico Superior Administración y Finanzas. Se podrá solicitar ante la comisión de reconocimiento de créditos asignaturas tales como ~~La Empresa y su entorno~~ *Marco legal de la Publicidad y las Relaciones Públicas* (6 ECTS) y Evaluación de capacidades en la empresa (hasta 12 ECTS, siempre que se acredite experiencia laboral relacionada con el grado, tal y como se ha descrito en el punto d). Estas asignaturas serán objeto de reconocimiento únicamente cuando se cumplan las competencias reflejadas en las guías docentes, tras su estudio previo.

- Técnico Superior Información Audiovisual y Espectáculos. Se podrá solicitar ante la comisión de reconocimiento de créditos la materia de Evaluación de capacidades en la empresa (hasta 12 ECTS, siempre que se acredite experiencia laboral relacionada con el grado tal y como se ha descrito en el punto d). Esta materia será objeto de reconocimiento únicamente cuando se cumplan las competencias reflejadas en las guías docentes, tras su estudio previo.

- Técnico Superior Servicios al Consumidor. Se podrá solicitar el reconocimiento de créditos ante la comisión la materia de Evaluación de capacidades en la empresa (hasta 12 ECTS, siempre que se acredite experiencia laboral relacionada con el grado tal y como se ha descrito en el punto d). Esta materia será objeto de reconocimiento únicamente cuando se cumplan las competencias reflejadas en las guías docentes, tras su estudio previo.

• El resto de créditos podrán ser reconocidos por la Universidad teniendo en cuenta las competencias y los conocimientos asociados a las materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o bien que tengan carácter transversal.

El número máximo de créditos de los supuestos c) y d) no podrá ser superior, en su conjunto, al 15% del total de créditos que constituyen el plan de estudios.



Asimismo la transferencia de créditos implica la inclusión en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en ésta u otra Universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

El reconocimiento de créditos deberá ser instado por el estudiante en el momento de formalizar su matrícula. Excepcionalmente y con autorización explícita se podrá establecer un plazo diferente al mencionado. El estudiante deberá asimismo abonar las tasas que se establezcan al efecto.

Los criterios para el reconocimiento de créditos y su justificación en los supuestos c) y d), se exponen a continuación:

1.- Para los créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales o en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos a que se refiere el artículo 34.1 de la ley Orgánica 6/2011 de 21 de Diciembre de Universidades se aplicarán los criterios siguientes:

1.1.- CRITERIO Nº 1.- Se aplicará el criterio habitual de reconocimiento de créditos, esto es, se procederá al reconocimiento cuando exista una identidad sustancial entre las competencias de la materia cursada en la titulación de origen y las competencias de la materia que se reconoce. Este criterio se justifica por la práctica habitual en el reconocimiento de créditos universitarios.

1.2.- CRITERIO Nº 2.- El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior al 15% del total de créditos que constituyen el presente plan de estudios -considerando que este porcentaje engloba en su conjunto el reconocimiento de los supuestos c) y d)-. Este criterio se justifica porque así lo establece el mencionado RD 861/2010.

2.- En el caso de reconocimiento por experiencia laboral y profesional acreditada, se aplicarán los criterios siguientes:

2.1.- CRITERIO Nº 3.- Se realizará el reconocimiento de créditos por experiencia laboral y profesional acreditada, si dicha experiencia está relacionada con las competencias inherentes al título en la materia objeto de reconocimiento. La acreditación se podrá fundamentar en informes y/o certificados emitidos por las empresas o entidades en las que se desarrolló la actividad, Colegios Profesionales, etc. Esto se justifica en la propia redacción del RD 861/2010 que exige la acreditación de esa experiencia y parece lógico que esa acreditación sea realizada por terceros.

La presentación de este tipo de informes y/o certificados que acrediten la experiencia laboral y profesional será condición necesaria, pero no suficiente, para el reconocimiento de esos créditos, puesto que finalmente será la Universidad Antonio de Nebrija la que decida si procede o no el reconocimiento de los créditos a la vista de la acreditación presentada, en aplicación de la legislación vigente, en el ejercicio de su autonomía universitaria y conforme a su procedimiento interno de reconocimiento de créditos.

2.2.- CRITERIO Nº 4.- El reconocimiento de créditos por experiencia laboral y profesional acreditada, junto con los cursados en otras enseñanzas superiores, tendrá un límite máximo del 15% del total de los créditos que constituyen el presente plan de estudios. Esto se justifica porque así lo establece el mencionado RD 861/2010.

2.3.- CRITERIO Nº 5.- Los créditos por experiencia profesional podrán ser reconocidos teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos adquiridos, asociados a esa previa experiencia profesional y los correspondientes a las materias objeto de reconocimiento. En ningún caso se realizará un reconocimiento general de créditos en función de años de experiencia ni ningún otro criterio general semejante.

2.4.- CRITERIO Nº 6.- En el reconocimiento de experiencia profesional, no se admitirá cualquier tipo de experiencia profesional, relacionada lejanamente con las competencias de la asignatura cuyo reconocimiento se solicita, sino que se reconocerá solamente en el caso de una buena adecuación entre esas competencias y la práctica profesional. Se evitará también el reconocimiento si dicha experiencia por parte del estudiante hubiera sido breve. Por lo tanto la comisión de reconocimiento de créditos valorará a la hora del reconocimiento un equilibrio entre características de esa experiencia, ámbito donde se ha desarrollado y duración de la misma.

La Universidad Nebrija pondrá especial cuidado en el proceso de reconocimiento de créditos por experiencia profesional, que se aplicará con un criterio restrictivo y una correlación clara entre experiencia y competencias reconocidas, para un desarrollo correcto y ordenado del nuevo escenario legal, y en el marco de las instrucciones emanadas de la ANECA tanto en los procesos de verificación como con vistas a los procesos de acreditación de los títulos.

Asimismo, el procedimiento utilizado por la Nebrija para reconocer los aprendizajes previos de los estudiantes en el proceso de admisión a las enseñanzas conducentes al título será el siguiente:

Los estudiantes deberán presentar en Secretaría de Cursos la documentación siguiente:

- Certificación Académica Personal (original o fotocopia compulsada) en la que conste la denominación de las materias, la tipología de las mismas, el número de créditos ECTS y la calificación obtenida por el estudiante.



- En el caso de los créditos mencionados en los apartados b), c) y e) deberán presentar el programa detallado de las materias (original sellado o fotocopia compulsada).
- En el caso de los créditos mencionados en el apartado d) deberán presentar la documentación acreditativa de la experiencia profesional y laboral.

La Universidad podrá asimismo solicitar cuanta documentación adicional estime conveniente.

La Secretaría de Cursos remitirá la documentación presentada a la Comisión Académica de cada departamento que dictará la oportuna resolución aceptando o denegando el reconocimiento y/o transferencia.

Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursadas en cualquier Universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente título, serán incluidos en su expediente Académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título, caso de que sea solicitado.

De acuerdo con el artículo 46.2.i) de la ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades, los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación hasta un máximo de 6 créditos del total del plan de estudios.

*Pendiente de aprobación por la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid.

4.5 CURSO DE ADAPTACIÓN PARA TITULADOS



5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 5: Anexo 1.		
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
Clases de teoría y práctica		
Trabajo personal del alumno		
Tutorías		
Evaluación		
Evaluación de capacidades profesionales		
Casos prácticos		
Actividades a través de recursos virtuales		
Taller de proyectos		
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo		
Aprendizaje autodirigido		
Estudio de casos		
Aprendizaje basado en proyectos		
Taller		
Documentación e investigación		
Aprendizaje instrumental		
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Asistencia y participación		
Prueba parcial		
Actividades académicas dirigidas		
Prueba final presencial		
Memoria de Trabajo de Fin de Grado		
Presentación y exposición oral de Trabajo de Fin de Grado		
Certificado empresarial e Informe de la empresa		
Informe de autoevaluación del alumno		
5.5 SIN NIVEL 1		
NIVEL 2: Fundamentos, estructuras y organización de la publicidad y de las relaciones públicas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
6	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estructuras de la publicidad		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Historia de la publicidad y las relaciones públicas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS



No	No	No												
ITALIANO	OTRAS													
No	No													
LISTADO DE MENCIONES														
No existen datos														
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE														
<p>Resultados de aprendizaje: Entendimiento de las interrelaciones de las variables y agentes de la comunicación publicitaria, el marketing y las relaciones públicas, así como su evolución diacrónica en el tiempo a través de la superación de prueba final, ordinaria y extraordinaria, así como de los trabajos de profundización de la materia.</p>														
5.5.1.3 CONTENIDOS														
<p>1. Estructuras de la publicidad : Estudio de los sujetos e interrelaciones de la comunicación publicitaria, los procesos, agentes y estructuras organizativas.</p> <p>2. Principios de las Relaciones Públicas : Estudio de los procesos, estructuras y fundamentos de las Relaciones Públicas.</p> <p>3. Historia de la Publicidad y las RR.PP. : Estudio de los antecedentes históricos y la evolución diacrónica de la Publicidad y las RR.PP.</p> <p>4. Fundamentos de Marketing : Análisis de la función y del enfoque del marketing en la empresa. Desde el establecimiento del concepto de marketing y sus variables fundamentales, la asignatura presenta cómo ha ido evolucionando y estructurándose en la organización y filosofía empresarial, hasta llegar a su actual y más moderna visión.</p>														
5.5.1.4 OBSERVACIONES														
<p>Competencias optativa asociada a la materia: CO7- Conocer y entender los conocimientos sobre los antecedentes históricos y la evolución de la Publicidad y las RR.PP.</p> <p>Sistema de evaluación</p> <p>El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será el siguiente:</p> <p>0 ¿ 4,9 <i>Suspenso (SS)</i></p> <p>5,0 ¿ 6,9 (<i>Aprobado (AP)</i>)</p> <p>7,0 ¿ 8,9 <i>Notable (NT)</i></p> <p>9,0 ¿ 10 <i>Sobresaliente (SB)</i></p> <p>La mención de ¿matrícula de honor¿ La mención de ¿matrícula de honor¿ se otorgará a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».</p> <p><u>Convocatoria Extraordinaria</u></p>														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistema de Evaluación</th> <th>Ponderación mínima</th> <th>Ponderación máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE1. Asistencia y participación</td> <td>10%</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>SE3. Actividades académicas dirigidas</td> <td>25%</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>SE3. Prueba final presencial</td> <td>60%</td> <td>65%</td> </tr> </tbody> </table>			Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima	SE1. Asistencia y participación	10%	10%	SE3. Actividades académicas dirigidas	25%	30%	SE3. Prueba final presencial	60%	65%
Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima												
SE1. Asistencia y participación	10%	10%												
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%	30%												
SE3. Prueba final presencial	60%	65%												
Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.														
5.5.1.5 COMPETENCIAS														
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES														
CG1 - Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Idioma moderno y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.														
CG2 - Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.														
CG4 - Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales														
CG7 - Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.														
CG8 - Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.														



CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE13 - Conocer y entender los conocimientos acerca de las técnicas específicas de las relaciones públicas.		
CE17 - Conocer y comprender conocimientos acerca del lenguaje y terminología publicitaria, agentes, relaciones y procesos de la comunicación comercial, estructura de los medios, sus tipologías y características.		
CE2 - Conocer las características del mundo empresarial para comprender las relaciones que se establecen con el marketing y la comunicación comercial.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de teoría y práctica	90	100
Trabajo personal del alumno	150	0
Tutorías	30	50
Evaluación	30	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo		
Aprendizaje autodirigido		
Estudio de casos		
Aprendizaje basado en proyectos		
Taller		
Documentación e investigación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación	10.0	10.0
Prueba parcial	10.0	15.0
Actividades académicas dirigidas	25.0	30.0
Prueba final presencial	50.0	50.0
NIVEL 2: Creatividad e innovación en comunicación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
18	18	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3



	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
18	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS 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	
NIVEL 3: Diseño gráfico		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Creatividad publicitaria		
5.5.1.1.1 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
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9



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



Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Campañas integradas en Publicidad y las Relaciones Públicas		
5.5.1.1.1 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
LENGUAS EN LAS 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	
NIVEL 3: Producción de formatos publicitarios		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No



FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saber manejar los conceptos fundamentales relacionados con los elementos del diseño gráfico, el proceso creador, la estrategia creativa, y la dirección de arte que se demuestran a través de la prueba final, ordinaria y extraordinaria. Saber realizar proyectos de diseño, y ser capaz de crear y elaborar el diseño de campañas publicitarias y de su extensión narrativa en las diferentes plataformas. • Capacidad para producir creatividades que satisfagan las necesidades de la empresa, marca, producto, entre otros. • Aplicar los conocimientos sobre el lenguaje visual adquirido en materias como estética visual. Desarrollar las capacidades para interpretar, conceptualizar, desarrollar e integrar los contenidos de las campañas en los medios masivos mediante el uso de herramientas digitales que permitan. • Conocer los fundamentos del marketing relacionados con la publicidad y entender concepto de marca, capacidad para desarrollar proyectos de investigación y análisis relacionados con las marcas 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>1. Diseño gráfico : Fundamentos del diseño gráfico. Color y tipografía.</p> <p>2. Creatividad publicitaria : Procesos de elaboración de los mensajes publicitarios.</p> <p>3. Dirección de Arte : Metodología del director de arte publicitario.</p> <p>4. Branded content y Narrativa transmedia: Desarrollo transversal de la narrativa principal de una determinada pieza de ficción a través de nuevas historias, complementarias entre sí, en múltiples medios y pantallas, buscando la interactividad con los públicos.</p> <p>5. Campañas integradas en Publicidad y las Relaciones Públicas: Recorrido por todas las etapas que conforman una campaña integrada de Publicidad y Relaciones Públicas, desde el análisis del briefing y la investigación del consumidor, insights, estrategia, planificación de medios y los puntos de contacto y su desarrollo táctico, a través de las diversas ejecuciones necesarias para resolver los problemas de comunicación planteados por un anunciante.</p> <p>6. Producción de formatos publicitarios: Conocimiento de los modelos de producción de los distintos tipos de formatos y contenidos publicitarios. Aplicación de estos para producir los contenidos necesarios en una campaña de publicidad integrada.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Las competencias optativas asociadas a la materia son:</p> <p>CO8- Construir y dar forma a los mensajes creativos.</p> <p>CO9- Escribir guiones, desarrollar historias o generar contenido de marca que permitan expandir una narrativa principal a diversas plataformas, aportando elementos nuevos, complementarios entre sí, que enriquezcan dicha narración.</p> <p>CO10- Analizar campañas publicitarias y piezas audiovisuales a través del desarrollo de acciones en diversas plataformas, medios y soportes que consigan interactividad e inmersión de los receptores como generadores de contenidos.</p> <p>CO19- Comprender los modelos de producción de contenidos y su gestión y saber aplicarlos para producir los contenidos necesarios en una campaña de publicidad integrada.</p> <p>Sistema de evaluación</p> <p>El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será el siguiente:</p> <p>0,0 ¿ 4,9 <i>Suspenso (SS)</i></p> <p>5,0 ¿ 6,9 <i>Aprobado (AP)</i></p> <p>7,0 ¿ 8,9 <i>Notable (NT)</i></p> <p>9,0 ¿ 10 <i>Sobresaliente (SB)</i></p> <p>La mención de ¿matrícula de honor¿ La mención de ¿matrícula de honor¿ se otorgará a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».</p> <p><u>Convocatoria Extraordinaria</u></p>		
Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%



SE3. Actividades académicas dirigidas	25%	30%
SE3. Prueba final presencial	60%	65%
Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.		
CG3 - Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito de la Comunicación.		
CG6 - Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.		
CG7 - Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.		
CG8 - Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.		
CG10 - Demostrar una capacidad crítica y autocrítica.		
CG11 - Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad necesaria en los procesos de comunicación.		
CG13 - Resolver problemas que surgen en la construcción de mensajes y en el desarrollo de procesos comunicativos.		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE11 - Conocer y comprender conocimientos en relación a los métodos del pensamiento creador y procesos de elaboración de mensajes publicitarios.		
CE12 - Crear y desarrollar elementos gráficos, imágenes, audiovisuales y digitales.		
CE16 - Usar adecuadamente la terminología del diseño gráfico.		
CE23 - Comprender y diseñar las distintas etapas para la creación y desarrollo de una campaña integrada en Publicidad y Relaciones Públicas, con el fin de resolver problemas de comunicación de las organizaciones.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de teoría y práctica	270	100
Trabajo personal del alumno	450	0
Tutorías	90	50
Evaluación	90	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo		
Aprendizaje autodirigido		
Estudio de casos		
Aprendizaje basado en proyectos		



Taller		
Documentación e investigación		
Aprendizaje instrumental		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación	10.0	10.0
Prueba parcial	10.0	15.0
Actividades académicas dirigidas	25.0	30.0
Prueba final presencial	50.0	50.0
NIVEL 2: Procesos y técnicas de investigación, planificación y compra de medios		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
6	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Investigación de audiencias presencial		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA



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



GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS												
No	No	No												
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS												
No	No	No												
ITALIANO	OTRAS													
No	No													
LISTADO DE MENCIONES														
No existen datos														
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE														
<p>Resultados de aprendizaje: Entendimiento de la naturaleza y el comportamiento de las audiencias de los medios de comunicación, que se demuestra a través de la prueba final, ordinaria y extraordinaria. Realización y aprobación de trabajos que describan la estructura y posicionamiento de grupos mediáticos y presentación de los mismos. Diseño de planes de medios.</p>														
5.5.1.3 CONTENIDOS														
<p>1. Investigación de audiencias : Instrumentos y métodos de investigación de la audiencia de los medios de comunicación. Estudios de audiencia.</p> <p>2. Planificación de medios : Técnicas de planificación de medios y soportes. Factores de negociación y sistema de compra de espacios publicitarios. Evaluación de la eficacia de la planificación de medios.</p> <p>3. Laboratorio de medios : Estrategia y planificación de campañas publicitarias en los diferentes medios off y online. Realización de planes de medios a partir de briefings dados y aplicación de las herramientas de ayuda a la planificación y análisis de campañas: Tom micro, Infosys+, ComScore, entre otros.</p>														
5.5.1.4 OBSERVACIONES														
<p>Las competencias optativas asociadas a la materia son: CO2- Gestionar los espacios publicitarios, siendo capaces de ejercer las funciones propias de un departamento de medios o de una agencia de medios.</p> <p>CO4-Diseñar estrategias y aplicarlas en un plan de medios de acuerdo al briefing dado.</p> <p>Sistema de evaluación</p> <p>El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será el siguiente:</p> <p>0 ¿ 4,9 <i>Suspenso (SS)</i></p> <p>5,0 ¿ 6,9 (<i>Aprobado (AP)</i>)</p> <p>7,0 ¿ 8,9 <i>Notable (NT)</i></p> <p>9,0 ¿ 10 <i>Sobresaliente (SB)</i></p> <p>La mención de ¿matrícula de honor¿ La mención de ¿matrícula de honor¿ se otorgará a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».</p> <p><u>Convocatoria Extraordinaria</u></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistema de Evaluación</th> <th>Ponderación mínima</th> <th>Ponderación máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE1. Asistencia y participación</td> <td>10%</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>SE3. Actividades académicas dirigidas</td> <td>25%</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>SE3. Prueba final presencial</td> <td>60%</td> <td>65%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.</p>			Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima	SE1. Asistencia y participación	10%	10%	SE3. Actividades académicas dirigidas	25%	30%	SE3. Prueba final presencial	60%	65%
Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima												
SE1. Asistencia y participación	10%	10%												
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%	30%												
SE3. Prueba final presencial	60%	65%												
5.5.1.5 COMPETENCIAS														
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES														
CG2 - Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.														
CG3 - Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito de la Comunicación.														
CG5 - Transmitir información, problemas, ideas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado en el ámbito de la Comunicación.														



CG7 - Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.		
CG8 - Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.		
CG9 - Organizar eficazmente el tiempo en la elaboración de planes de comunicación.		
CG12 - Evaluar, tomar decisiones y planificar estrategias de comunicación.		
CG13 - Resolver problemas que surgen en la construcción de mensajes y en el desarrollo de procesos comunicativos.		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE4 - Analizar los perfiles de audiencia de los medios e inferir conclusiones al respecto con el fin de utilizarlas en el proceso planificador.		
CE5 - Conocer, comprender y aplicar las técnicas de planificación y compra de medios y soportes publicitarios.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de teoría y práctica	135	100
Trabajo personal del alumno	225	0
Tutorías	45	50
Evaluación	45	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo		
Aprendizaje autodirigido		
Estudio de casos		
Aprendizaje basado en proyectos		
Taller		
Documentación e investigación		
Aprendizaje instrumental		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación	10.0	10.0
Prueba parcial	10.0	15.0
Actividades académicas dirigidas	25.0	30.0
Prueba final presencial	50.0	50.0
NIVEL 2: Tecnologías de la comunicación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		



CARÁCTER	RAMA	MATERIA
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
6	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Diseño publicitario		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Diseño web		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		



ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Resultados de aprendizaje: Comprensión de los conceptos fundamentales relacionados con el uso de las tecnologías, el uso de programas informáticos en la maquetación por ordenador, y la arquitectura web. Realización de proyectos.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>1. Diseño publicitario : Recursos tecnológicos y sistemas utilizados para procesar, elaborar y ejecutar mensajes persuasivos en los medios impresos. Producción en los medios impresos.</p> <p>2. Diseño web: Estudio y análisis de los conceptos y procesos para la planificación, diseño e implementación de páginas, sitios web y formatos publicitarios digitales.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Las competencias optativas asociadas a la materia son:</p> <p>CO8- Construir y dar forma a los mensajes creativos.</p> <p>Sistema de evaluación</p> <p>El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será el siguiente:</p> <p>0 ¿ 4,9 <i>Suspenso (SS)</i></p> <p>5,0 ¿ 6,9 (<i>Aprobado (AP)</i>)</p> <p>7,0 ¿ 8,9 <i>Notable (NT)</i></p> <p>9,0 ¿ 10 <i>Sobresaliente (SB)</i></p> <p>La mención de ¿matrícula de honor¿ La mención de ¿matrícula de honor¿ se otorgará a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».</p> <p><u>Convocatoria Extraordinaria</u></p>		
Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%	30%
SE3. Prueba final presencial	60%	65%
Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		



5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG6 - Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.		
CG7 - Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.		
CG11 - Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad necesaria en los procesos de comunicación.		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE16 - Usar adecuadamente la terminología del diseño gráfico.		
CE7 - Conocer y comprender conceptos básicos sobre diseño y arquitectura web orientada al marketing y la publicidad digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de teoría y práctica	90	100
Trabajo personal del alumno	150	0
Tutorías	30	50
Evaluación	30	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo		
Aprendizaje autodirigido		
Estudio de casos		
Aprendizaje basado en proyectos		
Taller		
Documentación e investigación		
Aprendizaje instrumental		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación	10.0	10.0
Prueba parcial	10.0	15.0
Actividades académicas dirigidas	25.0	30.0
Prueba final presencial	50.0	50.0
NIVEL 2: Fundamentos y técnicas de la comunicación corporativa e institucional		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
ECTS NIVEL2		



ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
24	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
12	12	6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Técnicas de las Relaciones Públicas		
5.5.1.1.1 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
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Formación de portavoces y relaciones institucionales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3



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



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



LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> Entendimiento de los conceptos fundamentales relacionados con la gestión estratégica de la imagen corporativa y las RR.PP, del conocimiento y las técnicas necesarias para el asesoramiento o realización de las funciones de un portavoz especialista en comunicación de cualquier organización, así como el estudio y la comprensión del protocolo y relaciones institucionales en organismos públicos y privados a través de la superación de la prueba final, ordinaria y extraordinaria. Creación, diseño y desarrollo de eventos profesionales. El estudiante al finalizar esta materia deberá ser capaz de resolver problemas, tomar decisiones y planificar acciones para la difusión de contenidos a través de las redes sociales. Este conocimiento se traducirá y deberá ser demostrado por su capacidad para: Diseñar e implementar una estrategia de social media aplicada a la organización de eventos Diseñar e implementar una estrategia de marketing de contenidos y su difusión en los canales digitales Capacidad para desarrollar un plan de comunicación. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>1. Técnicas de las Relaciones Públicas : Proyectos y programas de las RR.PP., organización y ejecución de diferentes técnicas en función de las necesidades comunicativas de las organizaciones.</p> <p>2. Formación de portavoces y relaciones institucionales : Conocimiento y técnicas necesarias para el asesoramiento o realización de las funciones de un portavoz de cualquier organización así como en el estudio y la comprensión del protocolo y relaciones institucionales en organismos públicos y privados.</p> <p>3. Taller de diseño de eventos : Esta asignatura forma al estudiante en la metodología de trabajo para la creación, el desarrollo y la organización de eventos profesionales, en cualquiera de sus manifestaciones.</p> <p>4. Dirección de Comunicación: Concepto, planificación, gestión y ejecución de la estrategia integral de comunicación de las organizaciones; análisis de campañas de comunicación. Elaboración de un plan de comunicación. Gestión de equipos y aproximación a la realidad profesional.</p> <p>5. Redes sociales y gestión de contenidos: Conocimiento avanzado y manejo práctico de las redes sociales y de las estrategias de marketing de contenidos. Herramientas de gestión. Formatos. Content curation, gestión, preparación y difusión de contenidos a través de canales, plataformas digitales y redes sociales.</p> <p>6. Opinión pública: Estudio del análisis de la opinión en la sociedad y en los medios; fundamentación de la retórica y la persuasión como técnicas de comunicación pública. Dinámicas y diseño de la comunicación para influir en la conducta humana; conocimiento teórico general de las figuras retóricas de comunicación por objetivos; herramientas y efectos persuasivos en el receptor.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Las competencias optativas asociadas a la materia son:</p> <p>CO3- Conocer y comprender las normas y técnicas protocolarias y las relaciones institucionales de organizaciones públicas y privadas con el fin de formar portavoces de comunicación institucionales.</p> <p>CO13- Aplicar las técnicas y funciones propias de un portavoz de cualquier organización.</p> <p>CO16- Realizar las funciones propias de un jefe de prensa, director de comunicación, y gestionar un gabinete de prensa o de Relaciones Públicas. Evaluar, tomar decisiones y planificar estrategias de comunicación. Organizar eficazmente el tiempo en la elaboración de planes de comunicación y proyectos informativos y/o de contenido.</p> <p>CO17- Aplicar los conocimientos adquiridos en Interpretar el contexto de las organizaciones y empresas, así como en especial en el campo de la comunicación comercial y el entorno digital.</p> <p>Sistema de evaluación</p> <p>El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será el siguiente:</p> <p>0 ¿ 4,9 <i>Suspenso (SS)</i></p> <p>5,0 ¿ 6,9 <i>Aprobado (AP)</i></p>		



7,0 ¿ 8,9 *Notable (NT)*

9,0 ¿ 10 *Sobresaliente (SB)*

La mención de ¿matrícula de honor¿. La mención de ¿matrícula de honor¿ se otorgará a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%	30%
SE3. Prueba final presencial	60%	65%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Idioma moderno y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.

CG2 - Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.

CG3 - Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito de la Comunicación.

CG5 - Transmitir información, problemas, ideas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado en el ámbito de la Comunicación.

CG7 - Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.

CG8 - Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.

CG9 - Organizar eficazmente el tiempo en la elaboración de planes de comunicación.

CG10 - Demostrar una capacidad crítica y autocrítica.

CG11 - Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad necesaria en los procesos de comunicación.

CG12 - Evaluar, tomar decisiones y planificar estrategias de comunicación.

CG13 - Resolver problemas que surgen en la construcción de mensajes y en el desarrollo de procesos comunicativos.

CG24 - Integrar los conocimientos adquiridos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre aspectos sociales, económicos y éticos

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE14 - Demostrar la capacidad de gestionar estratégicamente la imagen corporativa de una empresa e institución.

CE15 - Conocer y comprender el funcionamiento del área de comunicación de una empresa u organismo, y aplicarlo a un plan de comunicación.



CE8 - Crear, diseñar y planificar eventos comerciales orientados a la promoción de productos/marcas/servicios.		
CE24 - Conocer y comprender las diferentes metodologías y técnicas de investigación social que se aplican a la comunicación en general y especialmente a la persuasiva.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de teoría y práctica	270	100
Trabajo personal del alumno	450	0
Tutorías	90	50
Evaluación	90	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo		
Aprendizaje autodirigido		
Estudio de casos		
Aprendizaje basado en proyectos		
Taller		
Documentación e investigación		
Aprendizaje instrumental		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación	10.0	10.0
Prueba parcial	10.0	15.0
Actividades académicas dirigidas	25.0	30.0
Prueba final presencial	50.0	50.0
NIVEL 2: Fundamentos y técnicas de la estrategia de la comunicación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
18	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6	6	6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
12		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	



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



NIVEL 3: Marketing y comunicación digital/ Marketing and Digital communication		
5.5.1.1.1 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
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Planificación estratégica: Account Planning		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Marketing móvil		
5.5.1.1.1 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
Lenguas en las 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	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> Entendimiento de los medios de publicidad no convencional, sus características, tipologías, aplicaciones y problemáticas; la planificación de la comunicación de una marca, investigación de mercado, aspectos estratégicos, análisis y diseño de líneas de comunicación de las marcas comerciales; las formas y vehículos de comunicación persuasiva que interactúan con los públicos utilizando las nuevas tecnologías; así como el concepto del nuevo marketing digital y su evolución y orientación hacia el mobile marketing, entrelazado con el componente social y la localización, demostrándolo en la prueba final, ordinaria y extraordinaria. Elaboración de una campaña de publicidad completa. Integrar Internet y las nuevas tecnologías dentro de la estrategia de marketing global de la empresa. Planificar y desarrollar la estrategia, el análisis y el diseño de las líneas de comunicación de las marcas a largo plazo. Integrar el entorno móvil como parte de una campaña de marketing. Aplicar los conocimientos adquiridos en el contexto de las organizaciones y empresas, así como en especial en el campo de la comunicación comercial y el entorno digital. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>1. Acciones below the line (BTL): Medios de publicidad no convencional, características, tipologías, aplicaciones y problemáticas. Packaging, marketing directo y relacional, buzoneo, PLV y merchandising, eventos (patrocinio, esponsorización, etc.), bartering, product placement, concursos y sorteos, etc. Procesos encaminados a la creación de mensajes publicitarios en los medios de comunicación no convencional.</p> <p>2. Dirección de cuentas: Estudio desde la investigación de mercados a la planificación de la comunicación de una marca y de los aspectos estratégicos que intervienen. Análisis y diseño de líneas de comunicación a largo plazo de las marcas comerciales.</p> <p>3. Comunicación digital: Formas y vehículos de comunicación persuasiva que interactúan con los públicos utilizando las nuevas tecnologías: Internet, newsletters, marketing viral, e-mailing, SMS, MMS, PDA, Bluetooth, etc. Procesos encaminados a la creación de mensajes publicitarios en los nuevos medios.</p> <p>4. Social, local y mobile marketing: Estudio y conocimiento del nuevo marketing digital y su evolución y orientación hacia el mobile marketing, entrelazado con el componente social y la localización. Basado en el Local Based Engagement a través de dispositivos móviles, presta especial importancia al cambio de mentalidad del consumidor y la evolución de las plataformas de geolocalización para conseguir captar y fidelizar clientes, así como la tendencia clara a la socialización y compartición de contenidos, para la integración de estas técnicas y herramientas en la estrategia global de la empresa.</p> <p>3. Planificación estratégica: Account Planning: Estudio de la planificación de la comunicación de marca, desde el concepto hasta la ejecución. Se hace especial énfasis en los aspectos estratégicos. Además, el objetivo de esta asignatura es preparar al estudiante para realizar el análisis y el diseño de las líneas de comunicación de las marcas a largo plazo.</p> <p>4. Marketing y comunicación digital: Integración de Internet y las nuevas tecnologías dentro de la estrategia de marketing global de la empresa: definir las estrategias específicas para este medio; utilizarlo como fuente de información y conocimiento; implementar acciones y campañas en función de objetivos y estrategias, y hacer un uso adecuado de las múltiples herramientas de medición de resultados, desde una perspectiva holística e integradora.</p> <p>Marketing and Digital communication: Internet and new technologies in the global marketing of the companies: definition of online strategies, use the internet as information source; launch campaigns in order of the objectives and strategy, and learn to use the tools to measure the results, in an holistic and integrated way.</p> <p>5. Marketing móvil: Innovaciones y tendencias actuales en el marketing digital a través de dispositivos móviles. Análisis de casos concretos de campañas.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		



Las competencias optativas asociadas a la materia son:

CO1- Utilizar y aplicar los procesos del marketing directo y de otras acciones Below the line (BTL) en el contexto publicitario y de las relaciones públicas.

CO11- Conocer, comprender y aplicar los diferentes procesos, metodologías y técnicas que se utilizan en la dirección de cuentas en un departamento de cuentas o de servicios al cliente de una agencia de publicidad, agencia de medios o en departamento de comunicación y/o marketing de un anunciante.

CO12- Conocer y comprender las características y componentes del nuevo marketing digital y su orientación al nuevo consumidor a través de la geolocalización y el mobile marketing.

CO14- Aplicar e integrar el nuevo marketing digital y su orientación en la estrategia global de la empresa.

CO20- Usar correctamente las herramientas y técnicas de comunicación en los medios no convencionales, en concreto en el marketing promocional, marketing directo, publicidad en el lugar de venta, merchandising, emplazamiento de producto y bartering, patrocinio, presencia institucional y publicity.

Sistema de evaluación

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será el siguiente:

0 ¿ 4,9 *Suspenso (SS)*

5,0 ¿ 6,9 (*Aprobado (AP)*)

7,0 ¿ 8,9 *Notable (NT)*

9,0 ¿ 10 *Sobresaliente (SB)*

La mención de *¿matrícula de honor¿* La mención de *¿matrícula de honor¿* se otorgará a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%	30%
SE3. Prueba final presencial	60%	65%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG5 - Transmitir información, problemas, ideas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado en el ámbito de la Comunicación.

CG7 - Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.

CG8 - Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.

CG9 - Organizar eficazmente el tiempo en la elaboración de planes de comunicación.

CG12 - Evaluar, tomar decisiones y planificar estrategias de comunicación.

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES



No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE6 - Conocer y entender el modo en que se producen las relaciones con los consumidores en el entorno digital interactivo, así como el potencial de Internet como fuente de información y conocimiento sobre el consumidor.		
CE20 - Conocer y comprender los conceptos básicos del marketing y la comercialización a través de Internet y de las nuevas tecnologías y su vinculación con las estrategias de marketing globales de la empresa.		
CE21 - Conocer y comprender las características de las herramientas y técnicas de marketing móvil y su orientación al nuevo consumidor conectado a través de la geolocalización y dispositivos móviles.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de teoría y práctica	225	100
Trabajo personal del alumno	375	0
Tutorías	75	50
Evaluación	75	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo		
Aprendizaje autodirigido		
Estudio de casos		
Aprendizaje basado en proyectos		
Taller		
Documentación e investigación		
Aprendizaje instrumental		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación	10.0	10.0
Prueba parcial	10.0	15.0
Actividades académicas dirigidas	25.0	30.0
Prueba final presencial	50.0	50.0
NIVEL 2: Técnicas de investigación aplicadas a la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
ECTS NIVEL2		
ECTS OPTATIVAS	ECTS OBLIGATORIAS	ECTS BÁSICAS
6	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
12		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS 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	
NIVEL 3: Métodos de investigación en comunicación		
5.5.1.1.1 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
LENGUAS EN LAS 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	
NIVEL 3: Análisis de datos aplicados a la Publicidad y las Relaciones Públicas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Comportamiento del consumidor		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> Conocimiento de los conceptos relacionados con la investigación social que se demuestran en la superación de la prueba final de la materia, así como superación de la realización del diseño de una investigación ad-hoc en función de unas demandas concretas. Presentación del proyecto. Realización de trabajos de profundización y síntesis a partir de la búsqueda en las diferentes fuentes que se utilizan en la actividad publicitaria. El alumno conocerá y diferenciará las diferentes fuentes de datos y adquirirá la capacidad para acceder y gestionar la información que pueden proporcionarnos, a través de herramientas digitales específicas. Conocimiento de recursos digitales para visualizar datos de forma clara y atractiva. Resolución de problemas de marketing y publicidad, y detección de insights a partir del análisis de datos. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Métodos de investigación en comunicación : Técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación en comunicación.</p> <p>Análisis de datos aplicados a la Publicidad y las Relaciones Públicas: Dominio de diferentes fuentes de datos. Métodos de análisis, tratamiento y presentación de datos. Herramientas de extracción. Herramientas de presentación y visualización de los datos. Data Visualization & Dashboards (Visualización de Datos y Cuadros de Mando). Customer Analytics: Proceso de creación y herramientas de monitorización.</p> <p>Comportamiento del consumidor: Estudio y profundización sobre el conocimiento del consumidor y de su comportamiento. Investigación sobre el consumidor, estudio y análisis de los procesos de decisión de compra y principales variables que afectan al consumidor y a su relación con las marcas y productos. Familiarización con la terminología propia de la materia y con las principales fuentes de información sobre el consumo y el consumidor.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Las competencias optativas asociadas a la materia son:</p> <p>GO5- Manejar correctamente la terminología básica utilizada en la investigación social.</p> <p>GO6- Conocer y comprender las diferentes metodologías y técnicas de investigación social que se aplican a la comunicación en general y especialmente a la persuasiva.</p> <p>CO15- Capacidad de analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de la marca. Conocimiento de identificar e interpretar las técnicas y herramientas del análisis de datos las técnicas y herramientas del análisis de datos. Capacidad para aplicar, al análisis de los problemas del entorno publicitarios, criterios basados en el manejo de herramientas e instrumentos técnicos. Aplicar el análisis de datos en el negocio publicitario para la resolución de problemas publicitarios y la detección de insights.</p> <p>Sistema de evaluación</p> <p>El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será el siguiente:</p> <p>0 ó 4,9 Suspenso (SS)</p>		



5,0 ¿ 6,9 (Aprobado (AP))

7,0 ¿ 8,9 Notable (NT)

9,0 ¿ 10 Sobresaliente (SB)

La mención de ¿matrícula de honor¿. La mención de ¿matrícula de honor¿ se otorgará a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%	30%
SE3. Prueba final presencial	60%	65%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG3 - Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito de la Comunicación.

CG8 - Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.

CG14 - Desarrollar un proceso de investigación dentro de las Ciencias Sociales desde la hipótesis hasta las conclusiones finales.

CG23 - Capacidad de comunicación y presentación oral, gráfica y escrita: poder comunicar las estrategias de marketing y publicidad basada en datos.

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE24 - Conocer y comprender las diferentes metodologías y técnicas de investigación social que se aplican a la comunicación en general y especialmente a la persuasiva.

CE25 - Comprender el comportamiento de compra y el consumo como proceso estructurador de las relaciones personales y sociales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de teoría y práctica	135	100
Trabajo personal del alumno	225	0
Tutorías	45	50
Evaluación	45	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Método expositivo



Aprendizaje autodirigido		
Estudio de casos		
Aprendizaje basado en proyectos		
Taller		
Documentación e investigación		
Aprendizaje instrumental		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación	10.0	10.0
Prueba parcial	10.0	15.0
Actividades académicas dirigidas	25.0	30.0
Prueba final presencial	50.0	50.0
NIVEL 2: Desarrollo de competencias profesionales/ Development of Professional Competences		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	18	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Desarrollo de Competencias Profesionales I/ Development of Professional Competences I		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12



LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Desarrollo de Competencias Profesionales II/ Development of Professional Competences II		
5.5.1.1.1 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
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Desarrollo de Competencias Profesionales III/ Development of Professional Competences III		
5.5.1.1.1 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
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí



FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Resultados de aprendizaje: Realización de proyectos en equipo, saber gestionare proyectos de casos concretos.

- Aplicar herramientas para el conocimiento de uno mismo, y llevar a cabo un proceso sistemático de detección de áreas de auto-mejora y puesta en marcha de las medidas correspondientes.
- Comprender la importancia de la inteligencia emocional en la eficacia personal e interpersonal.
- Planificar y gestionar el tiempo y las responsabilidades de acuerdo a un criterio estratégico prefijado.
- Aplicar modelos y técnicas de organización, de gestión de la información, resolución de problemas, toma de decisiones, razonamiento crítico, análisis y síntesis, aprendizaje autónomo, creatividad, o liderazgo entre otros aspectos de las relaciones interpersonales.
- Autorregular su conducta según las necesidades y exigencias de cada situación.
- Trabajar en equipo en un entorno multicultural, internacional e interdisciplinar, aceptando y valorando la diversidad y la existencia de otras culturas y costumbres.
- Valorar la importancia de la calidad en el trabajo realizado.
- Comunicarse de forma efectiva en lengua nativa.
- Iniciar y mantener una estrategia de búsqueda de empleo y desarrollo profesional.
- Confeccionar los documentos, muestras de trabajo y soportes necesarios para ofrecer una candidatura atractiva ante un proceso de búsqueda de empleo.
- Tener capacidad para desempeñarse satisfactoriamente en el lugar de trabajo, tanto a nivel nacional como internacional.
- Desarrollar las habilidades necesarias para el aprendizaje del inglés y adquirir cierto grado de autonomía en el proceso de aprendizaje.
- Conocer y aplicar diferentes resultados de comunicación en otra cultura.
- Aplicar los conceptos y habilidades aprendidas en otras materias al área profesional internacional.
- Permitirles resolver en inglés las tareas para su profesión específica.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Seminario de desarrollo de competencias I: Habilidades de comunicación, técnicas de presentación, organización y planificación de reuniones de trabajo. Ejercitar y desarrollar habilidades de inteligencia emocional, mejorar las habilidades sociales. Capacidad de comunicación oral y escrita en la lengua materna.

Seminario de desarrollo de competencias II: Incrementar la eficacia y productividad en el trabajo en equipo y en las relaciones interpersonales; coordinación de proyectos, equipos, personas y medios en el tiempo.

Seminario de desarrollo de competencias III: elaboración del currículum vitae, preparación de procesos de selección y entrevistas de trabajo; habilidades para el emprendimiento, liderazgo. Valoración de la capacidad comunicativa en idioma inglés.

Desarrollo de Competencias Profesionales I:

- 1- Autoconocimiento y proyecto personal.
- 2- Productividad personal y hábitos para el éxito académico.
- 3- Inteligencia Emocional.
- 4- Comunicación personal eficaz.

Desarrollo de Competencias Profesionales II:

- 5- Emprendimiento, creatividad e innovación.
- 6- Trabajo en equipos diversos y multiculturales.
- 7- Gestión del cambio.
- 8- Solución de problemas.

Desarrollo de Competencias Profesionales III:

- 9- Proyecto profesional.
- 10- Marketing y marca personal: procesos, documentos y habilidades vinculados a la empleabilidad.
- 11- Generación de oportunidades y experiencias profesionales.
- 12- Escenarios de evaluación de competencias profesionales en procesos de selección.

Contents:

Development of Professional Competences I:



- 1- Self-awareness and personal project
- 2- Personal productivity and habits for academic success.
- 3- Emotional intelligence.
- 4- Effective personal communication.

Development of Professional Competences II:

- 5- Entrepreneurship, creativity and innovation.
- 6- Working in diverse and multicultural teams.
- 7- Change management.
- 8- Problem solving.

Development of Professional Competences III:

- 9- Professional project.
- 10- Personal brand and self-marketing: processes, documents and skills linked to employability.
- 11- Generating opportunities and professional experiences.
- 12- Competency-based Recruitment processes and settings.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Sistema de evaluación

Para superar con éxito cualquier materia/asignatura, el alumno debe aprobar la prueba final presencial. Esto es, en la prueba final se debe alcanzar una calificación igual o superior a 5 en una escala de 0-10, siendo 0 la nota mínima y 10 la máxima.

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima %	Ponderación máxima %
SE3. Actividades académicas dirigidas	50	50
SE4. Prueba final presencial	50	50

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Idioma moderno y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.

CG2 - Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.

CG7 - Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.

CG9 - Organizar eficazmente el tiempo en la elaboración de planes de comunicación.

CG10 - Demostrar una capacidad crítica y autocrítica.

CG12 - Evaluar, tomar decisiones y planificar estrategias de comunicación.

CG15 - Desarrollar aptitudes personales y capacidades necesarias en el sector de los Medios de Comunicación y la Empresa para la incorporación al mercado laboral, aumentando la madurez para posteriores periodos de aprendizaje.

CG16 - Aplicar técnicas innovadoras y dinámicas de la gestión de trabajo, de proyectos y de equipos.

CG17 - Desarrollar habilidades de aprendizaje así como una conciencia de las capacidades y recursos propios que les permitan emprender acciones posteriores con un alto grado de autonomía.

CG18 - Demostrar la capacidad de liderar y gestionar eficazmente proyectos, asumiendo los principios de la responsabilidad social.

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



CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
No existen datos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de teoría y práctica	36	100
Trabajo personal del alumno	204	50
Tutorías	30	100
Casos prácticos	75	100
Actividades a través de recursos virtuales	15	0
Taller de proyectos	90	50
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo		
Aprendizaje autodirigido		
Estudio de casos		
Aprendizaje basado en proyectos		
Taller		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación	25.0	25.0
Prueba parcial	20.0	20.0
Actividades académicas dirigidas	30.0	30.0
Prueba final presencial	25.0	25.0
NIVEL 2: Desarrollo del espíritu participativo y solidario		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA



Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Desarrollo del espíritu participativo y solidario		
5.5.1.1.1 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
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Resultados de aprendizaje: Realización de proyectos sobre casos reales de voluntariados humanistas y determinación, a partir de casos reales, de las normas de convivencia basadas en el respetar y hacer respetar los derechos.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Sistema de evaluación</p> <p>El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será el siguiente:</p> <p>0 ¿ 4,9 <i>Suspenso (SS)</i></p> <p>5,0 ¿ 6,9 (<i>Aprobado (AP)</i>)</p> <p>7,0 ¿ 8,9 <i>Notable (NT)</i></p> <p>9,0 ¿ 10 <i>Sobresaliente (SB)</i></p> <p>La mención de ¿matrícula de honor¿ La mención de ¿matrícula de honor¿ se otorgará a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».</p> <p><u>Convocatoria Extraordinaria</u></p>		



Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%	30%
SE3. Prueba final presencial	60%	65%
Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.		
CG3 - Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito de la Comunicación.		
CG7 - Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.		
CG19 - Desarrollar y demostrar iniciativa y espíritu emprendedor.		
CG20 - Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.		
CG21 - Adquirir un compromiso ético en el trabajo.		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
No existen datos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de teoría y práctica	75	100
Trabajo personal del alumno	45	0
Tutorías	15	50
Evaluación	15	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo		
Aprendizaje autodirigido		
Estudio de casos		
Aprendizaje basado en proyectos		
Documentación e investigación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		



SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación	10.0	10.0
Prueba parcial	10.0	15.0
Actividades académicas dirigidas	25.0	30.0
Prueba final presencial	50.0	50.0
NIVEL 2: Evaluación del desarrollo de capacidades en la empresa		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	18	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		18
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Evaluación del desarrollo de capacidades de la Empresa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Prácticas Externas	18	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		18
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
Resultados de aprendizaje: Conocimiento de la actividad profesional propia del ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Realización de prácticas formativas profesionales en empresas o instituciones, relacionadas con sus estudios universitarios, tutorizadas desde la Universidad y la empresa.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
Las prácticas se realizarán de manera presencial en ambas modalidades.		
Requisitos previos:		
Los estudiantes deben haber superado el 50% de los créditos necesarios para obtener el título universitario cuyas enseñanzas estuviesen cursando.		
La idoneidad de la actividad a realizar debe ser valorada y aprobada por el Centro de Asesoramiento Profesional.		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG22 - Aplicar las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo.		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE10 - Aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos en el programa formativo durante el desarrollo de la actividad profesional.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	22.5	50
Evaluación de capacidades profesionales	427.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Certificado empresarial e Informe de la empresa	80.0	80.0
Informe de autoevaluación del alumno	20.0	20.0
NIVEL 2: Trabajo fin de grado		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		



ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
12		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Trabajo fin de grado		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado / Máster	12	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
12		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Resultados de aprendizaje: Síntesis y aplicación de los conocimientos adquiridos durante el grado, mediante el estudio en un área concreta de la actividad profesional o académica.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Trabajo fin de grado: Ejercicio original a realizar individualmente y presentar y defender ante un tribunal académico, consistente en un proyecto en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas de naturaleza profesional en el que se sintetizan e integran las competencias adquiridas en las enseñanzas.</p> <p>Final Degree Project: Original activity to be made, presented and defended consisting of a project concerning the communicative field, professional or academic nature, in which the acquired competences are synthesized and integrated.</p>		



5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG22 - Aplicar las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo.		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE9 - Demostrar la capacidad de presentar y defender un proyecto propio.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de teoría y práctica	90	100
Trabajo personal del alumno	150	0
Tutorías	30	50
Evaluación	30	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
No existen datos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Memoria de Trabajo de Fin de Grado	80.0	80.0
Presentación y exposición oral de Trabajo de Fin de Grado	20.0	20.0
NIVEL 2: Materias multidisciplinares de Formación Básica		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación
Básica	Artes y Humanidades	Literatura
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Derecho
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Estadística
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Economía
Básica	Artes y Humanidades	Arte
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3



18	24	18
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Análisis de la empresa/ The Firm Analysis		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Literatura y Creación/ Literature and creation		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12



LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Principios de las Relaciones Públicas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Nuevas tecnologías y sociedad de la información/ New technologies and the information society		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí



FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Habilidades de comunicación: escritura y oratoria		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Fundamentos del marketing/ Basic marketing		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estética y cultura visual		



5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Marco legal de la publicidad y las Relaciones Públicas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	2	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estadística Aplicada		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3



		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Fundamentos de Economía/Basic Economics		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser capaz de realizar trabajos de profundización y síntesis a partir de búsqueda en las fuentes bibliográficas relacionadas con el ámbito de las Ciencias Sociales. Obtención de un nivel B2 mínimo en la lengua inglesa, correspondiente al establecido en el Marco Europeo. Demostración de conocimientos, habilidades y competencias a través de la superación de las pruebas finales, ordinaria y extraordinaria. • Entendimiento de las interrelaciones de las variables y agentes de la comunicación publicitaria, el marketing y las relaciones públicas, así como su evolución diacrónica en el tiempo a través de la superación de prueba final, ordinaria y extraordinaria, así como de los trabajos de profundización de la materia. • A partir de búsquedas en las fuentes bibliográficas relacionadas con el ámbito de las Ciencias Sociales y Jurídicas, ser capaz de realizar trabajos de profundización y de síntesis utilizando un lenguaje y argumentación cuidada, y manejando las nuevas tecnologías de la comunicación. • Demostración de conocimientos sobre el escenario mediático, las relaciones internacionales, el derecho, la empresa y la gestión económica, además de la informática, y la adquisición de habilidades y competencias generales y específicas que se demuestran a través de la superación de la evaluación y pruebas finales de cada materia. • Sensibilizar al alumno sobre el concepto de cultura visual para su desarrollo analítico-reflexivo. Adquirir una visión crítica de las corrientes estéticas, así como reconocer las tendencias influyen en la publicidad. • Conocer y aplicar el marco jurídico, las normas de regulación del sector y los principios de la ética profesional propugnados por las principales asociaciones, instituciones y organismos relacionados con la publicidad y las RR.PP. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		



1. Análisis de la empresa y su entorno: Análisis del entorno general de la empresa en sus aspectos económico, político, social y tecnológico. Naturaleza y objetivos de la empresa, tipos, formas de desarrollo e interrelaciones con otros agentes económicos.

The Firm Analysis: Analysis of the general environment of the firm in its economic, political, social, and technological aspects. Nature and goals of the firm, types, forms of development and interrelations with other economic agents.

2. Teoría de la comunicación: Estudio de los procesos comunicativos, de los elementos que los constituyen y las estructuras en las que se integran. En definitiva, se trata de abordar la comunicación como un objeto de estudio dentro de las Ciencias Sociales en general y en el ámbito de los medios de comunicación social en particular.

3. Literatura y creación: Esta materia, además de brindar conocimientos básicos de la historia de la literatura, tendrá una faceta creativa para fomentar la práctica de la escritura y mejorar las habilidades expresivas de los alumnos.

Literature and creation: Basic knowledge of literature history, promotion of writing and improvement of expression skills.

4. Nuevas tecnologías y sociedad de la información: Estudio y análisis del papel de la tecnología en la evolución de las sociedades humanas, su influencia en la percepción humana sobre la realidad y su impacto en la comunicación. Definición de la actual sociedad de la información y sus tendencias conceptuales, técnicas, legislativas, sociales y profesionales.

New technologies and the information society: This subject provides students the necessary competence in the use and full understanding of the Internet, the ability of communicating with a global environment and acquiring, at least, part of the information required for the creative synthesis process involved in a project. In addition to acquiring the competencies and knowing how to apply them, students will learn how to use the specific language and terminology of ICTs.

5. Sociología: Comprensión y análisis crítico de la realidad social. Seguimiento de la actualidad y los elementos que la configuran. Análisis y entendimiento de la complejidad social que rodea la vida cotidiana y el funcionamiento social.

6. Historia de los medios de comunicación: Orígenes, evolución y peculiaridades de los medios de comunicación y su repercusión en la cultura y sociedad contemporánea.

7. Introducción al derecho: Estudio y comprensión del origen del derecho, sus fuentes y los tipos de derecho existentes.

Marco legal de la Publicidad y las Relaciones Públicas: Conocimiento del marco jurídico, las normas de regulación del sector y los principios de la ética profesional propugnados por las principales asociaciones, instituciones y organismos. Revisión de la legislación vigente del ámbito de la publicidad y las Relaciones Públicas

8. Estadística Aplicada: Recogida, recopilación y reducción de datos a medidas que permitan conocer las características existentes de una muestra y la inferencia, en su caso, de los resultados obtenidos a la población de donde se extrajo la muestra.

9. Lenguas modernas: Estudio teórico-práctico y comprensión de los rasgos léxicos, sintácticos, discursivos y estilísticos característicos de la lengua inglesa. Aprendizaje de las destrezas comunicativas necesarias para poder desenvolverse con soltura en un futuro profesional.

10. Fundamentos de economía: Principios fundamentales de la economía, desde un punto de vista microeconómico, donde se profundiza en el funcionamiento del mercado: consumidores, productores y eficiencia, así como en el estudio de los tipos de mercado y, desde un punto de vista macroeconómico, conceptos básicos de la macroeconomía, la contabilidad nacional, el mercado de bienes y el mercado de dinero.

Basic Economics: fundamental principles of the economy from a microeconomic point of view, and goes in depth into the functioning of the market: consumers, producers and efficiency, as well as the study of the types of market and, from a macroeconomic point of view in which the basic concepts of macroeconomics, National Accounting, the market of goods and the money market.

Estética y cultura visual: Cultura visual. Historia y teoría de las imágenes. Comunicación visual. Tecnología y medios visuales. Estética. Sociedad de la imagen. Corrientes estéticas aplicadas a la publicidad. Arte y publicidad.

Habilidades de comunicación: escritura y oratoria: Técnicas de expresión, presentación, defensa y argumentación de una idea de manera escrita y oral. Correcto uso del lenguaje y conocimientos además de la aplicación de los principios fundamentales de la retórica y la oratoria.

Fundamentos de Marketing: Análisis de la función y del enfoque del marketing en la empresa. Desde el establecimiento del concepto de marketing y sus variables fundamentales, la asignatura presenta cómo ha ido evolucionando y estructurándose en la organización y filosofía empresarial, hasta llegar a su actual y más moderna visión.

Basic marketing: Analysis of the marketing function and the marketing focus in the company. From the establishment of the concept of marketing and its fundamental variables, the subject sets out how it has evolved and become structured in business organisation and philosophy until it reached its current, most modern vision

Principios de las Relaciones Públicas: Estudio de los procesos, estructuras y fundamentos de las Relaciones Públicas.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Sistema de evaluación

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será el siguiente:

0 ¿ 4,9 *Suspenso (SS)*

5,0 ¿ 6,9 *Aprobado (AP)*

7,0 ¿ 8,9 *Notable (NT)*

9,0 ¿ 10 *Sobresaliente (SB)*



La mención de *¿matrícula de honor¿* La mención de *¿matrícula de honor¿* se otorgará a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%	30%
SE3. Prueba final presencial	60%	65%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Idioma moderno y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.

CG2 - Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.

CG3 - Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito de la Comunicación.

CG4 - Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales

CG8 - Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Conocer los conceptos básicos de la Literatura, Sociología, Economía, Estadística, Comunicación, Idioma moderno y Derecho que interactúan con la práctica publicitaria y en la actividad de las Relaciones Públicas

CE2 - Conocer las características del mundo empresarial para comprender las relaciones que se establecen con el marketing y la comunicación comercial.

CE18 - Identificar las referencias visuales, tanto tendencias artísticas como creativas, que sirvan para desarrollar un sentido de la estética para aplicar en las futuras piezas comunicativas.

CE19 - Conocer y comprender los fundamentos específicos del ordenamiento jurídico, del marco regulatorio y de la ética profesional en el ámbito de la publicidad y las Relaciones Públicas.

CE22 - Demostrar habilidades de exposición y expresión oral y escrita de proyectos de Publicidad y Relaciones Públicas con la aplicación de los principios de la oratoria y la retórica.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de teoría y práctica	450	100
Trabajo personal del alumno	750	0
Tutorías	150	50
Evaluación	150	100



5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo		
Aprendizaje autodirigido		
Estudio de casos		
Aprendizaje basado en proyectos		
Taller		
Documentación e investigación		
Aprendizaje instrumental		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación	10.0	10.0
Prueba parcial	10.0	15.0
Actividades académicas dirigidas	25.0	30.0
Prueba final presencial	50.0	50.0
NIVEL 2: Idioma Moderno/ Modern Languages		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Lenguas modernas/ Modern Languages		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No



ITALIANO	OTRAS												
No	No												
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE													
<p>Resultados de aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener capacidad para desempeñarse satisfactoriamente en el lugar de trabajo, tanto a nivel nacional como internacional. • Desarrollar las habilidades necesarias para el aprendizaje del inglés y adquirir cierto grado de autonomía en el proceso de aprendizaje. • Conocer y aplicar diferentes resultados de comunicación en otra cultura. • Aplicar los conceptos y habilidades aprendidas en otras materias al área profesional internacional. • Permitirles resolver en inglés las tareas para su profesión específica. 													
5.5.1.3 CONTENIDOS													
<p>Lenguas modernas: Estudio teórico-práctico y comprensión de los rasgos léxicos, sintácticos, discursivos y estilísticos característicos de la lengua inglesa. Aprendizaje de las destrezas comunicativas necesarias para poder desenvolverse con soltura en un futuro profesional.</p> <p>Modern Languages: Theoretical-practical study and understanding of the lexical, syntactical, discursive and stylistic features typical of the English language. Learning the communication skills necessary to get on freely in a professional future.</p>													
5.5.1.4 OBSERVACIONES													
<p>Sistema de evaluación</p> <p>El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será el siguiente:</p> <p>0 ¿ 4,9 <i>Suspenso (SS)</i></p> <p>5,0 ¿ 6,9 (<i>Aprobado (AP)</i>)</p> <p>7,0 ¿ 8,9 <i>Notable (NT)</i></p> <p>9,0 ¿ 10 <i>Sobresaliente (SB)</i></p> <p>La mención de <i>¿matrícula de honor¿</i> La mención de <i>¿matrícula de honor¿</i> se otorgará a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».</p> <p><u>Convocatoria Extraordinaria</u></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistema de Evaluación</th> <th>Ponderación mínima</th> <th>Ponderación máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE1. Asistencia y participación</td> <td>10%</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>SE3. Actividades académicas dirigidas</td> <td>25%</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>SE3. Prueba final presencial</td> <td>60%</td> <td>65%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.</p>		Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima	SE1. Asistencia y participación	10%	10%	SE3. Actividades académicas dirigidas	25%	30%	SE3. Prueba final presencial	60%	65%
Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima											
SE1. Asistencia y participación	10%	10%											
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%	30%											
SE3. Prueba final presencial	60%	65%											
5.5.1.5 COMPETENCIAS													
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES													
CG1 - Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Idioma moderno y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.													
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio													
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio													
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética													
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado													
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía													
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES													



No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
No existen datos		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de teoría y práctica	45	100
Trabajo personal del alumno	75	0
Tutorías	15	50
Evaluación	15	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo		
Aprendizaje autodirigido		
Estudio de casos		
Aprendizaje basado en proyectos		
Taller		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación	10.0	10.0
Prueba parcial	10.0	15.0
Actividades académicas dirigidas	25.0	30.0
Prueba final presencial	50.0	50.0



6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Antonio de Nebrija	Profesor Titular	3	100	50
Universidad Antonio de Nebrija	Profesor Agregado	3	100	50
Universidad Antonio de Nebrija	Profesor Director	3	100	25
Universidad Antonio de Nebrija	Ayudante Doctor	44	81	75
Universidad Antonio de Nebrija	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	47	65	100
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

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

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
90,76	6,67	92,15
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>Progreso y resultados de aprendizaje</p> <p>Después de pasar las pruebas del proceso de admisión y de incorporarse al curso académico, la evaluación del aprendizaje se realiza de acuerdo a lo establecido en el la <i>Guía de Actividad Docente</i> de la Universidad Antonio de Nebrija.</p> <p>En este epígrafe se describen los agentes, métodos, procesos y momentos temporales en los que se lleva a cabo la evaluación de los estudiantes. de la modalidad a distancia y presencial.</p> <p>Agentes que realizan la evaluación</p> <p>Los agentes que intervienen en la evaluación para las dos modalidades de enseñanza propuesta, son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profesores: tras la finalización de los exámenes parciales y finales se realizan reuniones de evaluación individuales para cada grupo, en las que participan el claustro, el Coordinador académico y el tutor de cada grupo. En estas reuniones se revisa la evolución académica del grupo, rendimiento de los alumnos, posibles incidencias de cualquier tipo, alumnos que están en situaciones particulares, grado de cumplimiento de programas, etc. Si es necesario se acuerdan acciones de seguimiento y atención personalizada a algunos alumnos. • Tutor: Cada grupo tiene asignado un Tutor desde el principio del curso. El Tutor deberá hacer un seguimiento pormenorizado de la evolución de sus estudiantes durante todo el año, asistiendo a las diferentes reuniones de evaluación, y manteniendo las comunicaciones que sean necesarias con los alumnos. Cada Tutor de grupo reporta al Coordinador académico todas las vicisitudes relativas a la evolución del aprendizaje del alumnado. • Director del trabajo de final de grado: Desde el momento en que se aprueba la idea base del trabajo hasta su defensa ante el Tribunal, cada alumno o equipo de alumnos cuenta con un profesor-tutor que realiza a su vez un seguimiento del trabajo y del desempeño del alumno en las asignaturas directamente relacionadas con éste o que son necesarias para desarrollarlo con éxito. • Centro de Asesoramiento Profesional: Una vez que los estudiantes han finalizado las prácticas, el CAP evalúa los informes personales que realizan y la opinión de sus empleadores. <p>Métodos para evaluar las competencias</p> <p>En cualquiera de las dos modalidades de enseñanza, a través de las distintas acciones formativas que se describen en las fichas de cada una de las materias que conforman el Grado, se evaluará no sólo los conocimientos que el alumno posee sino también las competencias específicas y generales en su conjunto.</p> <p>En el Reglamento General del Alumnado, además, se detalla:</p> <p>Artículo 15. Evaluación</p>		



Los alumnos son evaluados a lo largo de cada semestre o periodo lectivo establecido, para lo cual se tienen en cuenta, en su caso, la participación en clase, los trabajos escritos, las presentaciones orales, actividades prácticas, las actividades académicas dirigidas y las pruebas o exámenes, tanto parciales como finales, así como las competencias básicas que se hubieran adquirido. Cada uno de estos conceptos tendrá atribuido un porcentaje, cuya suma o ponderación conforma la nota final de la materia evaluada.

Para los alumnos que cursen sus estudios en la modalidad a distancia, los exámenes finales serán siempre presenciales, mientras que el resto de las Actividades Formativas a evaluar serán realizadas a distancia y estarán perfectamente definidas en los programas de las distintas materias.

En los programas de cada materia se especificarán detalladamente los porcentajes concretos atribuidos a cada uno de los conceptos a los que se refiere el artículo anterior, así como a cualesquiera otros que cada departamento o profesor considere oportuno incluir.

Artículo 17: Revisión de exámenes finales.

Debe mencionarse que los alumnos pertenecientes a la modalidad online contarán con medios virtuales para poder realizar la revisión de sus exámenes si así lo desean.

Los estudiantes de la modalidad a distancia pueden ser evaluados por tareas variadas, entre las que destacan:

- Participación en las sesiones de clases a partir de lecturas previas de la bibliografía y de los temas de discusión.
- Participación en los foros del Campus Virtual sobre los temas propuestos.
- Realización de trabajos en grupo.
- Realización de un examen conceptual de comprobación de la incorporación de los conceptos nuevos aportados por los temas de la asignatura.
- Realización de trabajos aplicados y relacionados con los contenidos de la asignatura.
- Diseño de programas teniendo en cuenta el análisis de necesidades según características de los alumnos, expectativas y contextos de aprendizaje.
- Diseño de materiales didácticos en soportes convencionales y en TIC.
- Elaboración de Informes, con todos los requerimientos académicos, siguiendo las pautas dadas.
- Elaboración y presentación de trabajos académicos expositivos, orales y escritos, siguiendo todos los requerimientos propios del canal y del soporte utilizado.

La Guía de Actividad Docente de la Universidad Antonio de Nebrija, que se adjunta en el punto 9. *Sistema de Garantía de Calidad* y de la que se puede encontrar un extracto en el punto 5. *Planificación de las enseñanzas*, desarrolla en profundidad los aspectos metodológicos de la docencia y de la evaluación. En este mismo punto, en la descripción de las materias se especifica qué actividades formativas permiten evaluar cada una de las competencias de dicha materia.

A continuación se muestra un esquema típico de las actividades formativas y de la evaluación de una materia, hay que tener en cuenta que los porcentajes asignados y la descripción de las actividades varía en función a las características propias de cada materia:

Actividades formativas:

Código	Actividades formativas	Descripción
AF1	Clases de teoría y práctica	Lección participativa en el aula en la que el profesor expone de forma sistemática y ordenada los temas que constituyen el programa de la materia por medio de explicaciones teóricas y prácticas que enriquece a través de actividades como el debate, prácticas (individuales o en grupo), y el desarrollo de talleres y seminarios. En todas ellas se requiere la participación activa de los estudiantes y la preparación previa de éstos para las clases. El profesor se apoya también en fuentes de información y bibliografía para dinamizar las sesiones lectivas. El objetivo es presentar los contenidos de la asignatura y aportar al alumno unas bases y orientaciones necesarias para el estudio y el autoaprendizaje, así como para la elaboración de trabajos prácticos y adquisición de competencias genéricas y específicas de cada asignatura.
AF2	Trabajo personal del alumno	El alumno llevará a cabo actividades de estudio y comprensión de material bibliográfico y otros recursos para la preparación de exámenes o trabajos (individuales o en grupo) que conduzcan a la adquisición de competencias genéricas y específicas.
AF3	Tutorías	Sesiones individuales y conjuntas donde se supervisarán los trabajos que se estén llevando a cabo en la asignatura y se pondrán en claro algunos contenidos y competencias que necesiten ser esclarecidos. Pueden realizarse de manera presencial o a distancia (vía correo electrónico, campus virtual, teléfono o telepresencial)
AF4	Evaluación	Pruebas finales presenciales ordinaria y extraordinaria. Autoevaluación de los resultados obtenidos.
AF5	Evaluación de capacidades profesionales	Desarrollo de prácticas profesionales o de proyectos reales en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas tutorizados por profesionales del sector y profesores de la Universidad. Realización del informe de autoevaluación.

- **Forma de evaluación prevista modalidad presencial:**

Modalidad presencial

Convocatoria Ordinaria:

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Asistencia y participación	10%	10%



Actividades académicas dirigidas	40%	40%
Prueba final presencial	50%	50%

Restricciones y explicación de la ponderación: Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

Convocatoria Extraordinaria: La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba final presencial extraordinaria y las calificaciones obtenidas por las actividades dirigidas en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Actividades académicas dirigidas	40%	40%
Prueba final presencial	60%	60%

Metodología de enseñanza:

A) Actividades formativas, metodología de enseñanza y relación con las competencias para la modalidad de enseñanza presencial:

- Clases de teoría: Incluye las horas y porcentaje de dedicación. La descripción suele consistir en una lección magistral participativa. Se definen las competencias que se evalúan a través de esta actividad.
- Clases prácticas: Incluye las horas y porcentaje de dedicación. La descripción suele consistir en trabajos en equipo, talleres y prácticas en salas de ordenador. Se definen las competencias que se evalúan a través de esta actividad.
- Trabajo personal del alumno: Incluye las horas y porcentaje de dedicación. Se definen las competencias que se evalúan a través de esta actividad.
- Tutorías: Incluye las horas y porcentaje de dedicación. La descripción suele consistir en tutorías individuales y conjuntas donde se supervisarán los trabajos que se estén llevando a cabo en la asignatura y se pondrán en claro algunos contenidos y competencias que necesiten ser esclarecidos. Se definen las competencias que se evalúan a través de esta actividad.
- Evaluación: Incluye las horas y porcentaje de dedicación. Se definen las competencias que se evalúan a través de esta actividad.

B) Actividades formativas, metodología de enseñanza y relación con las competencias para la modalidad de enseñanza a distancia:

- Estudio, comprensión y evaluación de la materia: Incluye las horas y porcentaje de dedicación. La descripción suele ser material didáctico publicado en el Campus Virtual, pruebas online de seguimiento, y una prueba online final por módulo. Se definen las competencias que se evalúan a través de esta actividad.
- Trabajos/proyectos prácticos a desarrollar y presentar por el alumno: Incluye las horas y porcentaje de dedicación. La descripción suele ser: A través del campus virtual el alumno realizará y entregará los trabajos marcados para cada asignatura. Con carácter general los trabajos se harán de manera individual. Se definen las competencias que se evalúan a través de esta actividad.
- Tutorías: Incluye las horas y porcentaje de dedicación. La descripción suele ser: Se implementan los siguientes mecanismos de asistencia al alumno en tutorías foros académicos, correo electrónico, tutoría telepresencial utilizando herramientas específicas de videoconferencia. Obviamente, el alumno que lo desee y pueda desplazarse, podrá concertar una tutoría presencial personal con el profesor en el Campus de la Universidad Nebrija. Se definen las competencias que se evalúan a través de esta actividad.
- Forma de evaluación prevista modalidad presencial:

Convocatoria Ordinaria:

- Asistencia y participación en la clase: 10%
- Prueba parcial: 15%
- Actividades académicas dirigidas: 25%
- Prueba final: 50%

Restricciones y explicación de la ponderación: Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

Convocatoria Extraordinaria:

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota del examen final extraordinario y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

- Forma de evaluación prevista modalidad a distancia

Convocatoria Ordinaria:

- Participación en foros y otras actividades autorizadas: 10%
- Trabajos y proyectos a desarrollar: 25%
- Pruebas de seguimiento por unidad didáctica: 5%
- Pruebas prácticas de evaluación por módulo: 15%
- Prueba final presencial: 45%

Restricciones y explicación de la ponderación: Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

Convocatoria Extraordinaria:

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota del examen final extraordinario que será presencial y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a



5. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria:

Momentos temporales en los que se realiza la evaluación

La evaluación de los estudiantes de las dos modalidades de enseñanza en las que se ofrece el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, tiene lugar de manera más específica en los siguientes procesos de seguimiento:

- **Reuniones de evaluación parciales:** dos anuales a mitad de cada cuatrimestre.
- **Reuniones de evaluación finales:** dos anuales al terminar los exámenes finales de cada cuatrimestre.
- **Tutorías:** a lo largo de todo el curso en función de las necesidades de cada estudiante. Especialmente después de las juntas de evaluación en función de los resultados obtenidos en los exámenes parciales o finales.
- **Prácticas:** Al finalizar la prácticas los estudiantes deben presentar un informe sobre las mismas, estas pueden cursarse una vez que se ha superado el 50% de la carga lectiva del plan de estudios (habitualmente se realizan entre el 3 er y 4º curso).
- **Trabajo fin de grado:** Se trata de un proceso de evaluación constante durante un período aproximado de un año. El plan de estudios está diseñado para que los alumnos se inscriban en el TFG durante el 4º curso, una vez que los estudiantes han superado todas las materias que forman el plan de estudios pueden defender su Trabajo fin de grado ante un Tribunal. Sin embargo a lo largo del año el estudiante y su Director realizan tantas reuniones periódicas de control como son necesarias.

Difusión de los resultados

Tanto en las juntas de evaluación parciales como en las finales los profesores de las dos modalidades de enseñanza aportan necesariamente un informe final de cada asignatura, en el que quedan reflejados los datos estadísticos sobre el número de aprobados, suspensos, no presentados, las impresiones del profesor con respecto al grupo, actitud, participación, actividad productiva y nivel de cumplimiento del programa, entre otros.

Con la información recopilada en estas reuniones y los informes, el tutor rellena su documento de seguimiento tutorial y convoca reuniones individuales con los alumnos para hacerles llegar las recomendaciones que han hecho los profesores acerca de su evolución, rendimiento y actitud, proponiéndoles programas de mejora.

Por otro lado, de manera más global, anualmente se elaboran las tasas de resultados (Tasa de rendimiento, tasa de éxito y tasa de evaluación), que se remiten a los Decanos y Vicedecanos de cada una de las Facultades. Estos realizan una revisión de los datos obtenidos junto con los Coordinadores de Grado o Jefes de Estudio, y toman las decisiones y acciones oportunas en función de los mismos. Actualmente es la UTC quien realiza el cálculo de dichas tasas, a expensas de que el Sistema Integrado de Información Universitaria (SIU) (organismo dependiente del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte) establezca un proceso sistematizado para la elaboración de las tasas.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://www.nebrija.com/calidad-universitaria/pdf/Documentacion-SGIC.pdf
--------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2013
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
<p><u>10.2. Procedimiento de adaptación, en su caso, al nuevo plan de estudios por parte de los estudiantes procedentes de la anterior ordenación universitaria</u></p> <p>Debido a que la implantación del título va a ser progresiva, año tras año, no se contempla previamente un procedimiento general de adaptación de los estudiantes al nuevo plan de estudios diferente del generalmente previsto por la legislación vigente y de aplicación en materia de convalidaciones (inclusive la convalidación parcial de estudios extranjeros), reconocimiento y transferencia.</p> <p>La Universidad garantizará en su momento que aquellos alumnos que deseen incorporarse a los estudios regulados por el plan propuesto puedan hacerlo con los derechos que les correspondan en aplicación de la normativa vigente y de aplicación.</p> <p>Cuando los planes de estudio vayan implantándose, la adaptación se llevará a cabo caso por caso, siguiendo las disposiciones legales y evaluando si fuera preciso conforme a dichas disposiciones los programas de las materias, la carga lectiva de las enseñanzas seguidas con anterioridad y demás parámetros habituales.</p>	
<u>10.3. Enseñanzas que se extinguen por la implantación del título propuesto</u>	
No se solicitará la formalmente la extinción del Grado de Publicidad actual hasta que se garantice la finalización de las convocatorias a las que tienen derecho los estudiantes que actualmente cursan el programa en dicha titulación.	
10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

