

MEMORIA PARA LA SOLICITUD DE VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES DE GRADO

Universidad: UNIVERSIDAD ROVIRA I VIRGILI

**Denominación del Título Oficial: GRADO DE
PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

Curso de implantación: 2009-10

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Índice

1.	Descripción del título	4
1.1.	Datos básicos	4
	- Denominación corta: Publicidad y Relaciones Públicas	4
	- Rama Ciencias Sociales y Jurídicas	4
1.2.	Distribución de Créditos en el Título	4
1.3.1.	Centro/s donde se imparte el título.....	5
	Facultad o Centro Facultad de Letras.....	5
1.3.2.1.	Datos asociados al centro	5
	- Tipos de enseñanza que se imparten en el Centro: Presencial	5
	- Plazas de nuevo ingreso	5
2.	Justificación, Adecuación de la propuesta y Procedimientos	6
2.1.	Justificación del título propuesto, argumentando el interés académico, científico o profesional del mismo	6
2.2.	Referentes externos a la Universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales o internacionales para títulos de similares características académicas.....	7
2.3.	Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios	10
3.	Competencias	14
4.	Acceso y admisión de estudiantes.....	16
4.1.	Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la Universidad y a las enseñanzas	16
4.2.	Requisitos de Acceso y Criterios de Admisión.....	22
4.3.	Sistemas accesibles de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados	23
4.4.	Transferencia y reconocimiento de créditos	30
4.5.	Curso de adaptación para titulados.....	36
5.	Planificación de las enseñanzas	37
5.1.	Descripción del plan de estudios del grado en Publicidad y Relaciones Públicas adscrito a la rama de conocimiento Ciencias Sociales y Jurídicas	37
	Tabla 5.2. Resumen del plan de estudios del grado en Publicidad y Relaciones Públicas adscrito a la rama de conocimiento Ciencias Sociales y Jurídicas	38
5.2.	Actividades formativas.....	50
5.3.	Metodologías docentes.....	50
5.4.	Sistema de evaluación	51
5.5.	Descripción de los módulos o materias de enseñanza- aprendizaje que constituyen la estructura del plan de estudios.....	51
6.	Personal Académico	137
6.1.	Profesorado.....	137
6.2.	Personal de apoyo a la docencia.....	142

6.3. Mecanismos de que se dispone para asegurar la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad.....	142
7. Recursos materiales y servicios	145
7.1. Justificación de que los medios materiales y servicios claves disponibles propios y en su caso concertado con otras instituciones ajenas a la universidad, son adecuados para garantizar la adquisición de competencias y el desarrollo de las actividades formativas planificadas	145
7.2. En el caso de que no se disponga de todos los recursos materiales y servicios necesarios en el momento de la propuesta del plan de estudios, se deberá indicar la previsión de adquisición de los mismos	150
8. Resultados previstos.....	151
8.1. Estimación de valores cuantitativos para los indicadores que se relacionan a continuación y la justificación de dichas estimaciones.	151
8.2. Procedimiento general de la Universidad para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes en términos de las competencias expresadas en el apartado 3 de la memoria.....	152
9. Sistema de garantía de la calidad	153
9.1. Responsables del sistema de garantía de la calidad del plan de estudios	153
9.2. Procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado	153
9.3. Procedimientos para garantizar la calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad	153
9.4. Procedimientos de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida y en su caso incidencia en la revisión y mejora del título.....	153
9.5. Procedimiento para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados (estudiantes, personal académico y de administración y servicios, etc.), y de atención a las sugerencias o reclamaciones. Criterios específicos en el caso de extinción del título y, en su caso incidencia en la revisión y mejora del título	153
9.6. Criterios específicos en el caso de extinción del título	153
10. Calendario de implantación.....	154
10.1. Cronograma de implantación del título	154
10.2. Procedimiento de adaptación, en su caso, de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios	154
10.3. Enseñanzas que se extinguen por la implantación del correspondiente título propuesto	158

1. Descripción del título

1.1. Datos básicos

- **Nivel:** Grado
- **Denominación corta:** Publicidad y Relaciones Públicas
- **Denominación esp:** ***Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Rovira i Virgili***
 - Denominación en catalán: Publicitat i Relacions Públiques
 - Denominación en inglés: Publicity and Public Relations

- **Título conjunto** No
- **Descripción del convenio** -
- **Convenio** -
- **Erasmus Mundus** No

- **Rama** Ciencias Sociales y Jurídicas
- **Clasificación ISCED**
 - ISCED 1: 342 Marketing y publicidad
 - ISCED 2: 320 Periodismo e informaciónPeriodismo; bibliotecología y personal técnico de bibliotecas; personal técnico de museos y establecimientos similares; Técnicas de documentación; Archivología

- **Habilita para profesión regulada** No

- **Universidades** -
- **Universidades Extranjeras** -

- **Universidad Solicitante:** Universidad Rovira i Virgili 042
- **Agencia Evaluadora:** Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU)

1.2. Distribución de Créditos en el Título

	Créditos ECTS
Créditos totales	240
Formación Básica	60
Prácticas Externas	12
Optativos	36
Obligatorios	120
Trabajo de fin de grado	12

1.3.1. Centro/s donde se imparte el título

Facultad o Centro Facultad de Letras

1.3.2.1. Datos asociados al centro

- **Nivel:** Grado

- **Tipos de enseñanza que se imparten en el Centro:** Presencial

- **Plazas de nuevo ingreso**

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el 1º año de implantación:	40
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el 2º año de implantación:	40
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el 3º año de implantación:	40
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el 4º año de implantación:	40

- **Número ECTS de matrícula por estudiante y periodo lectivo**

Grado	Tiempo Completo		Tiempo Parcial	
	ECTS Mat. Mínima	ECTS Mat. Máxima	ECTS Mat. Mínima	ECTS Mat. Máxima
1º curso	60	72	18	48
2º curso	30	72	18	48

- **Normativa de permanencia**

<http://www.urv.cat/es/estudios/grados/admision/matricula/permanencia-grau/>

- **Lenguas en las que se imparte**

Catalán y Castellano

2. Justificación, Adecuación de la propuesta y Procedimientos

2.1. Justificación del título propuesto, argumentando el interés académico, científico o profesional del mismo

Son múltiples las razones que justifican la implantación de un título de grado en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Rovira i Virgili, en el marco de un programa formativo de grado en Comunicación que integre los otros dos títulos del ámbito: Comunicación Audiovisual y Periodismo.

En el marco de la sociedad de la información y del conocimiento la Publicidad y las Relaciones Públicas son dos de las profesiones con mayor trascendencia e influencia, dada su estrecha vinculación con aspectos centrales de la viabilidad de estas sociedades como es la democracia representativa y la participación ciudadana (a través de la comunicación política y el márketing electoral), la actividad económica (mediante el estímulo del consumo) y la difusión de valores fundamentales para la convivencia mediante campañas de sensibilización ciudadana. En este contexto es clave formar adecuadamente a los futuros profesionales de la Publicidad y de las Relaciones Públicas, tanto en conocimientos como en habilidades y en valores.

La zona del Camp de Tarragona acoge la segunda área industrial más importante de Catalunya, articulada alrededor de un polígono petroquímico de los más grandes de Europa. La provincia también destaca en materia de producción energética, con tres centrales nucleares y una de ciclo combinado. Igualmente alberga una importante industria agroalimentaria, concentrada alrededor de la ciudad de Reus. El otro gran sector económico del territorio es el turismo, con las denominaciones Costa Daurada y Terres de l'Ebre y el parque temático Port Aventura. En los últimos años la provincia de Tarragona ha registrado los índices más altos de crecimiento económico y poblacional de Catalunya, lo que está comportando un constante incremento en la demanda de servicios de comunicación empresarial, corporativa e institucional.

En el apartado siguiente se aportan datos relativos al éxito de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas por lo que respecta a la demanda estudiantil. Cabe destacar que en la provincia de Tarragona, que cuenta con cerca de un millón de habitantes, la Universidad Rovira i Virgili es la única institución universitaria que ofrece estudios de Publicidad y RP (desde 2001), por lo que resulta conveniente mantener una oferta formativa en este ámbito para garantizar la formación de los futuros profesionales que deberán ocuparse en el expansivo sector publicitario y de comunicación corporativa e institucional al servicio de empresas e instituciones de la provincia: ayuntamientos, consejos comarcales, patronatos de turismo, empresas grandes y medianas, patronales, partidos políticos, sindicatos...

Según los estudios citados en el *Libro blanco de los títulos de grado en Comunicación* la inserción laboral de los titulados en Publicidad y RP se ha mantenido en los últimos años igual o por encima de la media de las titulaciones de Ciencias Sociales, a pesar del incremento en el número anual de nuevos licenciados. Esto denota que el mercado laboral de las ocupaciones relacionadas con el macrosector comunicativo está en franca expansión a medida que la producción y la gestión de la Comunicación en sus múltiples

facetas se incorpora a todos los niveles de la actividad económica, política y cultural. Una encuesta telefónica elaborada por la Universidad Rovira i Virgili en verano de 2007 reveló que un 87,7 de los titulados en Publicidad y en Periodismo de la primera promoción de la URV estaban trabajando, la gran mayoría en empleos directamente relacionados con sus estudios. Esta cifra es aún más positiva si se tiene en cuenta que los titulados que no trabajaban estaban acabando otros estudios, por lo tanto no estaban plenamente integrados en el mercado laboral.

2.2. Referentes externos a la Universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales o internacionales para títulos de similares características académicas

Los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas son relativamente recientes en España, aunque ya cuentan con 15 años de vida, ya que se empezaron a impartir en 1992. Desde entonces se han ido convirtiendo en una de las titulaciones más demandadas por los estudiantes que acceden a la universidad, lo que ha disparado en toda España la relación de centros que la ofrecen. A fecha de hoy más de 40 universidades imparten al menos una de las tres titulaciones de Comunicación, de las que 24 son públicas y 16 privadas. En concreto hay unas 27 universidades que imparten la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas.

De las 17 comunidades autónomas españolas, 12 cuentan con centros que ofrecen estudios de Comunicación: Catalunya (11), Madrid (8), Comunidad Valenciana (5), Castilla y León (5), Galicia (3), Andalucía (2), Murcia (2), País Vasco (1), Navarra (1), Extremadura (1), Aragón (1) y Canarias (1). Esta representación está en la línea del número de habitantes que tienen las comunidades autónomas en función del total de la población española. De esta forma se observa que el mayor número de centros se localiza en Catalunya y en Madrid, la segunda y la tercera comunidad más pobladas de España.

En los últimos años se ha producido un constante incremento anual en el número de matriculados en carreras de Comunicación, superando actualmente los 35.000 alumnos en el conjunto de España. Este incremento ha sido progresivo y entre otros aspectos se fundamenta en la ampliación en el número de centros que imparten estos estudios pero también en la expansión sostenida del mercado laboral.

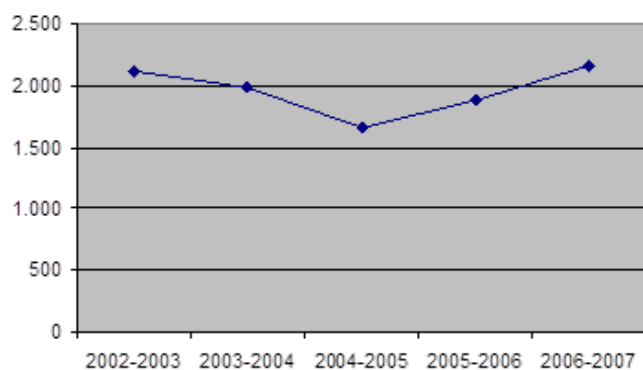
Se observa que las universidades que ya ofrecen las titulaciones de Comunicación se inclinan por mantener la individualidad de las tres titulaciones actuales, y así ha quedado recogido en el *Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación* (p. 15). Es decir, se considera conveniente mantener tres grados independientes atendiendo a la evolución propia de estas disciplinas y a una formación especializada y ajustada a los perfiles específicos de los futuros profesionales. En este sentido consideramos que la URV no debería ofrecer una formación de grado en Comunicación sustancialmente diferente de la que presenten las universidades grandes y con más tradición de formación en este ámbito, en la línea de la mencionada recomendación.

En Catalunya hay cinco centros universitarios públicos que imparten la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas (URV, UAB, UPF, UDG), y cinco privados (Universidad

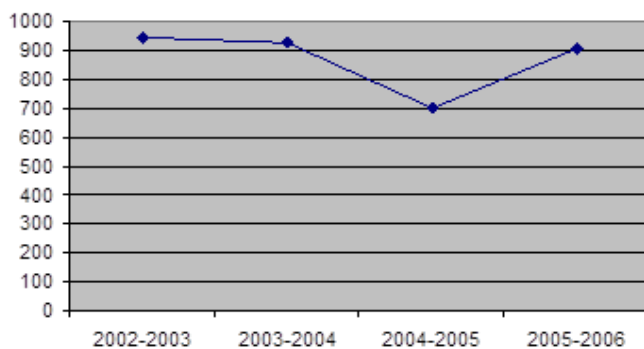
Ramon Llull, Universidad de Vic, Escuela Superior de Relaciones Públicas, Universidad Abat Oliba, Universidad Internacional de Catalunya). A pesar de la amplitud de la oferta, la demanda continúa siendo superior, lo que demuestra el gran atractivo de esta titulación entre el alumnado que acaba el bachillerato.

En el conjunto de Catalunya y concretamente en la demarcación de Tarragona la demanda en primera opción se mantiene muy alta en el conjunto de las tres titulaciones de Comunicación existentes. Entre 2002 y 2004 disminuyó ligeramente, pero en 2005 reinició una curva ascendente. La matrícula de nuevo ingreso ha crecido de forma sostenida en los últimos años.

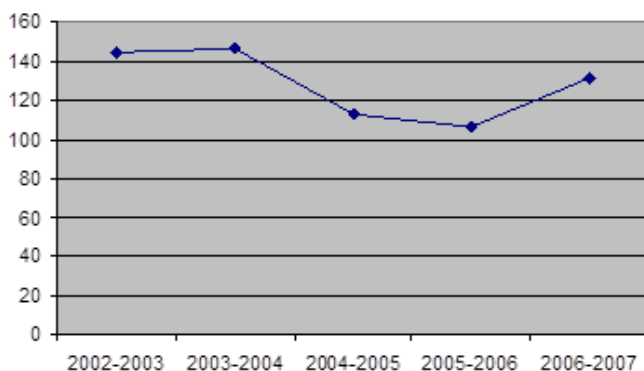
Demanda en 1ª opción de titulaciones de Comunicación en Catalunya



Demanda total en 1ª opción de la titulación de Publicidad y RP en Catalunya



Demanda en 1ª opción en la URV



Existe un fuerte desequilibrio en Catalunya entre la demanda en primera opción de Publicidad y RP y la oferta de plazas en universidades públicas: en el curso 2006-2007 la demanda en primera opción en el conjunto de Catalunya fue de 932 plazas, mientras que la demanda en primera opción en la URV ascendió a 131, para 80 plazas disponibles. Publicidad y RP fue en este curso la onceava titulación con una relación demanda/oferta más alta (1,7752), de un total de 116 titulaciones. Estos datos relativos a la demanda justifican programar esta titulación en el futuro mapa de grados de la URV.

La propuesta de organización de los estudios de Publicidad y RP que recoge esta memoria consiste en integrarlos en un Programa Formativo de Grado que incluya también las titulaciones de Comunicación Audiovisual y de periodismo: los dos primeros cursos serían comunes a las tres titulaciones, y en los dos últimos los estudiantes cursarían materias específicas de cada título, así como el prácticum y el trabajo de fin de grado, que también serían específicos. Este modelo no es sino una traslación, como ya se ha indicado, del que existe actualmente en nuestra universidad para las titulaciones de Publicidad y de Periodismo: primer ciclo de tres años común de las dos titulaciones más la de Comunicación Audiovisual, segundos ciclos diferenciados de Periodismo y de Publicidad. Cabe señalar que esta fórmula no es exclusiva de la URV: según la legislación vigente, se puede acceder al segundo ciclo de cualquiera de las tres licenciaturas de Comunicación habiendo cursado el primer ciclo de cualquiera de ellas, lo que a la práctica equivale a establecer un sistema de primer ciclo común.

El modelo propuesto es plenamente viable en la URV mediante una reorganización de los recursos humanos disponibles y ya ocupados en las licenciaturas de Publicidad y de Periodismo. La dotación prevista de instalaciones y equipos audiovisuales del futuro edificio de la Facultad de Letras en el Campus Catalunya es suficiente para asumir el despliegue de tres títulos de grado diferenciados.

Por lo que respecta a los referentes internacionales, la revisión de la situación de los estudios de Comunicación en la UE demuestra que no existe un modelo general (*Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación*, p. 16). Las instituciones más antiguas se corresponden con modelos agotados o en fase de renovación (como es el caso de las escuelas de periodismo, de cinematografía, de publicidad u otras similares). Los estudios más recientes se inscriben en los modernos contextos universitarios y en el desarrollo de las ciencias sociales y humanas, atendiendo, sobre todo, a un aumento de la demanda de profesionales calificados en el campo de la comunicación y la cultura, y singularmente en el ámbito audiovisual, tanto el tradicional como el surgido de la revolución digital.

Las titulaciones de grado en los principales países de nuestro entorno son básicamente de tres años (Alemania, Francia, Italia y Reino Unido), con la excepción de Portugal que, igual que España, ha optado por una estructura de grado de cuatro años.

En relación con la organización de los planes de estudio, no hay coincidencia mayoritaria a la hora de fijar su estructura en los países de referencia de la UE. Algunos de nuestro entorno se inclinan por un único tronco común (sería el caso de Italia y de Francia) con especialización en el último año, mientras que otros países optan por titulaciones con un alto grado de diferenciación entre sí, incluso superando en variedad al caso español (Alemania, Italia, Reino Unido).

2.3. Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios

La Universidad Rovira i Virgili

La Universidad Rovira i Virgili ha sido una de las instituciones del Estado Español que más se ha implicado en la implantación de metodologías modernas en los procesos de enseñanza/aprendizaje de acuerdo con el espíritu de la Declaración de Bolonia.

Desde el inicio del proceso de Bolonia, la Universidad Rovira i Virgili organizó Jornadas y conferencias, dirigidas al conjunto de la comunidad universitaria, pero especialmente a sus dirigentes, dando a conocer los puntos principales del proceso a medida que éste se iba desarrollando (jornadas sobre acción tutorial, sobre presentación del proyecto Tunning, por citar solo dos ejemplos) con la participación de expertos nacionales y europeos.

Desde el curso 2005-06 ha ido adaptando sus planes de estudio al Espacio Europeo de Educación Superior, a partir de la implantación de unos planes piloto de grado y master, en respuesta a una convocatoria del Departamento de Universidades de la Generalitat de Cataluña, y a continuación, implantando el sistema ECTS de manera progresiva en el resto de las enseñanzas que imparte. Este proceso ha implicado una amplia revisión de nuestros planes de estudio, que ha generado numerosas reuniones y discusiones a diferentes niveles (la propia Universidad, en su Claustro, Consejo de Gobierno, Comisión de Ordenación Académica, Comisión de Docencia; los distintos centros, los departamentos y entre los estudiantes).

Desde el Vicerrectorado de Política Docente y Convergencia al EEES se ha desarrollado una amplia labor con el objetivo de coordinar el proceso de armonización con Europa de la Universidad. Para ello ha realizado una serie de reuniones con los responsables de las titulaciones para ir implementando paso a paso el nuevo sistema que a su vez implica un nuevo concepto de cultura universitaria. A su vez los responsables se han encargado de transmitir y coordinar en su titulación el citado proceso.

Modelo de competencias de la URV

Toda esta experiencia, junto con las exigencias del contexto actual, y la información obtenida de los procesos de verificación y acreditación de las titulaciones han llevado a la universidad a revisar el modelo definido en 2003.

En esta revisión se han actualizado las competencias transversales y nucleares y se han simplificado integrándose en un solo listado de competencias transversales que da respuesta a:

- Descriptores de Dublín
- Artículo 3.5 del RD 1393/2007
- Referentes clave en el mundo profesional y académico.
- RD 1027/2011 donde se establece el MECES (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior)

- ESG (European Standards & Guidelines). Yerevan, 14-15 Mayo 2015 de ENQA (European Association For Quality Assurance in Higher Education)

Este nuevo modelo se aprobó por Consejo de Gobierno de la URV el 16 de julio de 2015, y posteriormente fue aprobada una actualización del mismo el 27 de octubre de 2016. En las tablas siguientes se muestra el listado actual de competencias transversales de la URV para Grado.

Competencias transversales de la URV para Grado

GRADO	
CT1	Utilizar información en lengua extranjera de una manera eficaz.
CT2	Gestionar la información y el conocimiento mediante el uso eficiente de las TIC.
CT3	Resolver problemas de forma crítica, creativa e innovadora en su ámbito de estudio.
CT4	Trabajar de forma autónoma y en equipo con responsabilidad e iniciativa.
CT5	Comunicar información de forma clara y precisa a audiencias diversas.
CT6	Identificar el proceso de aprendizaje y la orientación académica y profesional.
CT7	Aplicar los principios éticos y de responsabilidad social como ciudadano y como profesional.

Considerando la experiencia acumulada en la URV, por lo que respecta al proceso de armonización europea, se define el perfil académico profesional y las competencias.

Este proceso implica al responsable de la titulación y al consejo de titulación, y concreta los siguientes aspectos:

- La identidad profesional de la titulación.
- Las figuras profesionales: segmentación horizontal (ámbitos) y vertical (niveles de responsabilidad).
- Las funciones y tareas derivadas del desarrollo de la profesión.
- La definición de las competencias: específicas y transversales.

El modelo educativo de la URV considera como núcleo del proceso de formación lo que los titulados deben adquirir en término de competencias.

Este cambio se asocia a una necesidad de mayor precisión en el diseño curricular y a que un aprendizaje más efectivo y una renovación metodológica que mejora el aprendizaje y de resultados del sistema.

Paralelamente a la definición del modelo se crearon figuras y estructuras orientadas a la docencia para desplegar el Modelo docente. De estas figuras se destacan el Responsable de titulación y el Consejo de titulación.

La Junta de la Facultad de Letras de la URV designó una comisión de trabajo para la elaboración de las memorias correspondientes a los títulos de grado de Comunicación. Esta comisión, formada por los doctores de la Unidad Predepartamental de Comunicación

Arantxa Capdevila, Paul Capriotti, Josetxo Cerdán y Bernat López, se ha reunido en diversas ocasiones, y ha invitado a estos encuentros a otros docentes y a estudiantes de Publicidad y de Periodismo con el objetivo de recabar sus opiniones. Un borrador del punto 5.1 se discutió y consensuó en el seno del Consejo de la Unidad Predepartamental de Comunicación, en sesión de 28 de mayo de 2008.

El Responsable de la titulación conjuntamente con el profesorado son protagonistas en el proceso de definición y posterior despliegue del Proyecto Formativo de la Titulación (PFT).

La Facultad /Centro

El procedimiento de consultas internas y externas para la elaboración del plan de estudios se describe en el proceso "P.1.1-01-Proceso para la garantía de la calidad de los programas formativos", que se recoge en el modelo de aseguramiento de la calidad docente de la Universidad Rovira i Virgili (URV), que constituye el Sistema Interno de Garantía de la Calidad Docente (SIGC) del centro.

Este modelo se ha presentado íntegro en el apartado 9 de "Sistema de garantía de la calidad" de esta "Memoria de solicitud de verificación de títulos oficiales".

Para el diseño de los objetivos y competencias de la titulación de Comunicación Audiovisual se ha tomado como referencia tres aspectos clave: externos, internos y la propia experiencia acumulada en el proceso de definición de la titulación, que se viene trabajando desde 2003 en la URV, cuando se inició el proceso de adaptación de las titulaciones existentes a los requisitos del Espacio Europeo de Educación Superior

Los criterios externos a los que se ha atendido, son:

- Descriptores de Dublín.
- Los principios recogidos en el artículo 3.5 del RD 1393/2007 de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales modificado por RD.861/2010 de 2 de julio.
- Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior MECES.

Los criterios internos de la titulación han sido:

- *Libro blanco de los Títulos de Grado en Comunicación* de la ANECA¹.
- Proyecto Tunning.
- Disposiciones oficiales para el ejercicio de una profesión regulada.
- Documentos de Benchmarking: Subject Benchmark Statements de la QAA.
- Redes o entidades nacionales e internacionales: informantes clave.
- Redes temáticas europeas
- Bologna Handbook de la EUA: <http://www.bologne-handbook.com>

¹ www.aneca.es/activin/docs/libroblanco_comunicacion_def.pdf

Fruto de la experiencia acumulada en la URV por lo que respecta al proceso de armonización europea se ha definido el perfil académico y profesional y las competencias del título de graduado en Comunicación Audiovisual.

Este proceso ha implicado al responsable de las licenciaturas de Publicidad y RP y de Periodismo y a los respectivos consejos de titulación, y ha concretado los siguientes aspectos:

- La identidad profesional de la titulación.
- Las figuras profesionales: segmentación horizontal (ámbitos) y vertical (niveles de responsabilidad).
- Las funciones y tareas derivadas del desarrollo de la profesión.
- La definición de las competencias: específicas, transversales y nucleares.

Las acciones concretas que se han llevado a cabo para la definición del perfil académico profesional, las competencias de la titulación y el plan de estudios se muestran a continuación:

- Se han consultado los planes de estudios de Comunicación Audiovisual de otras universidades.
- Se ha consultado a colegas de otras universidades que están elaborando las memorias de implantación de los nuevos graduados en Comunicación Audiovisual.
- Se ha atendido a las sugerencias y opiniones de estudiantes y de licenciados en Periodismo y en Publicidad y RR.PP. de la URV.
- Se ha consultado con el personal de administración y servicios adscrito al servicio de apoyo técnico audiovisual a la docencia de la Unidad Predepartamental de Comunicación de la URV.
- Se ha recabado la opinión de profesionales del mundo audiovisual.
- Se han llevado a cabo múltiples reuniones de la comisión de trabajo específica designada por la Junta de la Facultad de Letras.
- Se ha consultado al Consejo de la Unidad Predepartamental de Comunicación.

Los resultados del proceso descrito anteriormente se concretan en:

- Objetivos de la titulación.
- Competencias específicas y transversales de la titulación.
- Plan de estudios.

3. Competencias

COMPETENCIAS BASICAS DE GRADO

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.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

A. Competencias específicas:

A.1. Conocer el estado del mundo y su evolución histórica reciente; comprender sus parámetros básicos (jurídico-políticos, sociológicos, económicos, culturales, estéticos y comunicativos).

A.2. Interpretar los procesos y los fenómenos informativos y comunicativos, textuales, orales y visuales, en las sociedades contemporáneas, con la ayuda de las principales teorías y escuelas que los analizan críticamente desde las ciencias sociales.

A.3. Dominar la aplicación de las herramientas y los programas informáticos de creación de contenidos textuales y audiovisuales.

A.4. Elaborar mensajes orales y escritos de carácter persuasivo que sean eficaces, correctos y atractivos, en las lenguas propias, adoptando los recursos lingüísticos y las estrategias retóricas más adecuados para la comunicación publicitaria y de relaciones públicas.

A.5. Conocer la estructura, el funcionamiento y la gestión de la empresa, con especial incidencia en las empresas de Publicidad y Relaciones Públicas.

A.6. Producir productos audiovisuales persuasivos aplicando la gramática específica del sonido y de la imagen en movimiento, dominando los aspectos básicos de la producción, el guionaje, el montaje y la postproducción de programas y productos audiovisuales de carácter publicitario.

A.7. Comprender los fundamentos del ejercicio del periodismo y sus interrelaciones con la actividad publicitaria y de relaciones públicas.

A.8. Comprender la realidad sociocomunicativa de Catalunya (estructura, políticas, financiación y funcionamiento) en el contexto español, europeo y mundial.

A.9. Conocer los fundamentos de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas canalizada a través de cualquier medio o tecnología: teorías, conceptos básicos, organización, producción, gestión, financiación, aplicaciones.

A.10. Dominar los conceptos y las técnicas de creación gráfica y multimedia aplicada a la publicidad.

A.11. Conocer los fundamentos del ordenamiento jurídico en materia de ejercicio de la publicidad y de las relaciones públicas, tanto en materia de derechos fundamentales como desde el punto de vista del derecho mercantil.

A.12. Aplicar las técnicas de planificación y organización integral de la comunicación de una empresa o institución, así como de sus instrumentos y soportes organizativos.

A.13. Conocimiento teórico y operativo de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza y las interrelaciones entre los sujetos de la comunicación publicitaria: creativos, empresas, instituciones, agencias de publicidad y de relaciones públicas, medios de comunicación, soportes y públicos.

A.14. Conocimiento teórico y operativo del análisis y la investigación de las audiencias aplicados a la selección y la compra de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.

A.15. Aplicar los métodos y las técnicas de márketing para la toma de decisiones en las áreas de comunicación en general y de publicidad y relaciones públicas en particular de las empresas e instituciones.

A.16. Desarrollar el pensamiento creador y su aplicación al proceso de elaboración de los mensajes publicitarios y de relaciones públicas: escuelas, métodos y técnicas creativas.

A.17. Ejercer como profesionales que se encargan de la atención a cliente de la agencia, asistiéndolo de manera continua antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación.

A.18. Identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa o institución, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando su reputación.

CT. COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT1. Utilizar información en lengua extranjera de una manera eficaz.

CT2. Gestionar la información y el conocimiento mediante el uso eficiente de las TIC.

CT3. Resolver problemas de forma crítica, creativa e innovadora en su ámbito de estudio.

CT4. Trabajar de forma autónoma y en equipo con responsabilidad e iniciativa.

CT5. Comunicar información de forma clara y precisa a audiencias diversas.

CT6. Identificar el proceso de aprendizaje y la orientación académica y profesional.

CT7. Aplicar los principios éticos y de responsabilidad social como ciudadano y como profesional.

4. Acceso y admisión de estudiantes

4.1. Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la Universidad y a las enseñanzas

Perfil de ingreso

El/la candidata/a a ingresar en esta titulación debería ser una persona activa, creativa, desinhibida y con capacidad de iniciativa y liderazgo. Debería tener consciencia de la importancia de la comunicación para el desarrollo económico, social y cultural en cualquier época y sociedad, pero especialmente en las modernas sociedades avanzadas. Tendría que estar interesado/a por los aspectos estéticos y persuasivos de la comunicación mediática, tener interés por ampliar sus conocimientos sobre expresión artística y sobre las diferentes técnicas de la comunicación persuasiva.

La universidad da difusión de las vías de acceso a través de la web. Por otra parte, la URV distribuye folletos con esta información entre los posibles candidatos.

A continuación se exponen las diferentes acciones que la Comunidad Autónoma y la Universidad realizan en estos procedimientos:

I - Acciones a nivel de la Comunidad Autónoma de Cataluña: Departamento de Innovación, Universidades y Empresa. Consejo Interuniversitario de Catalunya. Generalitat de Catalunya

El Consejo Interuniversitario de Catalunya (CIC) es el órgano de coordinación del sistema universitario de Catalunya y de consulta y asesoramiento del Gobierno de la Generalitat en materia de universidades. Integra representantes de todas las universidades públicas y privadas de Catalunya.

Procesos de acceso y admisión

La coordinación de los procesos de acceso y admisión a la universidad es una prioridad estratégica del Consejo Interuniversitario de Catalunya, mediante la cual pretende garantizar que el acceso a la universidad de los estudiantes que provienen de bachillerato y de los mayores de 25 años, así como del resto de accesos gestionados de forma centralizada, respete los principios de publicidad, igualdad, mérito y capacidad. Así mismo, garantizar la igualdad de oportunidades en la asignación de los estudiantes a los estudios universitarios que ofrecen las universidades.

También cabe destacar las actuaciones del Consejo relativas a la orientación para el acceso a la universidad de los futuros estudiantes universitarios, en concreto:

- Información y orientación en relación a la nueva organización de los estudios universitarios y sus salidas profesionales, para que la elección de los estudios universitarios se realice con todas las consideraciones previas necesarias.

- Transición desde los ciclos formativos de grado superior a la universidad.
- Presencia y acogida de los estudiantes extranjeros.

La Comisión de acceso y asuntos estudiantiles es una comisión de carácter permanente del Consejo Interuniversitario de Catalunya que se constituye como instrumento que permite a las universidades debatir, adoptar iniciativas conjuntas, pedir información y hacer propuestas en materia de política universitaria.

Entre las competencias asignadas a esta comisión destacan aquellas relacionadas con la gestión de las pruebas de acceso a la universidad, la gestión del proceso de preinscripción, impulsar medidas de coordinación entre titulaciones universitarias y de formación profesional, elaborar recomendaciones dirigidas a las universidades para facilitar la integración a la universidad de las personas discapacitadas, acciones de seguimiento del programa de promoción de las universidades y la coordinación de la presencia de las universidades en salones especializados.

Orientación para el acceso a la universidad

Las acciones de orientación de las personas que quieran acceder a la universidad, así como las acciones de promoción de los estudios universitarios del sistema universitario catalán en Catalunya y en el resto del Estado se diseñan, programan y se ejecutan desde la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad del Consejo Interuniversitario de Catalunya, que también realiza la función de gestionar los procesos relativos al acceso a las universidades públicas catalanas: preinscripción universitaria y asignación de plazas.

Las acciones de orientación académica y profesional tienen por objetivo que los estudiantes logren la madurez necesaria para tomar una decisión que más se adecue a sus capacidades y sus intereses entre las opciones académicas y profesionales que ofrece el sistema universitario catalán, incidiendo en la integración en el EEES.

Para lograr este objetivo se han establecido seis líneas de actuación que se ejecutan desde la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad, que pretenden por un lado, implicar más las partes que intervienen en el proceso, y por otro, dar a conocer el sistema universitario a los estudiantes para que su elección se base en sus características personales y sus intereses.

Las líneas de actuación establecidas son las siguientes:

1. Crear un marco de relaciones estables con otras instituciones implicadas en la orientación para el acceso a la universidad.
2. Potenciar acciones de orientación dirigidas a los agentes y colectivos del mundo educativo como conferencias, jornadas de orientación académica y profesional, mesas redondas, etc.
3. Servicios de información y orientación presencial, telefónica y telemática en la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad.

4. Participación en salones y jornadas de ámbito educativo. El Consejo Interuniversitario de Catalunya participa cada año en ferias y jornadas de ámbito educativo con los objetivos de informar y orientar sobre el sistema universitario catalán y en concreto en relación al acceso a la universidad y a los estudios que se ofrecen. Los salones en los que participa anualmente el Consejo Interuniversitario de Catalunya, a través de la Oficina de Orientación para el Acceso a la universidad son: *Saló de l'Ensenyament* (Barcelona), AULA, Salón Internacional del Estudiante y de la Oferta Educativa (Madrid), Jornadas de Orientación Universitaria y Profesional (Tàrrrega) y Espai de l'Estudiant (Valls).

5. Elaborar y difundir materiales sobre el acceso a la universidad y el nuevo sistema universitario. Las publicaciones que se editan en la actualidad, anualmente son las siguientes:

- Guía de los estudios universitarios en Catalunya.
- Preinscripción universitaria.
- Acceso a la universidad. Correspondencia entre las opciones de las pruebas de acceso que se relacionan con las modalidades de bachillerato, LOGSE y los estudios universitarios.
- Acceso a la universidad. Correspondencia entre los ciclos formativos de grado superior y los estudios universitarios.
- Acceso a la universidad. Correspondencia entre los primeros ciclos y los segundos ciclos de los estudios universitarios.
- Notas de corte. Tabla orientativa para los estudiantes.
- Pruebas de acceso a la universidad para los mayores de 25 años.
- Pruebas de acceso a la universidad para el alumnado de Bachillerato.
- Catalunya Master.
- Masteres oficiales de las universidades de Catalunya.
- Centros y titulaciones universitarias en Catalunya.

6. Promover la igualdad de oportunidades de los estudiantes con discapacidad es otro objetivo prioritario del Consejo Interuniversitario de Catalunya. Ante la necesidad de promover líneas de atención comunes a los estudiantes con discapacidad, la Comisión de Acceso y Asuntos estudiantiles del CIC acordó en septiembre del 2006 la creación de la Comisión Técnica UNIDISCAT (Universidad y Discapacidad en Catalunya), en la que están representadas todas las universidades catalanas y cuyos objetivos principales son:

- Analizar la situación actual y las necesidades de los estudiantes con discapacidad para establecer un protocolo de actuación y respuesta.
- Crear un espacio de trabajo conjunto entre las universidades catalanas para mantener una buena coordinación en este tema y promover líneas de actuación comunes.
- Estudiar el marco legal y jurídico relacionado con las adaptaciones curriculares.
- Establecer colaboraciones con otros departamentos o entidades que también traten aspectos relacionados con las personas con disminución.
- Elevar propuestas a la Comisión de Acceso y Asuntos estudiantiles del CIC.

II - Acciones a nivel de la Universidad Rovira i Virgili:

Proceso de acceso y admisión

De acuerdo con la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad, la Universidad Rovira i Virgili, que actúa como delegación, gestiona el proceso de preinscripción de los estudiantes que desean acceder a estudios universitarios en cualquiera de las universidades públicas catalanas.

Cada curso se actualizan las fechas y se introducen los cambios que se consideran necesarios para mejorar el proceso. Asimismo se modifican los procedimientos de acuerdo con los cambios legislativos que se hayan podido producir.

Los estudiantes que están realizando estudios de secundaria cursan su solicitud a través de los Institutos; el resto, realiza su preinscripción a través de internet.

En función de los criterios acordados, a los que se da la correspondiente difusión (via web y con material impreso), una vez finalizados los plazos, se procede a tratar los datos de los distintos candidatos, teniendo en cuenta el orden de preferencia, la nota media de su expediente y el nº de plazas que se ofertan. El resultado se informa a través de la web de la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad.

Dado el carácter de delegación, la URV atiende personalmente y da el apoyo necesario a los estudiantes durante este proceso que culmina con la asignación de plaza en un estudio determinado.

Orientación

Desde la Universidad se realizan diversas acciones de información y orientación a los potenciales estudiantes. Estas acciones van dirigidas fundamentalmente a los alumnos que cursan segundo de Bachillerato o el último curso de Ciclos Formativos de Grado Superior. También se realizan algunas acciones puntuales de orientación para alumnos que han superado las pruebas de acceso para mayores de 25 años, con la previsión de hacerlas extensivas también a los estudiantes que hayan accedido acreditando experiencia profesional o mediante la prueba para mayores de 45 años.

El procedimiento de orientación a los estudiantes se describe en el proceso "P.1.2-02.a-Proceso de orientación al estudiante de grado", que se recoge en el modelo de aseguramiento de la calidad docente de la Universidad Rovira i Virgili (URV), que constituye el Sistema Interno de Garantía de la Calidad Docente (SIGC) del centro.

A continuación realizamos una breve descripción de las acciones de información y orientación que regularmente se realizan dirigidas a los alumnos de segundo de Bachillerato o último curso de ciclos formativos:

1. Sesiones informativas en los centros de secundaria de la provincia y localidades próximas en las cuales se informa de los estudios existentes, los perfiles académicos y profesionales vinculados, las competencias más significativas, los programas de

movilidad y de prácticas y las salidas profesiones. Estas sesiones las realiza personal técnico especializado de la Universidad y profesorado de los diversos centros. Estas sesiones van acompañadas de material audiovisual (power point, videos informativos).

2. Jornadas de Puertas Abiertas de la Universidad. Cada año se realizan dos sesiones de Puertas Abiertas en las cuales los centros universitarios realizan sesiones informativas y de orientación específica sobre el contenido académico de los estudios y los diversos servicios con los que cuenta el centro.

En el marco de estas jornadas, los responsables de cada titulación ofrecen charlas informativas específicas, dirigidas a los estudiantes potencialmente interesados en el título en cuestión. Este mecanismo de información personalizada se mantendrá en el futuro, por lo que el alumnado interesado en el título de Publicidad y Relaciones Públicas podrá obtener por este conducto la información relevante.

3. Material informativo y de orientación. En la página web de la Universidad está disponible para todos los futuros estudiantes información detallada de los diversos estudios.

4. Material editado. La Universidad edita unas guías de los distintos centros en los cuales se informa sobre las vías y notas de acceso, el Plan de estudios, las asignaturas obligatorias y optativas, los programas de prácticas y de movilidad, el perfil académico de los estudiantes y las competencias más destacadas y las salidas profesiones, así como los posibles estudios complementarios que pueden cursarse posteriormente.

5. Presencia de la Universidad en Ferias y Salones para dar difusión de su oferta académica y orientar a los posibles interesados. La Universidad está presente en múltiples Ferias y Salones (Salón Estudia en Barcelona, Espai de l'Estudiant en Valls, ExproReus, ExpoEbre, Fira de Santa Teresa, así como Ferias como la Semana de la Ciencia) en las cuales realiza difusión de su oferta académica mediante la presencia de personal y de material impreso informativo.

6. Información sobre aspectos concretos de la matrícula y los servicios de atención disponibles en los momentos previos a la realización de la matrícula. Esta atención se realiza de forma personalizada en las aulas donde se realiza informáticamente la matrícula.

- Sesiones de acogida alumnos de primero. Durante la primera semana lectiva de cada curso académico la Facultad de Letras lleva a cabo unas jornadas de acogida de dos días dirigidas a los nuevos estudiantes de primero, durante las cuales se les informa de todos los aspectos organizativos y prácticos de la vida universitaria: cuestiones administrativas y de matrícula, normativas varias, biblioteca, movilidad estudiantil, asociacionismo estudiantil, participación en los órganos de gobierno, técnicas de estudio, etc.

En el marco de estas jornadas tienen lugar sesiones informativas específicas de cada título, a cargo del correspondiente responsable de titulación, por lo que los alumnos de nuevo ingreso al grado de Publicidad y Relaciones Públicas recibirán toda la información relevante.

Acceso y orientación en caso de alumnos con discapacidad

La URV ha elaborado una guía para discapacitados en la que se recoge toda la información que puede interesar a los alumnos de la URV que padecen alguna discapacidad. Se informa sobre aspectos como el acceso a la universidad, los planos de accesibilidad de los diferentes Campus, los centros de ocio adaptados que se hallan distribuidos por la provincia de Tarragona, así como becas y ayudas que el alumno tiene a su disposición. El objetivo es facilitar la adaptación del alumno a la URV, tanto académica como personal.

Esta guía está disponible en la Web de la universidad a través del link http://www.urv.cat/guia_discapacitats/es_index.html

Sobre el Acceso a la Universidad en la guía y la página web de la universidad se puede encontrar información relacionada para acceder a la Universitat Rovira i Virgili: las PAU, pruebas de acceso a la Universidad para los mayores de 25 años y preinscripciones en caso de alumnos con discapacidad.

- [PAU](#)
- [Pruebas de acceso a la Universidad para los mayores de 25 años](#)
- [Preinscripciones](#)

PAU

Todos aquellos alumnos con una discapacidad que impida examinarse con normalidad de las pruebas, tienen derecho a pedir las adaptaciones necesarias para realizarlas, bien al tribunal de incidencias que tiene lugar en Barcelona o bien, si es posible, en la propia Universidad.

Para solicitar estas adaptaciones, se debe llenar esta instancia y adjuntar un certificado de discapacidad emitido por el organismo oficial correspondiente.

Se debe entregar la instancia en la Escuela de Pregrado, Rectorado de la Universitat Rovira i Virgili, c/del Matadero s/n 4300 de Tarragona.

Más información:

http://www.urv.cat/futurs_alumnes/1er_i_2n_cicle/que_fer_per_estudiar_urv/acces.html#pau

Pruebas de acceso a la Universidad para los mayores de 25 años

Los candidatos que en el momento de formalizar la matrícula justifiquen alguna discapacidad que les impida hacer las pruebas de acceso con los medios ordinarios y que necesiten alguna atención especial, podrán hacer las pruebas en las condiciones, adoptadas por la universidad, que los sean favorables, o bien al Tribunal de incidencias.

Más información:

http://www.urv.cat/futurs_alumnes/1er_i_2n_cicle/que_fer_per_estudiar_urv/acces.html#majors25

Preinscripciones

Los alumnos que tienen reconocido un grado de discapacidad igual o superior al 33%, o pérdida total del habla o la audición, tienen reservado el 3 % de las plazas. En el momento de adjuntar la documentación de los estudios que los dan acceso a la universidad, han de acreditar el grado de discapacidad mediante la certificación del Instituto Catalán de Asistencia y Servicios Sociales (ICASS) dónde indique su grado de discapacidad.

Más información:

http://www.urv.cat/futurs_alumnes/1er_i_2n_cicle/que_fer_per_estudiar_urv/preinscripcio.html

4.2. Requisitos de Acceso y Criterios de Admisión

¿Cumple requisitos de acceso según legislación vigente? Si

Vías de acceso a los estudios

De acuerdo con el RD 1892/2008, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones de acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas, podrán acceder a éste Grado, a través del procedimiento correspondiente, quienes reúnan alguno de los siguientes requisitos:

- Estén en posesión del Título de Bachiller y superación de una prueba, de acuerdo con los arts. 37 y 50.2 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- Sean estudiantes procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o de otros Estados con los que España haya suscrito Acuerdos Internacionales a este respecto, previsto por el artículo 38.5 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de Educación, que cumplan los requisitos exigidos en su respectivo país para el acceso a la universidad.
- Sean estudiantes procedentes de sistemas educativos extranjeros, previa solicitud de homologación, del título de origen al título español de Bachiller.
- Estén en posesión de los títulos de Técnico Superior correspondientes a las enseñanzas de Formación Profesional y Enseñanzas Artísticas o de Técnico Deportivo Superior correspondientes a las Enseñanzas Deportivas a los que se refieren los artículos 44, 53 y 65 de la Ley Orgánica 2/2006, de Educación.
- Sean mayores de veinticinco años, de acuerdo con lo previsto en la disposición adicional vigésima quinta de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.

- Acrediten experiencia laboral o profesional, de acuerdo con lo previsto en el artículo 42.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la anterior.
- Sean mayores de cuarenta y cinco años, de acuerdo con lo previsto en el artículo 42.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la anterior.
- Estén en posesión de un título universitario oficial de Grado o título equivalente.
- Estén 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.
- Hayan cursado estudios universitarios parciales extranjeros o, habiéndolos finalizado, no hayan obtenido su homologación en España y deseen continuar estudios en una universidad española. En este supuesto, será requisito indispensable que la universidad correspondiente les haya reconocido al menos 30 créditos.
- Aquellos otros que la legislación vigente pueda determinar.

La Universidad desarrollará dentro de sus competencias, los criterios necesarios cuando así lo exija la legislación vigente.

En referencia al perfil de acceso recomendado, prioritariamente es el que corresponde a las vías concordantes del Bachiller y/o Ciclos Formativos de Grado Superior, aunque también pueden admitirse los estudiantes procedentes de vías no concordantes, si existen plazas vacantes.

La universidad da difusión de las vías de acceso a través de la web. Por otra parte la URV distribuye folletos con esta información entre los posibles candidatos.

Criterios de admisión

No están previstas condiciones o pruebas de acceso especiales para el Acceso a esta titulación.

4.3. Sistemas accesibles de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados

El procedimiento de orientación a los estudiantes se describe en el proceso "P.1.2-02.a-Proceso de orientación al estudiante de grado", que se recoge en el modelo de aseguramiento de la calidad docente de la Universidad Rovira i Virgili (URV), que constituye el Sistema Interno de Garantía de la Calidad Docente (SIGC) del centro.

La universidad dispone de los siguientes mecanismos de apoyo y orientación a los estudiantes al inicio de sus estudios:

- Sesiones de acogida alumnos de primero. Durante la primera semana lectiva de cada curso académico la Facultad de Letras lleva a cabo unas jornadas de acogida de tres días dirigidas a los nuevos estudiantes de primero, durante las cuales se les informa de todos los aspectos organizativos y prácticos de la vida

universitaria: cuestiones administrativas y de matrícula, normativas varias, biblioteca, movilidad estudiantil, asociacionismo estudiantil, participación en los órganos de gobierno, técnicas de estudio, etc.

- "Conèixer la URV". La Universidad organiza de forma regular actividades, destinadas a todos los estudiantes, de introducción general al funcionamiento de la Universidad donde se presentan por parte de los responsables académicos y los responsables administrativos de los distintos servicios el funcionamiento de éstos. Así, por ejemplo, los estudiantes reciben información detallada sobre aspectos académicos y organizativos de la Universidad, sobre la estructura y los órganos de decisión, las posibilidades de participación estudiantil, los programas de intercambio y movilidad, las becas y ayudas, las prácticas, la práctica deportiva.
- Jornadas de Orientación Profesional. La Universidad organiza cada curso unas jornadas de orientación profesional que consisten en un curso de 15 horas en el cual, especialistas externos a la Universidad imparten contenidos relativos a la elaboración del currículum, las entrevistas de trabajo, los sistemas de selección, las competencias profesionales requeridas, las salidas profesionales de las distintas titulaciones, etc. Estos cursos tienen carácter voluntario para los estudiantes. El proceso específico de orientación profesional a los estudiantes se describe en el proceso "P.1.2-05 Proceso de gestión de la orientación profesional". Este modelo se ha presentado íntegro en el apartado 9 de "Sistema de garantía de la calidad" de esta "Memoria de de solicitud de verificación de títulos oficiales".

A lo largo de los estudios universitarios, el estudiante dispone de diversas figuras para facilitarle un seguimiento y orientación.

En este punto definimos el tipo de orientación que recibirá y que agentes le darán respuesta:

- **Orientación y seguimiento transversal para facilitar un apoyo y formación integral al estudiante a lo largo de su trayectoria académica en la Universidad: TUTORÍA DE TITULACIÓN (Plan de Acción Tutorial)**

Esta orientación se ofrece a través de las tutorías de titulación, que corresponde a los docentes de la titulación donde se aplica.

Se trata de una figura transversal que acompaña y asesora al estudiante a lo largo de su trayectoria académica, detecta cuando existe algún obstáculo o dificultad y trabaja conjuntamente con el Responsable de Tutoría para dar respuesta.

La finalidad de este modelo de orientación es facilitar a los estudiantes todas las herramientas y ayuda necesaria para que puedan conseguir con éxito tanto las metas académicas como personales y profesionales que les plantea la Universidad.

En concreto, los beneficios que aporta al estudiante son:

- Le ayuda a ubicarse con más facilidad en la Universidad
- Le orienta en el diseño y aprovechamiento de su itinerario curricular
- Le orienta en relación a decisiones y necesidades relacionadas con su trayectoria académica y proyección profesional.

Los objetivos que se plantea la tutoría de titulación, la manera como se desarrollan, evalúan y los recursos que se destinan, se definen en el Plan de Acción Tutorial de Centro.

Cada centro concreta el Plan de Acción Tutorial de Centro partiendo del modelo general que ha establecido la URV en relación al seguimiento y orientación de los estudiantes (Plan de Acción Tutorial de la URV).

Para conocer más en profundidad el modelo de tutoría de titulación y el Plan de Acción Tutorial consultar:

http://www.urv.cat/estudis/serveis_virtuals/projecteseees.htm

Mecanismos de apoyo y orientación a los estudiantes una vez matriculados

La titulación cuenta con un Plan de Acción Tutorial, aprobado por la Junta de la Facultad de Letras. Este plan prevé para cada alumno un mínimo de 25 horas de tutoría durante la titulación, incluyendo acciones individuales y en grupo, presenciales y virtuales, tal como se detalla en el cuadro adjunto:

Período	Destinatario	Tipología	N. sesiones	Resp.	Momento de realización	Dedicación del estudiante (horas)	Contenido
Prematrícula 1º	Programa Formativo de Grado (PFG)	Presencial	1	CTG	Julio (matrícula)	1	Información asignaturas/matrícula
1er curso	PFG	Jornadas	1	CTG	Septiembre (jornadas de bienvenida)	7	Información tutoría Información general plan de estudios Información becas/movilidad
	Individual	Presencial	1	Tutor/a	1er cuatr. intermedio	0,5	Orientación del proceso de aprendizaje (dudas, problemas, intereses, estrategias)
	PFG	Presencial	1	CTG	2 cuatr. inicio	1	Análisis del proceso de aprendizaje (evaluación) Orientación del proceso de aprendizaje (dudas, problemas, intereses, estrategias)

	Individual	Virtual	1	Tutor/a	2º cuatr. final de curso	0,5	Análisis del proceso de aprendizaje (evaluación) Orientación del proceso de aprendizaje (dudas, problemas, intereses, estrategias)
2º curso	PFG	Presencial	1	CTG	Previo matrícula y/o inicio 1er cuatr.	1	Información asignaturas/matrícula Información becas/movilidad
	Individual	Virtual	1	Tutor/a	1er cuatr. intermedio	0,5	Orientación del proceso de aprendizaje (dudas, problemas, intereses, estrategias)
	PFG	Presencial	1	CTG	2º cuatr. inicio	1	Análisis del proceso de aprendizaje (evaluación) Orientación del proceso de aprendizaje (dudas, problemas, intereses, estrategias)
	Individual	Virtual	1	Tutor/a	2º cuatr. final de curso	0,5	Análisis del proceso de aprendizaje (evaluación) Orientación del proceso de aprendizaje (dudas, problemas, intereses, estrategias)
3er curso	PFG	Presencial	1	CTG	Previo matrícula y/o inicio 1er cuatr.	1	Información asignaturas/matrícula Información becas/movilidad
	Individual	Virtual	1	Tutor/a	1er cuatr. intermedio	0,5	Orientación del proceso de aprendizaje (dudas, problemas, intereses, estrategias)
	Titulación (grado)	Presencial	1	CTG	2º cuatr. inicio	1	Análisis del proceso de aprendizaje (evaluación) Orientación del proceso de aprendizaje (dudas, problemas, intereses, estrategias)
	Individual	Presencial	1	Tutor/a	2º cuatr. final de curso	0,5	Análisis del proceso de aprendizaje (evaluación) Orientación del proceso de aprendizaje (dudas,

							problemas, intereses, estrategias) Análisis-orientación personal sobre intereses y perfil profesional propio
4º curso	PFG	Presencial	1	CTG	Previo matrícula y/o inicio 1er cuatr.	1	Información asignaturas/matrícula Información prácticas Información TFG
	PFG	Jornadas	1	CTG	1er cuatr. o 2º cuatr. intermedio	2	Información mercado laboral Información formación continuada
	Titulación (grado)	Presencial	1	CTG	2º cuatr. inicio	1	Análisis del proceso de aprendizaje (evaluación) Orientación del proceso de aprendizaje (dudas, problemas, intereses, estrategias)
	Individual	Presencial	1	Tutor/a	2º cuatr. final de curso	0,5	Análisis del proceso de aprendizaje (evaluación) Análisis-orientación personal sobre intereses y perfil profesional propio
Otros	Individual	Presencial/virtual	Varias	Tutor/a	Durante toda la carrera	4,5	Comunicación virtual o presencial <i>ad hoc</i> con tutor/a
TOTAL						25	

- Orientación y seguimiento en contenidos específicos de asignaturas/materias de las titulaciones: ATENCIÓN PERSONALIZADA o TUTORÍA DOCENTE

Esta orientación la lleva a cabo el profesor propio de cada asignatura con los estudiantes matriculados en la misma. (La finalidad de esta orientación es: planificar, guiar, dinamizar, seguir y evaluar el proceso de aprendizaje del estudiante teniendo en cuenta su perfil, intereses, necesidades, conocimientos previos, etc.) y las características/exigencias del contexto (EEES, perfil académico/profesional, demanda socio-laboral, etc.).

Si la materia/asignatura que se imparte es presencial, estas funciones se desarrollarán en un entorno presencial. No obstante, el profesorado podrá utilizar la Herramienta de Campus Virtual y otras tecnologías como recurso para la docencia presencial.

Si la asignatura es semipresencial, las citadas funciones se desarrollarán en entornos presenciales y virtuales a través de la Herramienta Virtual de Campus.

Si la asignatura es virtual, las funciones del docente se desarrollarán en su totalidad a través del Campus Virtual de la URV. En relación a la modalidad virtual, a menudo se asigna el concepto de *tutor* a la persona que realiza la planificación, seguimiento, guía, dinamización y evaluación del estudiante. Con la finalidad de evitar ambigüedades conceptuales utilizamos el concepto de profesor/a para este tipo de orientación.

- **Orientación y seguimiento en períodos de prácticas: TUTORIA DE PRÁCTICAS EXTERNAS**

Esta orientación se desarrolla a través de tutores profesionales (tutores ubicados profesionalmente a la institución/centro donde el estudiante realiza las prácticas) y tutores académicos (profesores de la universidad).

Se trata de una figura específica que realiza el seguimiento y evaluación del estudiante en su período de prácticas.

Este tipo de seguimiento tiene un carácter específico, en función del ámbito en que el estudiante realiza las prácticas.

En concreto, los beneficios que aporta al estudiante son:

- Le ayuda a ubicarse con más facilidad en el entorno profesional de prácticas.
- Le ayuda a vincular los conocimientos teóricos con los prácticos.
- Le orienta para un mejor aprovechamiento académico y profesional de las prácticas externas.

La Universidad se regirá:

- el Real Decreto 1707/2011, de 18 de noviembre, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios.
- la Normativa de Prácticas Externas de los Estudiantes de la URV aprobada por el Consejo de Gobierno del 20 de diciembre de 2012
- la Normativa propia de cada centro i/o titulación de Prácticas Externas.

Para más información consultar el apartado 5 de planificación.

- **Orientación y seguimiento en la asignatura del trabajo de fin de grado: TUTORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO**

Esta orientación se desarrolla básicamente a través de tutores académicos, es decir profesores de la universidad.

Si el trabajo fin de grado se concibe como un medio para profundizar en el tema de las prácticas o en otra temática donde el trabajo se debe realizar fuera de la propia universidad, el estudiante dispondrá de una codirección, es decir, de un tutor académico y de un tutor profesional.

Se trata de una figura específica que realiza el seguimiento y evaluación del trabajo de fin de grado.

Este tipo de seguimiento tiene un carácter específico, en función del ámbito en que el estudiante realiza el trabajo.

En concreto, los beneficios que aporta al estudiante son:

- Le ayuda a organizar y desarrollar las competencias objeto de trabajo y evaluación.
- Le orienta para un mejor aprovechamiento académico y profesional del trabajo de fin de grado.

La Universidad se regirá por:

- la Normativa de Trabajo de Fin de Grado aprobada por Consejo de Gobierno de la URV en fecha 10 de julio de 2012.
- La Normativa propia de cada centro i/o titulación aprobada por Comisión de Docencia.

Para más información consultar el apartado 5 de planificación.

- Orientación y apoyo al estudiante con discapacidad

La Universitat Rovira i Virgili ya desde su creación, y tal y como refleja el artículo 152 de sus Estatutos (Decreto 202/2003, de 26 de agosto), en el cual se dice que "son derechos de los estudiantes, (...) disponer, en el caso de los estudiantes con discapacidades, de las condiciones adecuadas y el apoyo material y humano necesario para poder seguir sus estudios con plena normalidad y aprovechamiento".

Además se dispone de un *Plan de Atención a la Discapacidad*, que tiene como finalidad favorecer la participación e inclusión académica, laboral y social de las personas con discapacidad a la universidad y para promover las actuaciones necesarias para que puedan participar, de pleno derecho, como miembros de la comunidad universitaria. Todo ello se recoge en una web específica de información para estudiantes o futuros alumnos con discapacidad: http://www.urv.cat/atencio_discapacitat/index.html.

Los estudiantes que así lo deseen o requieran se pueden dirigir al Centro de Atención al Estudiante o bien a la persona responsable del Plan, donde se hará un seguimiento y una atención personalizada a partir de la demanda de los interesados que puede ir desde el asesoramiento personal al estudiante, facilitar diversas ayudas técnicas, asesoramiento al profesorado para la realización de adaptaciones,...

Por lo que se refiere a los mecanismos específicos para alumnos con discapacidad, la *Normativa Académica y de Matrícula de Grado y Máster*, aprobada por el Consejo de Gobierno el 19 de abril de 2010 para el curso 2010-11, prevé en su artículo 20 que:

Para garantizar la igualdad de oportunidades, para los estudiantes con un grado de discapacidad igual o superior al 33%, a petición de la persona interesada y teniendo en cuenta las circunstancias personales, debidamente justificadas, se podrá considerar una reducción del número mínimo de créditos de matrícula.

Se realizará una adaptación curricular que podrá llegar al 15% de los créditos totales.

- Las competencias y contenidos adaptados deberán ser equiparables a los previstos en el plan de estudios.
- Al finalizar los estudios, el estudiante deberá haber superado el número total de créditos previstos.
- La adaptación curricular deberá especificarse en el Suplemento Europeo al Título.

Además, atendiendo las directrices del Estatuto del Estudiante, la Universidad tiene previsto seguir desarrollando otros aspectos para dar respuesta a las acciones de apoyo y orientación a los estudiantes con discapacidad.

4.4. Transferencia y reconocimiento de créditos

Reconocimiento de Créditos en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

Min: 30

Max: 144

Reconocimiento de créditos cursados en enseñanzas universitarias no oficiales:

Min: 0

Max: Graus 240 crèdits – 36

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional:

Min: 0

Max: Graus 240 crèdits – 36

El RD 43/2015, de 2 de febrero y el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales regulan en artículo 6 el Reconocimiento y la transferencia de créditos y en el artículo 13 las reglas básicas para la aplicación de los reconocimientos de créditos en los estudios de grado.

En la Universitat Rovira i Virgili, es en la Normativa de Matrícula de grado y máster aprobada en Consejo de Gobierno de fecha 14 de marzo de 2019 y modificada por el mismo órgano en fecha 29 de abril de 2019, donde regula, con carácter general, los procedimientos, los criterios y los plazos para llevar a cabo los trámites administrativos correspondientes a la Transferencia y a las diferentes tipologías de Reconocimiento de créditos.

Esta normativa se debate y aprueba en la Comisión de Política Académica y Docencia de la URV, delegada del Consejo de Gobierno, y de la que son miembros representantes de

Centros y Departamentos. Tras ese debate es ratificada por el Consejo de Gobierno de la URV.

A continuación, se exponen los criterios que se aplican en la gestión de la transferencia y reconocimiento de créditos:

Reconocimiento de créditos

Podrán ser objeto de Reconocimiento los créditos obtenidos en estudios universitarios oficiales cursados con anterioridad, tanto en la URV como en cualquier otra Universidad, computando así en los nuevos estudios de Grado, a efectos de obtención de un título oficial.

Así mismo, podrán ser objeto de reconocimiento 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.

También podrá ser reconocida la experiencia laboral y profesional acreditada en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a las del plan de estudios.

En todo caso, no podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de grado.

Los estudiantes interesados en el reconocimiento de los créditos que hayan obtenido con anterioridad, deberán solicitarlo de acuerdo con el trámite administrativo previsto al efecto, al que se da publicidad a través de la página web de la URV. En el trámite administrativo se informa convenientemente a los estudiantes de los plazos de presentación de las solicitudes y del procedimiento a seguir.

El estudiante que desee reconocer en su expediente créditos cursados en universidades distintas de la URV deberá justificar la obtención de los mismos adjuntando a la solicitud el documento acreditativo correspondiente, expedido por la Universidad donde los obtuvo. Además, deberá adjuntar también la Guía Docente de la asignatura, u otro documento donde figuren las competencias y conocimientos adquiridos.

La URV procurará establecer tablas automáticas de reconocimiento entre los estudios de Grado de la URV, al efecto de facilitar el reconocimiento de créditos en los casos en que los estudios previos hayan sido cursados en la propia universidad. Estas tablas deberán ser aprobadas por la Junta del Centro correspondiente.

Los créditos reconocidos constarán en el Suplemento Europeo al Título y en los documentos acreditativos que solicite el estudiante.

Para el Reconocimiento de créditos, la URV aplicará los siguientes criterios:

Créditos de formación básica reconocidos dentro de una misma rama de conocimiento

Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento un número de créditos que sea al menos el 15% del total de los créditos del título, correspondientes a materias de formación básica (o las asignaturas en que se hayan diversificado) de esa rama de conocimiento.

- En planes de estudios de 180 ECTS: 27 créditos
- En planes de estudios de 240 ECTS: 36 créditos

Se pueden producir diversas casuísticas, que se resolverán de acuerdo a los criterios siguientes:

a) *Las materias y asignaturas superadas y el número de créditos coinciden con las materias y el número de créditos que forman parte de la titulación de destino.*

- Se reconocerán automáticamente las materias y el número de créditos superados, así como las asignaturas en que se hayan diversificado las materias.
- Si alguna de las asignaturas diversificadas no está superada, el reconocimiento afecta al resto de asignaturas que se hayan superado.

b) *Las materias de la titulación de destino tienen asignados más créditos que las materias de la titulación previa.*

- El centro ha de determinar qué asignaturas de la materia podrán ser reconocidas y cuales han de ser superadas.
- Si la diferencia de créditos no es significativa, valorará la aplicación completa del reconocimiento.

c) *Las materias de la titulación de destino tienen asignados menos créditos que las materias de la titulación previa.*

- El centro reconoce las asignaturas de la materia.
- El resto de créditos de formación básica superados deben ser reconocidos por otras asignaturas de formación básica correspondientes al resto de las materias de la titulación de destino.

d) *Las materias de la titulación de origen y de la titulación de destino no coinciden.*

- El centro ha de resolver cuales deben ser reconocidas.

Criterios generales:

- Del total de créditos de formación básica superados por el estudiante en la titulación de origen, han de ser reconocidos en la titulación de destino, un mínimo de 27 créditos en planes de estudio de 180 ECTS o un mínimo de 36 créditos en planes de estudios de 240 ECTS.
- En la resolución, el centro ha de especificar qué materias y asignaturas básicas se reconocen al estudiante.
- La calificación que consta es la calificación cualitativa y cuantitativa obtenida en la titulación de origen.

Créditos de formación básica entre diferentes ramas de conocimiento

También pueden ser objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento del título al que el estudiante pretenda acceder.

El centro ha de conocer cuáles son las materias coincidentes entre la titulación de origen y la de destino, que pertenecen a diferentes ramas, y que haya superado el estudiante.

En función del número de créditos de las materias coincidentes en cada rama, se aplicarán los mismos criterios del apartado anterior.

Créditos de materias no previstas como formación básica

Los créditos superados en asignaturas obligatorias u optativas pueden ser reconocidos por el centro, teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y los conocimientos Asociados al resto de materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios, o que tengan carácter transversal.

En cuando a la Transferencia de créditos, la Universidad prepara y da difusión a través de su página web del trámite administrativo correspondiente para facilitar al estudiante la petición de incorporación de los créditos/asignaturas que haya obtenido previamente en la URV o en otras universidades.

En el expediente académico del/de la estudiante, constaran como transferidos la totalidad de los créditos obtenidos en estudios oficiales cursados con anterioridad, en la URV o en cualquier otra Universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial en el momento de la solicitud de la transferencia.

El estudiante que se incorpore a un nuevo estudio y desee agregar a su expediente los créditos susceptibles de ser transferidos, deberá solicitarlo al Centro mediante el trámite administrativo preparado a tal efecto y del cual se da publicidad en la página web de la Universidad. En el trámite administrativo se informa convenientemente a los estudiantes de los plazos de presentación de las solicitudes y del procedimiento a seguir.

El estudiante que desee transferir a su expediente créditos cursados en universidades distintas de la URV deberá justificar la obtención de los mismos adjuntando a la solicitud el documento acreditativo correspondiente, expedido por la Universidad donde los obtuvo.

La Secretaria del Centro, una vez que haya comprobado que la documentación presentada es correcta, incorporará en el expediente académico del estudiante, de forma automática, la formación que haya acreditado.

Respecto a los créditos transferidos, los datos que figurarán en el expediente del estudiante serán, en cada una de las asignaturas, los siguientes:

- nombre de la asignatura
- nombre de la titulación en la que se ha superado
- Universidad en la que se ha superado
- tipología de la asignatura
- número de ECTS

- curso académico en el que se ha superado
- convocatoria en la que se ha superado
- calificación obtenida

Se podrán registrar varias solicitudes de transferencia para un mismo expediente.

Estos datos figurarán también en el Suplemento Europeo al Título y en los documentos acreditativos que solicite el estudiante.

En relación a estas vías de reconocimiento de créditos regulados en el art. 6 del RD mencionado anteriormente, la URV regula lo siguiente:

- Enseñanzas superiores oficiales.
- 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.
- La experiencia laboral y profesional acreditada siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes al título.

Reconocimiento de créditos cursados en enseñanzas superiores no universitarias

El RD 1618/2011, de 14 de noviembre sobre el reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior establece que se reconocerán un mínimo de 30 créditos por enseñanzas técnicas superiores de formación profesional siempre que (1) el título alegado aparezca relacionado con la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas en la tabla del apartado b del anexo 2 de dicho RD y que (2) la relación directa entre éste y el grado que se pretenda cursar se haya concretado mediante un acuerdo entre la universidad

Por otra parte, este RD también establece en el artículo 6.3 que los estudios reconocidos no podrán superar el 60% de los créditos del plan de estudios o del currículo del título que se pretende cursar.

Reconocimiento de créditos cursados en enseñanzas universitarias no oficiales:

La URV aplica la consideración del título propio a efectos de este reconocimiento de créditos a las enseñanzas siguientes:

- Títulos propios de graduado o graduado superior, expedido por la URV
- Títulos propios de especialista universitario o de máster, cursados en la Fundación URV.
- Títulos propios de nivel universitario expedidos por universidades del Estado Español.

En los estudios de Grado, teniendo en cuenta sólo la vía de reconocimiento de la experiencia laboral, el número máximo de créditos a reconocer queda establecido en:

- Grados de 180 créditos: 27 créditos
- Grados de 240 créditos: 36 créditos
- Grados de Arquitectura (330 créditos): 49,5 créditos
- Grado de Medicina (360 créditos): 54 créditos

El número de créditos que sean objeto de reconocimiento procedentes de créditos cursados en enseñanzas superiores universitarias no oficiales no puede ser superior al 15

por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios. En este porcentaje computarán también, si se diera el caso, los créditos reconocidos procedentes de la experiencia laboral y profesional acreditada.

No obstante, los créditos procedentes de títulos propios, excepcionalmente podrán ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al indicado en el párrafo anterior o, en su caso pueden ser objeto de reconocimiento en su totalidad, siempre que el correspondiente título propio haya sido extinguido y sustituido por un título oficial. Esta identidad con el título propio anterior tiene que ser acreditada por el órgano de evaluación correspondiente y tiene que constar en el plan de estudios para el que se pide el reconocimiento.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

La Normativa de Matrícula de la Universitat Rovira i Virgili que se aplica a las enseñanzas de grado regula el Reconocimiento en forma de créditos de la experiencia laboral y profesional:

Este trámite se refiere al reconocimiento por la URV de la experiencia laboral y profesional acreditada. Los créditos reconocidos computarán a los efectos de la obtención de un título oficial, siempre que esta experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a este título.

No pueden ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes al trabajo de final de grado.

El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de experiencia profesional y laboral no puede ser superior al 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios. En este porcentaje computarán también, si se diera el caso, los créditos reconocidos procedentes de enseñanzas universitarias no oficiales.

En los estudios de Grado, teniendo en cuenta sólo la vía de reconocimiento de la experiencia laboral, el número máximo de créditos a reconocer queda establecido en:

- Grados de 180 créditos: 27 créditos
- Grados de 240 créditos: 36 créditos
- Grados de Arquitectura (330 créditos): 49,5 créditos
- Grado de Medicina (360 créditos): 54 créditos

El reconocimiento de estos créditos no incorpora calificación y en consecuencia no computan a los efectos de baremación del expediente.

El centro deberá evaluar la experiencia acreditada por el estudiante y podrá resolver el reconocimiento, que se aplicará básicamente en la asignatura de Prácticas Externas. Si la resolución es en sentido negativo, el centro podrá considerar la opción de eximir al estudiante de cursar el período de actividad externa total o parcialmente, la cual cosa supondría que el estudiante matriculará la asignatura de manera ordinaria, y obtendría calificación.

En casos específicos, el centro podrá considerar la aplicación del reconocimiento en otra asignatura. [...]

Esta experiencia debe estar relacionada con las competencias inherentes al título que corresponda. La Junta de Centro aprobará los criterios específicos que se aplicaran para la evaluación del reconocimiento y los hará públicos. Estos criterios serán ratificados, si es el caso, por la Comisión delegada del Consejo de Gobierno competente en la materia.

En todo caso, el número de créditos reconocidos a partir de la experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15% del total de créditos que constituyen el plan de estudios.

4.5. Curso de adaptación para titulados

-

5. Planificación de las enseñanzas

5.1. Descripción del plan de estudios del grado en Publicidad y Relaciones Públicas adscrito a la rama de conocimiento Ciencias Sociales y Jurídicas

5.1.1. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia

Tabla 5.1. Resumen de distribución de créditos según tipología de materias.

	Créditos ECTS
Créditos totales	240
Formación Básica	60
Prácticas Externas	12
Optativos	36
Obligatorios	120
Trabajo de fin de grado	12

5.1.2. Explicación general de la planificación del plan de estudios

La planificación y desarrollo de la titulación se describe en el proceso "P.1.2-03-Proceso de desarrollo de la titulación", que se recoge en el modelo de aseguramiento de la calidad docente de la Universidad Rovira i Virgili (URV), que constituye el Sistema Interno de Garantía de la Calidad Docente (SIGC) del centro.

El proceso específico de planificación y desarrollo de las prácticas externas se describe en el proceso "P.1.2-06.b Proceso de gestión de las prácticas externas (máster)".

Este modelo se ha presentado íntegro en el apartado 9 de "Sistema de garantía de la calidad" de esta "Memoria de solicitud de verificación de títulos oficiales".

a) Breve descripción general de los módulos o materias de que constará el plan de estudios y cómo se secuenciarán en el tiempo.

El título de grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la URV se integra en un Programa Formativo de Grado en Comunicación, junto con los títulos de Comunicación Audiovisual y de Publicidad y Relaciones Públicas. Esto significa que habrá un paquete importante de contenidos comunes equivalentes aproximadamente a los dos primeros cursos de las tres titulaciones. Los dos últimos se destinarán a las asignaturas obligatorias y optativas específicas de cada titulación, a las prácticas externas y al trabajo de fin de grado.

De esta forma se optimizan los recursos materiales y humanos disponibles y se proporciona un amplio tronco formativo común a los tres títulos de Comunicación, al tiempo que se garantiza la necesaria especificidad mediante las materias obligatorias de título, las optativas y los créditos de prácticas y trabajo de fin de grado.

Cabe destacar que el Programa Formativo que se propone proviene de una oferta de formación de licenciatura consistente en un primer ciclo común a Publicidad, Periodismo y Comunicación Audiovisual (tres cursos), el cual se diversifica en un segundo ciclo de Publicidad y otro de Periodismo: en total siete cursos. Nuestra propuesta supone una reorganización de esta oferta docente de tal forma que no se genere un incremento de las necesidades de profesorado y PAS, pero que al mismo tiempo nos permita aprovechar la reducción en la duración de las licenciaturas actuales para programar un título de Comunicación Audiovisual que complemente los otros dos que ya se imparten.

La carga de créditos por cuatrimestre en los cursos segundo y tercero no es aritméticamente equilibrada, ya que en el primer cuatrimestre se propone una asignatura de seis créditos adicional a las anuales. No obstante, consideramos que en realidad esta opción reequilibra la carga de trabajo del estudiante durante todo el curso, puesto que las otras asignaturas son anuales y previsiblemente concentrarán una mayor carga de trabajo en el segundo cuatrimestre, por mucho que se intente equilibrar en la planificación de los ECTS. También hay que considerar el hecho de que una distribución ligeramente desigual de créditos entre cuatrimestres no tiene por qué ser perjudicial, de hecho es una práctica habitual entre los estudiantes como resultado de su elección de las asignaturas optativas.

Las materias básicas son claramente introductorias, tal como establece la letra y el espíritu de la normativa vigente. Las obligatorias de Programa Formativo tienen como objetivo que todos los estudiantes tengan una formación básica y panorámica en los principales ámbitos de la comunicación, incluyendo formación en conocimientos y en habilidades. Con las materias obligatorias de título el alumnado profundiza en la formación específica del grado en el que desee titularse, cosa en la que podrá abundar de una forma más ajustada a sus propios intereses e inclinaciones mediante las seis asignaturas optativas que deberá cursar, así como a través de las prácticas externas (en que cada estudiante elegirá plaza a partir de un amplio catálogo de empresas colaboradoras) y del trabajo de fin de grado.

b) Posibles itinerarios formativos que podrían seguir los estudiantes.

Tabla 5.2. Resumen del plan de estudios del grado en Publicidad y Relaciones Públicas adscrito a la rama de conocimiento Ciencias Sociales y Jurídicas

Primer curso		Total créditos: 60 ECTS			
Materia	Créditos (materia)	Asignatura	Créditos (asig.)	Tipología (FB, OB, OP)	Temporalización
Sociología	6	Estructura y cambio social	6	FB	1º cuatrimestre
Derecho	6	Ordenamiento jurídico y sistema político	6	FB	1º cuatrimestre
Psicología	6	Introducción a la psicología	6	FB	2º cuatrimestre
Comunicación	21	Teorías de la comunicación	6	FB	1º cuatrimestre
		Opinión pública	6	FB	2º cuatrimestre

		Tecnología audiovisual y de internet	9	FB	Anual
Lengua	9	Estándar oral y escrito de la lengua (castellano/catalán)	9	FB	Anual
Historia	12	Historia del mundo actual	6	FB	1º cuatrimestre
		Corrientes estéticas contemporáneas en Comunicación	6	FB	2º cuatrimestre

Nota: FB: Formación Básica, OB: Obligatoria OP: Optativa

Segundo curso		Total créditos: 60 ECTS			
Materia	Créditos (materia)	Asignatura	Créditos (asig.)	Tipología (FB, OB, OP)	Temporalización
Introducción a la economía y a la empresa	9	Introducción a la economía y a la empresa	9	OB	Anual
Comunicación y expresión oral	6	Comunicación y expresión oral	6	OB	1º cuatrimestre
Lenguaje audiovisual	9	Teoría y técnica del lenguaje audiovisual	9	OB	Anual
Fundamentos del periodismo	9	Fundamentos del periodismo	9	OB	Anual
Historia y estructura de la comunicación	9	Historia y estructura de la comunicación	9	OB	Anual
Fundamentos de la comunicación publicitaria y las Relaciones Públicas	9	Fundamentos de la comunicación publicitaria y las Relaciones Públicas	9	OB	Anual
Diseño gráfico y multimedia	9	Diseño gráfico y multimedia	9	OB	Anual

Nota: FB: Formación Básica, OB: Obligatoria OP: Optativa

Tercer curso		Total créditos: 60 ECTS			
Materia	Créditos (materia)	Asignatura	Créditos (asig.)	Tipología (FB, OB, OP)	Temporalización
Creatividad Publicitaria	9	Creatividad publicitaria	9	OB	Anual
Técnicas de las Relaciones Públicas	9	Técnicas de las Relaciones Públicas	9	OB	Anual
Teoría de la imagen	6	Teoría de la imagen	6	OB	1º cuatrimestre
Derecho de la comunicación	6	Derecho de la comunicación	6	OB	2º cuatrimestre
Técnicas de Márketing y Comunicación	6	Técnicas de Márketing y Comunicación	6	OB	1º Cuatrimestre
Planificación de Medios	6	Planificación de Medios	6	OB	2º Cuatrimestre

Comunicación e Imagen Corporativa	6	Comunicación e Imagen Corporativa	6	OB	1º cuatrimestre
Dirección de cuentas en Publicidad y RP	6	Dirección de cuentas en Publicidad y RP	6	OB	2º cuatrimestre
Comunicación	6	Taller de Proyectos de Investigación y Profesionales	6	OB	2º cuatrimestre

Nota: FB: Formación Básica, OB: Obligatoria OP: Optativa

Cuarto curso		Total créditos: 60 ECTS			
Materia	Créditos (materia)	Asignatura	Créditos (asig.)	Tipología (FB, OB, OP)	Temporalización
		Optativa 1	6	OP	1º cuatrimestre
		Optativa 2	6	OP	1º cuatrimestre
		Optativa 3	6	OP	1º cuatrimestre
		Optativa 4	6	OP	2º cuatrimestre
		Optativa 5	6	OP	2º cuatrimestre
		Optativa 6	6	OP	2º cuatrimestre
Prácticas externas	12	Prácticas externas	12	OB	Anual
Trabajo de fin de grado	12	Trabajo de fin de grado	12	OB	Anual

Nota: FB: Formación Básica, OB: Obligatoria OP: Optativa

Tabla 5.3. Relación de optativas propuestas

Optativas del grado de Publicidad y RP	ECTS
Actividades universitarias reconocidas	6
Campañas de comunicación	6
Comunicación de crisis y de riesgo	6
Comunicación política	6
Creación y gestión de empresas de comunicación	6
Diseño y producción de publicaciones	6
Escritura creativa	6
Estudios en el marco de convenios de movilidad	6
Expresión corporal y comunicación no verbal	6
Fotografía documental y publicitaria	6
Género y comunicación	6
Gestión de contenidos, propiedad intelectual y derechos de imagen	6
Gestión de eventos y protocolo	6
Globalización, cultura y sociedad	6
Identidad visual	6
Investigación de mercados	6
Marketing Directo e Interactivo	6

Adicionalmente la titulación establece las siguientes asignaturas optativas:

Estudios en el marco de la movilidad:

Actividades desarrolladas por los estudiantes que se encuentran en procesos de movilidad: Erasmus, Séneca, convenios internacionales, etc.

Seminarios interdisciplinares:

Actividades organizadas o coorganizadas por centros y departamentos de la URV, de acuerdo con la programación que anualmente apruebe el centro.

El centro puede acordar coorganizar también estas actividades con otras instituciones públicas, siempre que el contenido de las mismas corresponda al nivel universitario.

Oferta de Minors

Está previsto que los alumnos puedan también escoger un módulo formativo de entre 24-30 créditos como **Minor** ofertados por otros grados de la universidad para completar su formación en un ámbito distinto al principal.

c) Mecanismos de coordinación docente con los que cuenta el Título

Responsabilidades de la figura del encargado de calidad respecto de la coordinación docente

El Coordinador de Calidad del Centro es un miembro del equipo de dirección del centro, designado por el Decano/a como responsable del Sistema Interno de Garantía de Calidad (SIGC), para que lo represente en lo relativo al seguimiento del SIGC. Con independencia de las responsabilidades que se le indiquen en el correspondiente nombramiento, o que le sean asignadas posteriormente por el equipo de dirección, el Coordinador de Calidad tiene la responsabilidad y autoridad suficiente para:

- Asegurarse de que se establecen, implantan y mantienen los procesos necesarios para el desarrollo del SIGC del centro, entre los que se encuentra la coordinación docente.
- Informar al equipo de dirección sobre el cumplimiento del SIGC y de las necesidades de mejora.
- Asegurarse de que se promueve la toma de conciencia de los requisitos de los grupos de interés en todos los niveles del centro.

A nivel general, las tareas que tiene encomendadas el Coordinador de Calidad son las de seguimiento de la implantación del SIGC, revisión del cumplimiento de los procesos definidos en el mismo, comprobación de la correcta documentación del desarrollo de los procesos (recogida de evidencias), análisis de los resultados conseguidos por las titulaciones del centro y revisión y mejora del SIGC, entre otras.

En lo que se refiere a la coordinación docente en particular, el Coordinador de Calidad tiene como responsabilidad asegurarse de que el proceso – al igual que todos los procesos o actividades definidas en el SIGC- se lleva a cabo y se documentan sus resultados de manera adecuada. También analizar dichos resultados para las diferentes titulaciones del centro y reportar esta información al equipo de dirección.

El resto de responsabilidades directas sobre los mecanismos de coordinación docente se encuentran distribuidas entre el Departamento, el Responsable de Titulación, los Coordinadores específicos (de curso, de asignatura, de prácticas, de movilidad, etc.) y el profesorado.

Mecanismos de coordinación docente

La figura responsable de la coordinación docente del título es el/la Responsable del Programa Formativo de grado en Comunicación, que incluye los títulos de Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual. Se trata de una figura reconocida institucionalmente por el Estatuto de la Universitat Rovira i Virgili, nombrada por el Rector/a a propuesta del Decano/a de la correspondiente facultad. El /la Responsable del Programa Formativo debe velar por la correcta coordinación entre toda la plantilla de personal docente implicada en él, con especial atención hacia el correcto despliegue del plan de estudios evitando solapamientos, vacíos formativos y redundancias innecesarias.

Otro órgano de coordinación docente muy relevante es el Consejo de Titulación, igualmente reconocido por el Estatuto de la universidad. Se trata de un organismo consultivo que agrupa a todo el profesorado que imparte docencia en el grado correspondiente, y que se reúne por convocatoria del Responsable del Programa Formativo. Este foro debe servir para poner en común cualquier aspecto relativo a una correcta coordinación de contenidos, carga de trabajo y actividades complementarias de las asignaturas que conforman la titulación.

5.1.3. Planificación y gestión de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida

a) Organización de la movilidad de los estudiantes

El procedimiento general para la gestión de la movilidad de los estudiantes se describe en el proceso "P.1.2-04-Gestión de la movilidad del estudiante", que se recoge en el modelo de aseguramiento de la calidad docente de la Universidad Rovira i Virgili (URV), que constituye el Sistema Interno de Garantía de la Calidad Docente (SIGC) del centro.

Este modelo se ha presentado íntegro en el apartado 9 de "Sistema de garantía de la calidad" de esta "Memoria de solicitud de verificación de títulos oficiales".

Tras siete años de funcionamiento de las licenciaturas de Publicidad y RR.PP. y de Periodismo, la URV ha acumulado un buen número de convenios de movilidad estudiantil en el ámbito específico de la comunicación, tanto a escala española (programa SICUE) como internacional (Erasmus y América Latina). Este bagaje de relaciones

internacionales es el que heredará el futuro título de graduado en Comunicación Audiovisual, de forma compartida con los graduados en Publicidad y RR.PP. y en Periodismo. Los convenios de movilidad actualmente en vigor son los siguientes:

Movilidad internacional (Erasmus y América Latina)

- Katolieke Hogheschool Mechelen (Bélgica).
- Università della Svizzera Italiana (Suiza).
- Università degli Studi di Urbino (Italia).
- Libera Università de Milano (Italia).
- Universidade do Porto (Portugal).
- University of Cardiff (Reino Unido).
- Ruhr Universität Bochum (Alemania).
- University of Tampere (Finlandia).
- Bahcelesir University (Turquía).
- University of Roskilde (Dinamarca).
- Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (Argentina).
- Universidad de Colima (México).

Movilidad Española

- Universidad Jaume I.
- Universidad de Alicante.
- Universidad de Murcia.
- Universidad de Málaga.
- Universidad de Sevilla.
- Universidad Rey Juan Carlos.
- Universidad de Valladolid.
- Universidad del País Vasco.
- Universidad San Jorge.
- Universidad de Vigo.
- Universidad de Santiago de Compostela.

Cada año la URV envía a otras universidades una treintena de estudiantes de Comunicación, y recibe a una veintena de alumnos de este ámbito procedentes de otros centros españoles o extranjeros.

El Programa Formativo de Grado que agrupa a los tres títulos contará con un responsable académico, el cual se encargará, entre otros cometidos, de organizar la movilidad estudiantil, tal como sucede con la actual figura del responsable de las titulaciones de Publicidad y RR.PP. y de Periodismo. Entre sus cometidos estarán el mantenimiento y la ampliación de los convenios bilaterales de movilidad, la selección de los estudiantes propios que llevarán a cabo un intercambio, el seguimiento académico de las correspondientes estancias; y la recepción y la tutoría académica de los estudiantes procedentes de otras universidades.

b) El sistema de reconocimiento y acumulación de créditos ECTS

Sistema de reconocimiento

Se ha explicado en el apartado 4.4. *Transferencia y reconocimiento de créditos y sistema propuesto por la Universidad, de acuerdo con los artículos 6 y 13 del R.D.*

Sistema de calificaciones

En consonancia con lo establecido en el art. 5 del RD 1125/2003², los estudiantes serán evaluados mediante los exámenes y pruebas de evaluación correspondientes. En todo caso, en cada una de las asignaturas que matricule, cada estudiante obtendrá, tras la valoración de sus resultados de aprendizaje, una calificación tanto numérica como cualitativa.

La calificación numérica de cada asignatura se ajustará a la escala de 0 a 10, con expresión de un decimal. Todas las calificaciones numéricas irán acompañadas de la correspondiente calificación cualitativa de acuerdo con la escala siguiente:

calificación numérica	calificación cualitativa
de 0,0 a 4,9	suspense
de 5,0 a 6,9	aprobado
de 7,0 a 8,9	notable
de 9,0 a 10	sobresaliente

Asimismo, se podrá otorgar la mención de "Matrícula de Honor" a alumnos que hayan obtenido una calificación numérica de 9,0 o superior. El número de menciones de "Matrícula de Honor" no podrá exceder del 5% de los matriculados en la materia en ese curso académico, excepto si el número de alumnos matriculados es inferior a 20, en cuyo caso se podrá otorgar una única mención de "Matrícula de Honor".

Ayudas a la movilidad estudiantil

Con la finalidad de facilitar la movilidad de los estudiantes existen diferentes becas y ayudas, a nivel europeo, estatal i de la propia universidad. En la URV, la Oficina de Relaciones Internacionales es el órgano encargado de gestionar las ayudas a la movilidad. Las ayudas de que dispone el actualmente el estudiante se estructuran básicamente a partir de los programas de movilidad Sócrates-Erasmus y Sicue-Séneca. Las ayudas son las siguientes:

Programa Sócrates-Erasmus:

- Beca Erasmus (Comisión Europea): 160 euros/mes.
- URV: Ayuda complementaria a la movilidad Erasmus: 70 euros/mes.
- URV + Diputació de Tarragona: ayuda de viaje entre 120 y 600 euros en función de la distancia a la universidad de destino.
- MEC: ayuda complementaria a la movilidad Erasmus: 100 euros/mes.
- MEC: ayuda complementaria a los Becarios de Régimen General: 350 euros/mes.

² RD 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18/09/2003), por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

La suma de la beca Erasmus y las ayudas complementarias oscila entre 300-400 euros/mes, y la recibe cualquier estudiante que ha sido seleccionado para el programa Sócrates-Erasmus.

Los estudiantes también pueden solicitar ayudas en distintas convocatorias competitivas como:

- Generalitat de Catalunya: AGAUR: 200 euros/mes, máximo para 6 meses.
- Fundación Bancaja: ayuda máxima de 1.000 euros, por una estancia de 6 meses, y de 2.000 euros, por una estancia anual.
- Fundación de Valls, exclusivamente para residentes en la comarca del Alt Camp: 180 euros/mes, máximo 6 meses.

Programa Sicue-Séneca (dentro del Estado Español)

- Beca de 500 euros/mes. Convocatoria Séneca: solamente los estudiantes seleccionados por su expediente académico.

Programa DRAC (intercambio académico entre universidades de habla catalana): seminarios, cursos... ayuda única y máxima de 250 euros, a justificar con facturas.

Ayudas a la movilidad en países latinoamericanos: Convenios específicos sin beca.

- Ayuda de viaje de la URV: 600 euros.

También pueden solicitarse las ayudas de las convocatorias de la Generalitat (AGAUR) y de la Fundación Bancaja anteriormente descritas.

5.1.4. Metodologías docentes, actividades de formación y sistema de evaluación

La Universitat Rovira i Virgili, aprobó por Consejo de Gobierno de 16 de julio de 2015 una revisión y simplificación de las metodologías y actividades formativas en la URV.

La URV, ya en el marco de su Plan Estratégico de Docencia (2003) sistematiza las metodologías y actividades formativas que su profesorado utiliza para la planificación y programación docente. Estas metodologías están publicadas por la URV en su publicación de Colección Docencia.

Esta experiencia previa junto con algunas alegaciones y propuestas de mejora planteadas desde los procesos de verificación y acreditación de las titulaciones, nos llevan a simplificar y actualizar la clasificación de metodologías y actividades formativas. Además de proponer una alineación con el sistema de evaluación.

Para la planificación de las asignaturas de Prácticas Externas y de Trabajo Fin de Grado se incluye una ficha de materia en la que se detalla información relativa a las distintas fases de desarrollo de estas asignaturas. Estas fases toman como referente la guía de

AQU: Eines per a l'adaptació dels ensenyaments a l'EEES. AQU. Novembre 2005.; Guia general per dur a terme les proves pilot d'adaptació de les titulacions a l'EEES Titulacions de grau. AQU Abril 2005; Guia per l'avaluació de competències en el Treball de final de Grau en l'àmbit de les ciències socials i jurídiques. AQU Abril 2009.

En el caso de esta titulación, las actividades formativas, las metodologías docentes y el sistema de evaluación han sido adaptados como se muestra a continuación:

Metodología	Actividad formativa	Descripción
TEORÍA	Actividades Introdutorias	Actividades dirigidas a tomar contacto y recoger información de los estudiantes y presentación de la asignatura.
	Sesión Magistral	Exposición de los contenidos de la asignatura.
	Estudios Previos	Búsqueda, lectura y trabajo de documentación, propuesta de solución de ejercicios a realizar en el laboratorio... por parte del estudiante.
	Eventos científicos y divulgativos	Charlas, mesas redondas, congresos, aportaciones y exposiciones con ponentes de prestigio, para profundizar en el conocimiento de determinadas materias.
	Lectura de documentación escrita /gráfica elaborada	Lectura y Trabajo de la documentación publicada en diferentes formatos. Esta puede ser seleccionada o elaborada por el profesorado, con el objetivo de facilitar al estudiantado el desarrollo de las competencias de carácter más teórico y aquellos conocimientos necesarios para el desarrollo de actividades prácticas.
PRÁCTICA	Seminarios	Trabajo en profundidad sobre un tema (monográfico). Ampliación y relación de los contenidos dados en las sesiones magistrales con el quehacer profesional.
	Resolución de problemas	Formulación, análisis, resolución y debate de un problema o ejercicio, relacionado con la temática de la asignatura.
	Supuestos prácticos / estudio de caso	Planteamiento de una situación (real o simulada) en la que el estudiante debe trabajar para dar una solución argumentada al tema, resolver una serie de preguntas concretas o realizar una reflexión global.
	Prácticas a través de TIC	Aplicar, a nivel práctico, la teoría de un ámbito de conocimiento en un contexto determinado. Ejercicios prácticos a través de las TIC.

	Debates	Actividad donde dos o más grupos defienden posturas contrarias sobre un tema determinado. Foro de discusión en caso que se realice a través de TIC.
	Presentaciones / exposiciones	Exposición oral por parte de los estudiantes de un tema concreto o de un trabajo (previa presentación escrita).
	Trabajos	Trabajos que realiza el estudiante.
PROYECTOS	Prácticas en laboratorios	Aplicar, a nivel práctico, la teoría de un ámbito de conocimiento en un contexto determinado. Ejercicios prácticos a través de los diferentes laboratorios.
	Salidas de campo	Realización de visitas, estancias de formación en empresas, instituciones del sector, realización de trabajos fuera del aula (recogida de datos, observaciones) que el estudiante analiza críticamente.
	Aprendizaje basado en problemas (ABP)	Actividad que realizan los estudiantes por grupos. El elemento clave de esta actividad es la colaboración para el logro de un objetivo común. Cada miembro contribuye con sus conocimientos y aprendizajes al conocimiento y aprendizaje del grupo.
	Portafolios	Técnica de recopilación y organización de evidencias que promueven la reflexión del estudiante sobre su evolución y demuestran su logro de competencias profesionales que lo capaciten para un desarrollo profesional satisfactorio.
	Simulación	Estrategia que reproduce en un laboratorio o una situación ficticia, situaciones laborales reales a las que los estudiantes, asumiendo su rol, deben dar respuesta.

Prácticas Externas:

PRÁCTICAS EXTERNAS	Selección / asignación del lugar de Prácticas Externas	Selección por parte del estudiante y/o asignación por parte del centro del lugar de prácticas.
	Mecanismos de coordinación y seguimiento de Prácticas Externas	Descripción de los mecanismos de coordinación y seguimiento del estudiante a través del tutor académico y del tutor profesional.
	Estancia de prácticas	Realización de una estancia de duración determinada en el lugar de prácticas, realizando las funciones asignadas y previstas en el

		proyecto formativo.
	Memoria de las Prácticas Externas	Elaboración de una memoria final, en la que figurará, entre otros: la descripción y valoración de tareas y trabajos desarrollados, las competencias desarrolladas, los problemas encontrados con la propuesta de resolución y una autoevaluación de las prácticas y sugerencias de mejora.

Trabajo de Fin de Grado:

TRABAJO DE FIN DE GRADO	Selección / asignación del Trabajo de Fin de Grado	Selección y asignación de la temática a desarrollar del trabajo de fin de grado/máster.
	Mecanismos de coordinación y seguimiento del Trabajo de Fin de Grado	Entrevistas que el estudiante mantiene con su tutor/es de trabajo de fin de grado/máster en diferentes momentos del desarrollo del trabajo.
	Elaboración del Trabajo de Fin de Grado	Elaboración de un trabajo por parte del estudiante en el que se plasmará el logro de las competencias del grado.
	Memoria del Trabajo de Fin de Grado	Elaboración de una memoria final, en la que figurará, entre otros: la descripción y valoración de tareas y trabajos desarrollados, las competencias desarrolladas, los problemas encontrados con la propuesta de resolución y una autoevaluación de las prácticas y sugerencias de mejora.
	Presentación y defensa del Trabajo de Fin de Grado	Defensa oral por parte de los estudiantes del Trabajo de Fin de Grado.

EXÁMENES	Pruebas de desarrollo	Pruebas que incluyen preguntas abiertas sobre un tema. Los estudiantes deben desarrollar, relacionar, organizar y presentar los conocimientos que tienen sobre la materia. La respuesta que dan es extensa.
	Pruebas objetivas de preguntas cortas	Pruebas que incluyen preguntas directas sobre un aspecto concreto. Los estudiantes deben responder de manera directa mediante los conocimientos que tienen sobre la materia. La respuesta que da el estudiante es breve.
	Pruebas objetivas de tipo test	Pruebas que incluyen preguntas cerradas con diferentes alternativas de respuesta. Los estudiantes seleccionan una respuesta entre un número limitado de posibilidades.
	Pruebas mixtas	Pruebas que combinan preguntas de desarrollo, preguntas objetivas de preguntas cortas y / o pruebas objetivas tipo test.
	Pruebas prácticas	Pruebas que incluyen actividades, problemas o casos a resolver. Los estudiantes deben dar respuesta a la actividad planteada, plasmando de manera práctica, los conocimientos teóricos y prácticos de la asignatura.

	Pruebas orales	Pruebas que incluyen preguntas abiertas y/o cerradas sobre un tema o aspecto concreto. Los estudiantes deben responder de manera directa y oral a la formulación de la pregunta.
--	-----------------------	--

5.2. Actividades formativas

Teoría

1. Actividades introductorias.
2. Sesión magistral.
3. Estudios previos.
4. Eventos científicos y divulgativos.
5. Lectura de documentación escrita / gráfica elaborada.

Práctica

6. Seminarios.
7. Resolución de problemas.
8. Supuestos prácticos / estudio de casos.
9. Prácticas a través de TIC.
10. Debates.
11. Presentaciones / exposiciones.
12. Trabajos.

Proyectos

13. Prácticas en laboratorios.
14. Salidas de campo.
15. Aprendizaje basado en problemas (ABP).
16. Portafolios.
17. Simulación.

Prácticas Externas

18. Selección / asignación del lugar de Prácticas Externas.
19. Mecanismos de coordinación y seguimiento de Prácticas Externas.
20. Estancia de prácticas.
21. Memoria de las Prácticas Externas.

Trabajo de Fin de Grado

22. Proceso de selección / asignación del Trabajo de Fin de Grado.
23. Mecanismos de coordinación y seguimiento del Trabajo de Fin de Grado.
24. Elaboración del Trabajo de Fin de Grado.
25. Memoria del Trabajo de Fin de Grado.
26. Presentación y defensa del Trabajo de Fin de Grado.

5.3. Metodologías docentes

1. Teoría.
2. Práctica.
3. Proyectos.
4. Prácticas Externas.

5. Trabajo de Fin de Grado.

5.4. Sistema de evaluación

1. Pruebas de desarrollo.
2. Presentaciones / exposiciones.
3. Resolución de problemas.
4. Trabajos.
5. Aprendizaje basado en problemas (ABP).
6. Debates.
7. Portafolios.
8. Prácticas a través de TIC.
9. Salidas de campo.
10. Prácticas en laboratorios.
11. Pruebas mixtas.
12. Pruebas objetivas de tipo test.
13. Pruebas objetivas de preguntas cortas.
14. Pruebas orales.
15. Pruebas prácticas.
16. Simulación.
17. Supuestos prácticos / Estudio de casos.
18. Mecanismos de coordinación y seguimiento de Prácticas Externas.
19. Estancia de prácticas.
20. Memoria de las Prácticas Externas.
21. Mecanismos de coordinación y seguimiento del Trabajo de Fin de Grado.
22. Elaboración del Trabajo de Fin de Grado.
23. Memoria del Trabajo de Fin de Grado.
24. Presentación y defensa del Trabajo de Fin de Grado.

5.5. Descripción de los módulos o materias de enseñanza- aprendizaje que constituyen la estructura del plan de estudios

- **Existen módulos:** No

5.5.1 Datos básicos de la Materia

Datos Básicos de la Materia	
Denominación de la materia: Sociología	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Formación Básica</i>
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS Temporalización: 1º curso	
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	
Asignaturas	
<ul style="list-style-type: none"> • Estructura y Cambio Social: FB – 6 ECTS – 1º cuatrimestre, 1º curso – Catalán/castellano 	

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Estructura y Cambio Social

1. La noción de estructura social
2. Pautas demográficas en las sociedades avanzadas
3. Las transformaciones en la familia
4. Clases sociales y desigualdad en las sociedades avanzadas
5. Las transformaciones en el trabajo
6. Política y estructura social
7. Estructura cultural y estructura social

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce los factores estructurantes de las sociedades avanzadas desde una perspectiva analítica sociológica.
- Analiza los debates teóricos actuales sobre la explicación de las transformaciones de la sociedad avanzada.
- Trabaja una visión crítica de los conceptos explicativos de la realidad social y enmarca en su proceso de construcción social.

Competencias Transversales:

- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB4
- **Competencias Específicas:** A1
- **Competencias Transversales:** CT5

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	12	6	50%
	Sesión magistral	50	25	50%
PRÁCTICA	Trabajos	47	8	17%
	Presentaciones / exposiciones	34	14	41%
	Resolución de problemas	7	7	100%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	20%	40%
<i>Trabajos</i>	30%	50%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	20%	40%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia: Derecho	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Formación Básica</i>
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS	
Temporalización: 1º curso	
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	

Asignaturas

- **Ordenamiento Jurídico y Sistema Político:** FB - 6 ECTS – 1º cuatrimestre, 1º curso – Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Ordenamiento Jurídico y Sistema Político

1. Sistemas de organización política.
2. Democracia y representación política.
3. Normas y ordenamiento jurídico.
4. El Estado constitucional y sus instituciones.
5. El sistema de fuentes del Derecho.
6. Fundamentos del Derecho público de Cataluña.
7. Derechos fundamentales.
8. Garantías jurisdiccionales de los derechos.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Adquiere herramientas de interpretación de la vida política y jurídica.
- Conoce los sistemas de organización política.
- Conoce el proceso de configuración del Estado constitucional.
- Comprende el funcionamiento genérico del sistema de fuentes del Derecho
- Conoce la estructura institucional del Estado y de la Generalitat de Catalunya y las funciones de sus órganos
- Conoce el sistema de protección de los derechos fundamentales y el sistema de garantías jurisdiccionales.

Competencias Transversales:

- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).
- Conocer las principales desigualdades y discriminaciones que se producen por razón de género u otros motivos y comprender sus causas (igualdad).
- Identificar los principales problemas ambientales (medio ambiente).
- Reconocer y reflexionar sobre las necesidades y problemáticas sociales e implicarse en la mejora de la comunidad (responsabilidad social como ciudadanos).
- Reconocer los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento, mostrar capacidad crítica y de diálogo, y hacer un uso responsable de las normas que le afectan como miembro de la comunidad universitaria (ética).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB3, CB4
- **Competencias Específicas:** A1
- **Competencias Transversales:** CT5, CT7

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Sesión magistral	115	45	39%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	17	7	41%
	Trabajos	17	7	41%
Total asignatura		150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	50%
<i>Trabajos</i>	30%	50%
<i>Resolución de problemas</i>	10%	30%
<i>Pruebas mixtas</i>	40%	60%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Comunicación

Créditos ECTS, carácter

27 ECTS, *Formación Básica y Obligatoria*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal:

Anual, 9 ECTS; 1º cuatrimestre, 6 ECTS; 2º cuatrimestre, 6 ECTS y 2º cuatrimestre de 3º, 6 ECTS

Temporalización: 1º y 3º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Teorías de la Comunicación:** FB - 6 ECTS - 1º cuatrimestre, 1º curso - Catalán/castellano
- **Opinión Pública:** FB - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 1º curso - Catalán/castellano
- **Tecnología Audiovisual y de Internet:** FB - 9 ECTS - Anual, 1º curso - Catalán/castellano
- **Taller de Proyectos de Investigación y Profesionales:** OB - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 3º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Teorías de la Comunicación

1. Contexto social de la comunicación
2. Elementos del proceso comunicativo
3. Introducción a las escuelas teóricas clásicas en el ámbito de la comunicación
4. Principios de la investigación en comunicación

Opinión Pública

1. Introducción al concepto de opinión pública
2. La opinión pública empírica
3. La opinión pública en el siglo XXI
4. La ciberdemocracia, ¿mito o realidad?
5. Los comunicadores en el proceso de formación de la opinión pública

Tecnología Audiovisual y de Internet

1. Acústica básica
2. Audio digital
3. Electroacústica
4. Estudios de sonido
5. Teoría de la luz
6. Óptica
7. La cámara y el camascopio
8. Sistemas de vídeo, tv y cine
9. Estudios de televisión
10. Estructura y funcionamiento de internet
11. Soportes multimedia para internet

Taller de Proyectos de Investigación y Profesionales

1. Diseño de proyectos de investigación.
2. Bases del marketing digital.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

Tecnología Audiovisual y de Internet

- Conoce los conceptos físicos que conforman la naturaleza del sonido y de la imagen.
- Conoce e identifica los diferentes sistemas y formatos de captación, grabación, edición y tratamiento de imagen y sonido.
- Conoce y se interesa por la evolución tecnológica del mundo audiovisual y de internet.
- Organiza de manera metódica los equipos necesarios para una correcta toma, grabación, reproducción, tratamiento y edición de imagen y sonido.
- Participa y colabora en el trabajo en equipo.
- Tiene mentalidad emprendedora en las tareas y las acciones.

Teorías de la Comunicación

- Conoce y comprende la presencia de la comunicación y la información en el sistema social.
- Interpreta las formas básicas de impacto de los medios de comunicación sobre sus públicos.
- Conoce la investigación comunicativa actual y sus principales métodos, resultados, teorías y escuelas.
- Analiza los elementos más relevantes de la comunicación que intervienen en la actividad de los profesionales del sector.

Opinión Pública

- Conoce la tradición clásica de la opinión pública en relación con el pensamiento político.
- Sabe interpretar los datos de la opinión pública empírica a partir de los sondeos de opinión.
- Compara las principales aportaciones de los autores más relevantes en el estudio de la opinión pública en la sociedad de la información.
- Comprende las relaciones simbióticas entre periodismo, política y ciudadanía.
- Conoce e interpreta las prácticas profesionales y las transformaciones de los valores noticiosos.

Taller de Proyectos de Investigación y Profesionales

- Conoce y comprende la presencia de la comunicación y la información en el sistema social.
- Conoce la investigación comunicativa actual y sus principales métodos, resultados, teorías y escuelas.

Competencias Transversales de la materia:

- Dominar las herramientas destinadas a la gestión de la propia identidad y a las actividades en un entorno digital (ser digital).
- Buscar y obtener información de manera autónoma de acuerdo con criterios de fiabilidad y pertinencia (buscar).
- Organizar la información con herramientas adecuadas, ya sea en línea o presenciales, que permitan el desarrollo de sus actividades académicas (Organizar).
- Elaborar información con las herramientas y formatos adecuados a la situación comunicativa y hacerlo de manera honesta (crear).
- Utilizar las TIC para compartir e intercambiar información (compartir).
- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).
- Profundizar en el autoconocimiento académico, laboral o profesional (autoconocimiento).
- Identificar el propio proceso de aprendizaje (aprendizaje).
- Analizar el entorno laboral o profesional del ámbito de estudio (entorno).
- Diseñar itinerarios académicos y de inserción laboral o profesional (itinerarios).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB4, CB5
- **Competencias Específicas:** A2, A3
- **Competencias Transversales:** CT2, CT5, CT6

Metodologías y actividades formativas

Tecnología Audiovisual y de Internet

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	4	1	25%
	Sesión magistral	79	40	51%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	7	3	43%
	Prácticas a través de TIC	55	15	27%
PROYECTOS	Salidas de campo	25	11	44%
	Prácticas en laboratorios	55	20	36%
Total asignatura		225	90	40%

Teorías de la Comunicación

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	3	3	100%
	Sesión magistral	127	37	29%
PRÁCTICA	Supuestos prácticos / estudio de casos	20	20	100%
Total asignatura		150	60	40%

Opinión Pública

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	3	3	100%

	Sesión magistral	92	37	40%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	55	20	36%
	Total asignatura	150	60	40%

Taller de Proyectos de Investigación y Profesionales

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	10	10	100%
	Sesión magistral	45	15	33%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	95	35	37%
	Total asignatura	150	60	40%

MATERIA

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	20	17	85%
	Sesión magistral	343	129	38%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	157	58	37%
	Prácticas a través de TIC	55	15	27%
	Supuestos prácticos / estudio de casos	20	20	100%
PROYECTOS	Salidas de campo	25	11	44%
	Prácticas en laboratorios	55	20	36%
	Total asignatura	675	270	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Pruebas de desarrollo	60%	100%

<i>Resolución de problemas</i>	40%	90%
<i>Prácticas a través de TIC</i>	5%	25%
<i>Salidas de campo</i>	10%	30%
<i>Prácticas en laboratorios</i>	15%	35%
<i>Pruebas objetivas de tipo test</i>	30%	50%
<i>Pruebas orales</i>	0%	20%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Psicología

Créditos ECTS, carácter

6 ECTS, *Formación Básica*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 2º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 1º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Introducción a la Psicología:** FB - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 1º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Introducción a la Psicología

1. La psicología como ciencia y sus relaciones con otras ciencias. Principales enfoques teóricos de la psicología y ámbitos de aplicación. Interés de la psicología para las ciencias de la comunicación.
2. Fundamentos biológicos de los procesos psicológicos. Mente, cerebro y conducta. Genética, evolución y adaptación. Psicología humana y psicología comparada. La biodiversidad de los sistemas de comunicación.
3. Sensación y percepción: la transducción sensorial y el estímulo de la percepción. Sistemas sensoriales y modalidades perceptivas. La percepción como vía principal de comunicación del organismo con el medio.
4. La percepción visual y la dimensión espacial de la información: contraste y color, forma, profundidad y movimiento. La percepción auditiva y la dimensión temporal de la información: bases de la percepción del habla y de la música.
5. Constancia perceptiva y fenómenos ilusorios. Percepción del objeto y reconocimiento de patrones. Aspectos conscientes e inconscientes de la percepción. La percepción subliminal y su interés en comunicación publicitaria.
6. Atención y control en el procesamiento de la información. Procesos guiados por los datos y por procesos guiados cognitivamente. Las variedades de la atención: selectiva, dividida y sostenida. La atención y las funciones ejecutivas.
7. Aprendizaje y memoria. El papel del condicionamiento en el aprendizaje y sus clases. Estructuras y procesos de la memoria. El papel de la memoria en el aprendizaje. La psicología del olvido y demás alteraciones de la memoria.
8. Motivación y emoción. Componentes energéticos y estructurales de la motivación humana. Instintos, impulsos e incentivos. Motivación y racionalidad. La naturaleza de los estados emocionales y su papel motivacional.
9. La dimensión social de los procesos psicológicos. Percepción, atracción y comunicación interpersonal. Actitudes, persuasión y procesos de influencia social. Prejuicios, estereotipos y procesos de atribución.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce cómo aborda la psicología el estudio científico de los procesos mentales que subyacen al comportamiento humano, teniendo en cuenta los modelos teóricos y metodológicos de esta disciplina.
- Comprende el funcionamiento básico del psiquismo humano, sus fundamentos biológicos y su dimensión social.
- Se familiariza con los principales conceptos teóricos y procedimientos de investigación utilizados en el estudio de los procesos psicológicos básicos.
- Reconoce la incidencia de los factores psicológicos, y de sus condicionantes biológicos y sociales, en el ámbito de las ciencias de la comunicación.
- Proyecta los conocimientos psicológicos adquiridos en los distintos campos aplicados de las ciencias de la comunicación (publicidad, periodismo, comunicación audiovisual).

Competencias Transversales:

- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB4
- **Competencias Específicas:** A2
- **Competencias Transversales:** CT5

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	5	5	100%
	Sesión magistral	75	35	47%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	40	10	25%

	Supuestos prácticos / estudio de casos	30	10	33%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	40%
<i>Resolución de problemas</i>	10%	30%
<i>Supuestos prácticos / estudio de casos</i>	10%	30%
<i>Pruebas objetivas de tipo test</i>	50%	70%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Lengua

Créditos ECTS, carácter

9 ECTS, *Formación Básica*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: Anual, 9 ECTS

Temporalización: 1º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Estándar Oral y Escrito de la Lengua (Castellano):** FB - 9 ECTS - Anual, 1º curso - Catalán/castellano
- **Estándar Oral y Escrito de la Lengua (Catalán):** FB - 9 ECTS - Anual, 1º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Estándar Oral y Escrito de la Lengua (Castellano)

1. El español estándar y las variedades de la lengua española
2. El nivel ortográfico
3. El nivel morfológico y sintáctico
4. El nivel léxico-semántico
5. Comunicación oral y oralización
6. Articulación y pronunciación del español
7. Análisis lingüístico del estándar oral de la lengua española
8. Lenguaje y comunicación

Estándar Oral y Escrito de la Lengua (Catalán)

1. El estándar y la diversidad lingüística
2. La variación lingüística y la tradición escrita
3. La estandarización de la lengua catalana
4. Los medios de comunicación escritos, un reflejo de la diversidad lingüística
5. El discurso escrito
6. La norma escrita y el estándar oral: paraguas o constricción
7. Los medios de comunicación orales, un reflejo de la diversidad lingüística
8. La propuesta de estándar oral de la lengua catalana

9. Los libros de estilo de los diferentes medios. Complementos de la propuesta

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Reconoce las características básicas del castellano o del catalán estándar y de las variedades de la lengua, así como sus características específicas en los medios de comunicación.
- Consolida los conocimientos ortográficos, gramaticales y léxicos de la lengua propia.
- Redacta diferentes tipos de textos (tanto periodísticos como publicitarios) en lengua propia, teniendo en cuenta la corrección y la adecuación a su universo comunicativo.
- Toma conciencia de la importancia de una buena expresión oral y escrita para el desarrollo profesional y personal.
- Reconoce las características básicas de la oralidad y sus funciones.
- Conoce las características y los elementos condicionantes de los textos orales, especialmente los de los medios audiovisuales.
- Identifica y corrige los problemas de expresión oral más comunes.
- Valora el trabajo en equipo.

Competencias Transversales:

- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

Requisitos

-

Observaciones

A escoger entre una de las dos asignaturas.

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB4
- **Competencias Específicas:** A4
- **Competencias Transversales:** CT5

Metodologías y actividades formativas

Estándar Oral y Escrito de la Lengua (Castellano)

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	3	3	100%

	Estudios previos	20	0	0%
	Sesión magistral	138	43	31%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	35	35	100%
	Prácticas a través de TIC	10	0	0%
	Presentaciones / exposiciones	15	5	33%
	Debates	4	4	100%
	Total asignatura	225	90	40%

Estándar Oral y Escrito de la Lengua (Catalán)

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	6	3	50%
	Sesión magistral	100	40	40%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	119	47	39%
	Total asignatura	225	90	40%

MATERIA

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	3	3	100%
	Estudios previos	18	0	0%
	Sesión magistral	100	37	37%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	75	41	53%
	Prácticas a través de TIC	10	0	0%
	Presentaciones / exposiciones	15	5	33%
	Debates	4	4	100%
	Total asignatura	225	90	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	40%	60%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	10%	30%
<i>Resolución de problemas</i>	10%	50%
<i>Prácticas a través de TIC</i>	0%	20%
<i>Pruebas prácticas</i>	10%	30%
<i>Pruebas objetivas de tipo test</i>	40%	60%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:
Historia

Créditos ECTS, carácter
12 ECTS, *Formación Básica*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS; 2º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 1º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Historia del Mundo Actual:** FB - 6 ECTS - 1º cuatrimestre, 1º curso - Catalán/castellano
- **Corrientes Estéticas Contemporáneas en Comunicación:** FB - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 1º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)**Historia del Mundo Actual**

1. Conflictos ideológicos en un mundo de entreguerras: 1914-1945. Auge y decadencia de la democracia. La crisis del capitalismo. El nuevo orden de Hitler: imperios, naciones y minorías. El triunfo de la democracia: 1945-1991. Las democracias populares. La complejidad de la paz brutal. La Guerra Fría. Las transformaciones de los sistemas democráticos. La crisis del contrato social y del estado del bienestar.
2. El fin de la Unión soviética y la perplejidad mundial. El colapso del comunismo. La herencia ideológica y económica.
3. La creación europea. Del tratado de Roma al tratado de la Unión Europea. La comisión Delors. La unión monetaria. La Europa mediterránea y la Europa difícil.
4. Globalización y nuevas identidades. Las tecnologías de la información y la comunicación y las nuevas fronteras. ¿Un mundo sin bloques? La nueva sociedad: ¿y los valores?

Corrientes Estéticas Contemporáneas en Comunicación

1. ¿Qué es la cultura visual?
2. La vida social del arte. La vieja y la nueva historia del arte.
3. El Lenguaje Visual.
4. Interpretar la cultura Visual
5. Cultura visual en la globalización
6. Arte y nuevas tecnologías
7. Arte y naturaleza

- 8. Arte y flujos migratorios
- 9. Arte, género e identidad

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce la evolución histórica del siglo XX, en especial el entramado ideológico, social y político que permite entender los procesos que han conducido a la sociedad actual.
- Analiza la percepción de esta evolución histórica por parte de los contemporáneos de los hechos, así como la interpretación y la reconstrucción posterior por parte de los intermediarios culturales y políticos.
- Conoce las corrientes principales de la cultura visual del siglo XX.
- Es capaz de analizar críticamente, desde el punto de vista de la historia de las corrientes estéticas, cualquier producto comunicativo de masas.

Competencias Transversales:

- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB4
- **Competencias Específicas:** A1
- **Competencias Transversales:** CT5

Metodologías y actividades formativas

Historia del Mundo Actual

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	2	2	100%
	Sesión magistral	98	38	39%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	50	20	40%

	Total asignatura	150	60	40%
--	-------------------------	------------	-----------	------------

Corrientes Estéticas Contemporáneas en Comunicación

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	2	2	100%
	Sesión magistral	93	41	44%
PRÁCTICA	Trabajos	21	1	5%
	Presentaciones / exposiciones	34	16	47%
	Total asignatura	150	60	40%

MATERIA

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	4	4	100%
	Sesión magistral	191	79	41%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	50	20	40%
	Trabajos	21	1	5%
	Presentaciones / exposiciones	34	16	47%
	Total asignatura	300	120	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	50%
<i>Trabajos</i>	25%	50%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	10%	30%
<i>Resolución de problemas</i>	10%	40%
<i>Pruebas mixtas</i>	40%	60%
<i>Pruebas prácticas</i>	5%	25%

Datos Básicos de la Materia	
Denominación de la materia: Introducción a la Economía y a la Empresa	Créditos ECTS, carácter 9 ECTS, <i>Obligatoria</i>
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: Anual, 9 ECTS Temporalización: 2º curso	
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	
Asignaturas	
<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la Economía y a la Empresa: OB - 9 ECTS – Anual, 2º curso – Catalán/castellano 	
Contenido de la materia (<i>Descripción temática</i>)	
Introducción a la Economía y a la Empresa <ol style="list-style-type: none"> 1. Concepto y método en economía 2. El problema económico 3. La actividad económica 4. Los sistemas económicos 5. El mercado 6. Tipos de mercados 7. La medida de la actividad económica 8. La demanda y la oferta agregadas 9. La financiación de la economía 10. El sector exterior 11. El sector público 12. La inflación 13. El mercado laboral 	
Resultados de aprendizaje	
<u>Competencias Específicas:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Conoce y comprende los conceptos básicos del estudio de la macroeconomía y de la economía de empresa. - Conoce y comprender el funcionamiento de la economía capitalista contemporánea y de sus elementos y factores básicos. - Distingue entre los diferentes tipos de organización empresarial. - Comprende el funcionamiento económico de la moderna empresa capitalista: organización, financiación, márketing, fiscalidad... - Es capaz de elaborar un proyecto de empresa básico y viable de empresa. <u>Competencias Transversales:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Profundizar en el autoconocimiento académico, laboral o profesional (autoconocimiento). - Identificar el propio proceso de aprendizaje (aprendizaje). - Analizar el entorno laboral o profesional del ámbito de estudio (entorno). - Diseñar itinerarios académicos y de inserción laboral o profesional (itinerarios). 	
Requisitos -	
Observaciones	

-				
Competencias (indicar las que se evalúan)				
<ul style="list-style-type: none"> • Competencias Básicas: CB1, CB2, CB5 • Competencias Específicas: A1, A5 • Competencias Transversales: CT6 				
Metodologías y actividades formativas				
Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	10	5	50%
	Sesión magistral	175	65	37%
PRÁCTICA	Supuestos prácticos / estudio de casos	40	20	50%
	Total asignatura	225	90	40%
Sistema de evaluación:				
Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima		
<i>Pruebas de desarrollo</i>	20%	60%		
<i>Pruebas orales</i>	0%	20%		
<i>Pruebas prácticas</i>	30%	50%		
<i>Pruebas objetivas de tipo test</i>	20%	40%		

Datos Básicos de la Materia	
Denominación de la materia: Comunicación y Expresión Oral	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Obligatoria</i>
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS	
Temporalización: 2º curso	
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	
Asignaturas	
<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación y Expresión Oral: OB - 6 ECTS - 1º cuatrimestre, 2º curso - Catalán/castellano 	
Contenido de la materia (Descripción temática)	
Comunicación y Expresión Oral	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bases de la expresión oral. La oralidad. La situación comunicativa. La construcción del discurso: estrategias retóricas. La comunicación eficaz en los medios de comunicación. La comunicación eficaz en el mundo de la empresa 2. Estrategias comunicativas de la oralidad. La exposición. La argumentación. La modalización. La información pragmática. La cortesía lingüística 	

3. La voz y su uso en los medios audiovisuales. La voz como instrumento de comunicación. Aspectos fisiológicos y expresivos. Características propias de la sintaxis sonora: ritmo, entonación. Adecuación de la voz a registros informativos, publicitarios, de entretenimiento y/o de ficción. Principios básicos de la locución con música. Redacción y locución con imagen: la televisión. Técnicas de improvisación
4. Fundamentos de comunicación no verbal. El entorno y el espacio personal. La apariencia física y la vestimenta. El cuerpo y la postura: la gesticulación, la conducta táctil. Las expresiones faciales, la conducta visual

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Toma consciencia de la importancia de la comunicación oral para un desarrollo profesional exitoso en cualquier actividad relacionada con la comunicación social.
- Domina las bases retóricas de la comunicación oral dirigida a auditorios grupales.
- Domina las técnicas básicas de la locución para radio y televisión.
- Conoce y domina los elementos básicos de la comunicación no verbal como aspecto inseparable de una exitosa comunicación oral.

Competencias Transversales:

- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB4
- **Competencias Específicas:** A4
- **Competencias Transversales:** CT5

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	4	4	100%
	Sesión magistral	27	16	59%

PRÁCTICA	Presentaciones / exposiciones	26	8	31%
	Prácticas a través de TIC	18	2	11%
PROYECTOS	Portafolios	18	3	17%
	Prácticas en laboratorios	57	27	47%
Total asignatura		150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	40%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	10%	30%
<i>Portafolios</i>	0%	20%
<i>Prácticas en laboratorios</i>	60%	80%
<i>Prácticas a través de TIC</i>	0%	20%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Lenguaje Audiovisual

Créditos ECTS, carácter

9 ECTS, *Obligatoria*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: Anual, 9 ECTS

Temporalización: 2º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Teoría y Técnica del Lenguaje Audiovisual:** OB - 9 ECTS - Anual, 2º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Teoría y Técnica del Lenguaje Audiovisual

1. Características generales del lenguaje audiovisual. Definición de lenguaje audiovisual. Lenguaje televisivo y cinematográfico: descripción, similitudes y diferencias. Lenguaje radiofónico.
2. La planificación para la producción de productos audiovisuales. El guión como herramienta básica. Tipologías. Otros aspectos de la realización de un producto audiovisual.
3. El lenguaje televisivo y cinematográfico. Funcions. Unidades narrativas. Composición de la imagen. El espacio visual. El eje de acción. Construcción del discurso audiovisual: *raccord*, transiciones, ritmo y montaje. Otros elementos del discurso: vestuario, fotografía, iluminación. Las figuras retóricas. Procedimientos narrativos objetivos y subjetivos
4. El sonido en el lenguaje televisivo y cinematográfico. Sonido como valor añadido a la imagen. Elementos básicos. Montaje sonoro.
5. Lenguaje radiofónico. Elementos básicos del discurso sonoro. La palabra. La música. Los efectos sonoros. El silencio. El montaje radiofónico. Construcción del espacio

sonoro. Construcción del tiempo sonoro.

6. Usos prácticos del lenguaje audiovisual

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Se capacita en las posibilidades expresivas tanto de la imagen como del sonido.
- Adquiere las bases del lenguaje audiovisual en materia de espacio visual, planificación y espacio sonoro, composición, montaje y utilización retórica.
- Construye productos visuales y sonoros, independientemente de su género.
- Adquiere hábitos de trabajo colaborativo de simulación profesional donde se valora tanto el proceso como el resultado final.

Competencias Transversales:

- Identificar el propio rol dentro del equipo y conocer los objetivos y tareas del grupo (contexto).
- Comunicarse con los miembros del equipo para facilitar la cohesión y el rendimiento del grupo (comunicación).
- Comprometerse con las tareas y con la agenda del grupo (compromiso).
- Colaborar con los miembros del grupo en la resolución de problemas procurando un buen clima de trabajo (colaboración).
- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB4, CB5
- **Competencias Específicas:** A3, A6
- **Competencias Transversales:** CT4, CT5

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	2	1	50%

	Sesión magistral	109	45	41%
PROYECTOS	Prácticas en laboratorios	114	44	39%
	Total asignatura	225	90	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	40%
<i>Prácticas en laboratorios</i>	60%	80%
<i>Pruebas mixtas</i>	20%	40%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia: Fundamentos del Periodismo	Créditos ECTS, carácter 9 ECTS, <i>Obligatoria</i>
--	--

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: Anual, 9 ECTS

Temporalización: 2º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Fundamentos del Periodismo:** OB - 9 ECTS - Anual, 2º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Fundamentos del Periodismo

1. La construcción social de la noticia
2. Hechos y noticias: el gatekeeping y la agenda setting
3. Información, interpretación y opinión
4. El principio de objetividad. Imparcialidad y sesgo
5. Las rutinas de producción
6. Las fuentes de información
7. Fundamentos de redacción para medios escritos
8. Fundamentos de redacción para medios audiovisuales
9. Fundamentos de locución
10. Deontología profesional: el código del Col·legi de Periodistes
11. Derechos constitucionales y legales del periodista: secreto profesional y cláusula de conciencia. Órganos de representación y protección de la profesión.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce y sabe aplicar correctamente los fundamentos del lenguaje escrito aplicado a los distintos géneros periodísticos.
- Conoce los derechos y los deberes profesionales del periodista, tal como están recogidos en la legislación vigente y en el código deontológico.
- Conoce y sabe aplicar el concepto de actualidad periodística y de noticiabilidad.
- Comprende los condicionantes que introducen las diversas tecnologías y canales de

difusión en el tratamiento de la actualidad periodística.

- Analiza e interpreta la actualidad periodística, desde un punto de vista crítico, a través del estudio de la producción, la circulación y el consumo de productos periodísticos.

Competencias Transversales:

- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).
- Conocer las principales desigualdades y discriminaciones que se producen por razón de género u otros motivos y comprender sus causas (igualdad).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB3, CB4
- **Competencias Específicas:** A4, A7
- **Competencias Transversales:** CT5, CT7

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Sesión magistral	115	33	29%
PROYECTOS	Prácticas en laboratorios	95	52	55%
	Salidas de campo	14	4	29%
	Total asignatura	225	90	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	40%
<i>Prácticas en laboratorios</i>	60%	80%
<i>Pruebas mixtas</i>	20%	40%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia: Historia y Estructura de la Comunicación
Créditos ECTS, carácter: 9 ECTS, *Obligatoria*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: Anual, 9 ECTS
Temporalización: 2º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Historia y Estructura de la Comunicación:** OB - 9 ECTS - Anual, 2º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Historia y Estructura de la Comunicación

1. La comunicación social en la antigüedad. Escritura y alfabeto: ¿la primera revolución comunicativa? La comunicación en el Mediterráneo antiguo: el legado griego y romano.
2. Comunicación y control social en la Edad Media. Alta Edad Media: desarticulación sociocomunicativa y auge de la Iglesia como articuladora social. Técnicas comunicativas de control social de los poderes feudales. El papel de la comunicación social en el auge urbano de la baja Edad Media.
3. La cultura tipográfica en la Edad Moderna. La imprenta: ¿la segunda revolución comunicativa? El papel de la imprenta en las luchas ideológico-religiosas de los siglos XVI y XVII. El nacimiento del periodismo regular. Los usos de la imagen.
4. Los orígenes de la comunicación de masas (siglos XVIII y XIX). Revolución, contrarrevolución, propaganda y libertad de prensa. Los primeros diarios durante el siglo XVIII. Siglo XIX: surgimiento de la prensa de masas. La fotografía: funciones socioculturales y comunicativas. Las primeras telecomunicaciones: el telégrafo óptico y eléctrico, la telefonía.
5. La cultura eléctrica contemporánea del siglo XX. El surgimiento de la radio como medio de masas. El cine: del mudo al sonoro. Propaganda y medios de comunicación en entre las dos guerras mundiales. La televisión. Evolución de la prensa de masas. Nacimiento de internet.
6. Estructura de la comunicación: aproximación teórica. La economía política de la comunicación. Conceptos básicos.
7. Las grandes tendencias internacionales. El sistema comunicativo en el marco de la Sociedad de la Información. Principales modelos y actores comunicativos internacionales.
8. Estructura y sistema de comunicación en España y en Cataluña. Estado actual y tendencias del sector en España y en Cataluña. Identidad cultural y espacios políticos de comunicación.
9. El futuro del macrosistema comunicativo: nuevas tecnologías, nuevos medios de comunicación, nuevos consumos. Modelos comunicativos emergentes.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Identifica e interpreta la dimensión comunicativa en la evolución de las sociedades

occidentales desde la invención de la escritura hasta nuestros días, con especial incidencia en los siglos XIX y XX.

- Conoce la evolución histórica de las diferentes tecnologías comunicativas y su función en la dialéctica entre mantenimiento del estatus quo y cambio social.
- Sitúa históricamente las diversas modalidades y prácticas de la comunicación social, relacionándolas con el contexto sociopolítico, económico y cultural de cada época.
- Conoce los principales actores empresariales e institucionales del sistema comunicativo catalán y español, en el contexto europeo y global.
- Conoce el marco legal general de la actividad mediática y su evolución reciente.
- Interpreta las interacciones entre el sistema mediático y el sistema político en Cataluña y en España.
- Identifica e interpreta las diversas modalidades de financiación de la actividad mediática y su influencia en los contenidos que se difunden.

Competencias Transversales:

- Identificar el propio rol dentro del equipo y conocer los objetivos y tareas del grupo (contexto).
- Comunicarse con los miembros del equipo para facilitar la cohesión y el rendimiento del grupo (comunicación).
- Comprometerse con las tareas y con la agenda del grupo (compromiso).
- Colaborar con los miembros del grupo en la resolución de problemas procurando un buen clima de trabajo (colaboración).
- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB4, CB5
- **Competencias Específicas:** A1, A8
- **Competencias Transversales:** CT4, CT5

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	2	2	100%
	Sesión magistral	116	66	57%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	52	12	23%
	Trabajos	55	10	18%
Total asignatura		225	90	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	50%
<i>Trabajos</i>	25%	50%
<i>Resolución de problemas</i>	5%	25%
<i>Pruebas objetivas de tipo test</i>	40%	60%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia: Fundamentos de la Comunicación Publicitaria y de las Relaciones Públicas	Créditos ECTS, carácter 9 ECTS, <i>Obligatoria</i>
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: Anual, 9 ECTS	
Temporalización: 2º curso	
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	

Asignaturas

- **Fundamentos de la Comunicación Publicitaria y de las Relaciones Públicas:** OB - 9 ECTS – Anual, 2º curso – Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Fundamentos de la Comunicación Publicitaria y de las Relaciones Públicas

1. Definición y conceptos básicos de la comunicación publicitaria. La publicidad como proceso de comunicación
2. Historia de la Publicidad en España y Catalunya dentro del contexto internacional
3. El anunciante
4. La agencia de publicidad
5. La campaña de publicidad
6. Planificación y medios publicitarios
7. La comunicación below the line
8. El debate sobre los efectos de la publicidad
9. Aspectos legales y éticos de la publicidad

10. Definición y conceptos básicos de las Relaciones Públicas
11. Historia e importancia actual de las Relaciones Públicas
12. La responsabilidad pública y las Relaciones Públicas
13. Modelos y teorías de las Relaciones Públicas
14. Los públicos en las Relaciones Públicas
15. El plan de Relaciones Públicas
16. Actividades y técnicas más usuales de las Relaciones Públicas
17. El departamento interno dentro del organigrama de la empresa
18. Las agencias de Relaciones Públicas

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce y comprende el funcionamiento de la agencia de publicidad como estructura básica de la planificación, la ejecución y el seguimiento de las campañas publicitarias.
- Conoce cómo se planifica la comunicación publicitaria en las empresas y las instituciones, mediante el desarrollo de los diversos aspectos y pasos que comporta la realización de una campaña publicitaria.
- Adquiere una visión global sobre las Relaciones Públicas, introduciéndose en sus conceptos clave, su terminología específica, sus elementos distintivos y sus principales técnicas.
- Adquiere una perspectiva general de la práctica de las Relaciones Públicas: actores principales, departamentos y agencias, sus funciones y estructuras, así como de las características y particularidades de los profesionales de las Relaciones Públicas.

Competencias Transversales:

- Identificar el propio rol dentro del equipo y conocer los objetivos y tareas del grupo (contexto).
- Comunicarse con los miembros del equipo para facilitar la cohesión y el rendimiento del grupo (comunicación).
- Comprometerse con las tareas y con la agenda del grupo (compromiso).
- Colaborar con los miembros del grupo en la resolución de problemas procurando un buen clima de trabajo (colaboración).
- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB4, CB5
- **Competencias Específicas:** A9
- **Competencias Transversales:** CT4, CT5

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Sesión magistral	102	62	61%
PRÁCTICA	Presentaciones / exposiciones	52	12	23%
PROYECTOS	Prácticas en laboratorios	70	15	21%
	Total asignatura	225	90	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	40%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	5%	15%
<i>Prácticas en laboratorios</i>	30%	50%
<i>Pruebas objetivas de tipo test</i>	40%	60%

Datos Básicos de la Materia**Denominación de la materia:**

Diseño Gráfico y Multimedia

Créditos ECTS, carácter9 ECTS, *Obligatoria***Unidad temporal y ECTS por unidad temporal:** Anual, 9 ECTS**Temporalización:** 2º curso**Lenguas en las que se imparte:** catalán/castellano**Asignaturas**

- **Diseño Gráfico y Multimedia:** OB - 9 ECTS - Anual, 2º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (Descripción temática)**Diseño Gráfico y Multimedia**

1. Fundamentos de la percepción visual. La gramática de la visión. Composición visual. La estructura del lenguaje visual. Teoría del color.
2. Aplicación de la composición visual: El diseño gráfico como instrumento de comunicación. La señalética. El signo. Códigos visuales.
3. Tipografía. El mensaje escrito. Fotografía. La intervención de la imagen real.

Ilustración.

4. Cultura del diseño gráfico. Evolución estética. De los orígenes a la modernidad. Del siglo XX hasta la actualidad.
5. La creatividad al servicio de la comunicación. El logo. La identidad corporativa. Diseño editorial
6. La impresión: técnicas, procedimientos e industria de las artes gráficas.
7. La aplicación física: el packaging. Diseño de producto
8. El diseño digital: nuevas aplicaciones y soportes, nuevos retos. TV, internet, DVD, new media
9. El diseño audiovisual: movimiento, animación. 2D y 3D
10. Las nuevas tendencias del diseño
11. Características básicas de los soportes multimedia interactivos
12. Arquitectura de la información en multimedia
13. Usabilidad: la importancia del usuario
14. Etapas en la creación de un proyecto multimedia. El equipo de trabajo
15. Herramientas para la producción de contenidos multimedia
16. Los soportes de la comunicación digital: diferencias en la interficie y la usabilidad
17. Redes, servidores y sistemas de gestión de contenidos

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce y sabe aplicar los fundamentos de la composición visual en trabajos de diseño gráfico y multimedia.
- Conoce y sabe aplicar los fundamentos del cromatismo aplicados al diseño gráfico y multimedia.
- Conoce y sabe utilizar el software de creación de grafismo para soporte físico bidimensional y para multimedia.
- Conoce y sabe aplicar las técnicas y los criterios de producción y diseño de aplicaciones interactivas multimedia.

Competencias Transversales:

- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB4
- **Competencias Específicas:** A10
- **Competencias Transversales:** CT5

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Sesión magistral	134	64	48%
PRÁCTICA	Prácticas a través de TIC	90	25	28%
Total asignatura		225	90	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	40%
<i>Pruebas prácticas</i>	80%	100%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Teoría de la Imagen

Créditos ECTS, carácter

6 ECTS, *Obligatoria*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 3º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Teoría de la Imagen:** OB - 6 ECTS - 1º cuatrimestre, 3º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Teoría de la Imagen

1. Los componentes de una teoría semiótica. El triángulo semiótico de Peirce. Sintaxis, semántica y Pragmática. Aplicación a la imagen.
2. Sintaxis: La percepción de la imagen. La construcción del mundo visual. Las características sintácticas de la imagen: La forma: leyes de diferenciación de fondo/figura y leyes de la Gestalt. El espacio: claves para la percepción de la profundidad. El color. El movimiento.
3. Semántica: El discurso audiovisual como vehículo de significado. La imagen como discurso: coherencia textual y dimensión retórica. El enunciado: macroestructuras y microestructuras. La enunciación: puntos de vista cognitivo y perceptivo en los discursos visuales y audiovisuales.
4. Pragmática: el uso de los discursos visuales y audiovisuales en sociedad. Las herramientas pragmáticas básicas: los mundos posibles y la competencia comunicativa

plena. Los niveles de pragmática: Las expresiones deícticas. Las enunciaciones presupuestas. Los actos de comunicación.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Comprende los conceptos básicos de la teoría semiótica aplicados a la imagen.
- Conoce y sabe aplicar los conceptos teóricos generales al análisis de la imagen.
- Integra la perspectiva teórica semiótica en la generación y la evaluación de discursos audiovisuales.
- Desarrolla las habilidades de trabajo en equipo.

Competencias Transversales:

- Identificar el propio rol dentro del equipo y conocer los objetivos y tareas del grupo (contexto).
- Comunicarse con los miembros del equipo para facilitar la cohesión y el rendimiento del grupo (comunicación).
- Comprometerse con las tareas y con la agenda del grupo (compromiso).
- Colaborar con los miembros del grupo en la resolución de problemas procurando un buen clima de trabajo (colaboración).
- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB4, CB5
- **Competencias Específicas:** A2
- **Competencias Transversales:** CT4, CT5

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Sesión magistral	68	42	62%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	22	8	36%
	Debates	30	8	27%
	Trabajos	29	1	3%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Trabajos</i>	30%	50%
<i>Resolución de problemas</i>	5%	15%
<i>Debates</i>	0%	20%
<i>Pruebas de desarrollo</i>	40%	60%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Derecho de la Comunicación

Créditos ECTS, carácter

6 ECTS, *Obligatoria*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 2º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 3º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Derecho de la Comunicación:** OB - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 3º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Derecho de la Comunicación

1. Estado democrático, opinión pública y derechos relativos a la comunicación.
2. Los derechos de la comunicación social en la Constitución española y el Estatuto catalán.
3. El principio de publicidad en la comunicación social de los poderes públicos.
4. El estatuto profesional del comunicador social.
5. La protección de la creación comunicativa.
6. Régimen jurídico de los medios audiovisuales (prensa, radiodifusión, televisión, cinematografía, publicidad, comunicación a través de internet, etc.)
7. Derecho comparado del régimen jurídico de la comunicación social.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce y comprende los principios, derechos y libertades comunicativos.
- Conoce los mecanismos jurídicos de protección de la actividad comunicativa.
- Adquiere capacidad de análisis normativo de los principales sectores de la comunicación.
- Conoce los regímenes jurídicos específicos que afectan al ámbito comunicativo.

Competencias Transversales:

- Profundizar en el autoconocimiento académico, laboral o profesional (autoconocimiento).
- Identificar el propio proceso de aprendizaje (aprendizaje).
- Analizar el entorno laboral o profesional del ámbito de estudio (entorno).
- Diseñar itinerarios académicos y de inserción laboral o profesional (itinerarios).
- Conocer las principales desigualdades y discriminaciones que se producen por razón de género u otros motivos y comprender sus causas (igualdad).
- Identificar los principales problemas ambientales (medio ambiente).
- Reconocer y reflexionar sobre las necesidades y problemáticas sociales e implicarse en la mejora de la comunidad (responsabilidad social como ciudadanos).
- Reconocer los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento, mostrar capacidad crítica y de diálogo, y hacer un uso responsable de las normas que le afectan como miembro de la comunidad universitaria (ética).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB5
- **Competencias Específicas:** A11
- **Competencias Transversales:** CT6, CT7

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Estudios previos	25	5	20%
	Sesión magistral	62	42	68%
PRÁCTICA	Supuestos prácticos / estudio de casos	30	10	33%
	Trabajos	25	1	4%
	Presentaciones / exposiciones	7	1	14%

	Total asignatura	150	60	40%
--	-------------------------	------------	-----------	------------

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	60%
<i>Trabajos</i>	30%	50%
<i>Supuestos prácticos / estudio de casos</i>	20%	40%
<i>Pruebas mixtas</i>	30%	50%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Creatividad Publicitaria

Créditos ECTS, carácter

9 ECTS, *Obligatoria*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: Anual, 9 ECTS

Temporalización: 3º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Creatividad Publicitaria:** OB - 9 ECTS - Anual, 3º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Creatividad Publicitaria

1. El concepto de creatividad. El proceso de creación.
2. El papel de la creatividad en la publicidad. Tendencias de la creatividad publicitaria en España y en el mundo.
3. Características de la creatividad publicitaria.
4. Concepto publicitario y conceptualización.
5. Redacción publicitaria y Dirección de arte.
6. Creatividad publicitaria en televisión.
7. Creatividad publicitaria en prensa.
8. Creatividad publicitaria en radio.
9. Creatividad publicitaria en nuevos medios
10. Campañas publicitarias centradas en la creatividad

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce los fundamentos teóricos de la creatividad aplicada a la publicidad.
- Adquiere y pone en práctica en el ámbito de la publicidad las principales técnicas creativas.
- Desarrolla íntegramente un proyecto de campaña publicitaria desde el punto de vista de la creatividad.

Competencias Transversales:

- Dominar las herramientas destinadas a la gestión de la propia identidad y a las actividades en un entorno digital (ser digital).

- Buscar y obtener información de manera autónoma de acuerdo con criterios de fiabilidad y pertinencia (buscar).
- Organizar la información con herramientas adecuadas, ya sea en línea o presenciales, que permitan el desarrollo de sus actividades académicas (Organizar).
- Elaborar información con las herramientas y formatos adecuados a la situación comunicativa y hacerlo de manera honesta (crear).
- Utilizar las TIC para compartir e intercambiar información (compartir).
- Identificar la situación planteada como un problema en el ámbito de la disciplina y tener motivación para afrontarlo (comprensión).
- Seguir un método sistemático para dividir el problema en partes e identificar sus causas aplicando los conocimientos propios de la disciplina (análisis).
- Diseñar una solución innovadora utilizando los recursos necesarios para afrontar el problema (creatividad).
- Incluir los aspectos concretos de la solución propuesta en un modelo realista (innovación).
- Reflexionar sobre el modelo propuesto y ser capaz de encontrar limitaciones y proponer mejoras (evaluación).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB5
- **Competencias Específicas:** A16
- **Competencias Transversales:** CT2, CT3

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Sesión magistral	43	33	77%
	Lectura de documentación escrita / gráfica elaborada	21	1	5%
PRÁCTICA	Supuestos prácticos / estudio de casos	42	10	24%
	Presentaciones / exposiciones	35	15	43%
	Trabajos	62	22	35%
PROYECTOS	Simulación	21	8	38%
	Total asignatura	225	90	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	40%
<i>Trabajos</i>	30%	60%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	5%	15%
<i>Simulación</i>	0%	20%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia: Técnicas de las Relaciones Públicas	Créditos ECTS, carácter 9 ECTS, <i>Obligatoria</i>
---	--

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: Anual, 9 ECTS

Temporalización: 3º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Técnicas de las Relaciones Públicas:** OB - 9 ECTS - Anual, 3º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Técnicas de las Relaciones Públicas

1. La práctica de las RP
2. La ética y las RP
3. Las investigaciones en RP
4. Las RP Internacionales
5. Las ferias comerciales
6. Congresos y otros tipos de reuniones
7. RP delante de casos de crisis
8. RP y los medios de comunicación
9. Patrocinio, mecenazgo y programas de sponsoring
10. RP, política y gobierno
11. RP, Internet y otras tecnologías interactivas
12. Tácticas escritas, orales y visuales

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce y comprende los conceptos básicos de la actividad profesional de relaciones públicas.
- Adquiere y sabe aplicar las principales técnicas de trabajo en este campo.
- Diseña y redacta correctamente mensajes y documentos de relaciones públicas.

Competencias Transversales:

- Identificar el propio rol dentro del equipo y conocer los objetivos y tareas del grupo (contexto).
- Comunicarse con los miembros del equipo para facilitar la cohesión y el rendimiento del grupo (comunicación).
- Comprometerse con las tareas y con la agenda del grupo (compromiso).

- Colaborar con los miembros del grupo en la resolución de problemas procurando un buen clima de trabajo (colaboración).
- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB4, CB5
- **Competencias Específicas:** A9
- **Competencias Transversales:** CT4, CT5

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	5	5	100%
	Sesión magistral	70	35	50%
PRÁCTICA	Presentaciones / exposiciones	60	20	33%
	Supuestos prácticos / estudio de casos	45	20	44%
	Trabajos	45	10	22%
	Total asignatura	225	90	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	40%
<i>Trabajos</i>	10%	50%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	50%	70%
<i>Pruebas objetivas de tipo test</i>	10%	30%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Técnicas de Márketing y Comunicación

Créditos ECTS, carácter

6 ECTS, *Obligatoria*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 3º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Técnicas de Márketing y Comunicación:** OB - 6 ECTS - 1º cuatrimestre, 3º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Técnicas de Márketing y Comunicación

1. Introducción al concepto de marketing. La empresa como sujeto del márketing
2. El mercado como objeto del márketing
3. El entorno, condicionante del mercado y del márketing
4. Comportamiento del consumidor
5. Sistemas de información de márketing
6. Segmentación y posicionamiento
7. El marketing mix
8. Política de producto
9. Política de precios
10. Política de distribución
11. Política de comunicación
12. El plan de márketing

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce los fundamentos teóricos y conceptuales del márketing.
- Comprende la dimensión práctica y real del márketing
- Asume la total relación que existe entre márketing y comunicación.
- Adquiere los conocimientos necesarios para entender la aplicación del márketing en la futura vida profesional de los estudiantes.

Competencias Transversales:

- Identificar el propio rol dentro del equipo y conocer los objetivos y tareas del grupo (contexto).
- Comunicarse con los miembros del equipo para facilitar la cohesión y el rendimiento del grupo (comunicación).
- Comprometerse con las tareas y con la agenda del grupo (compromiso).

- Colaborar con los miembros del grupo en la resolución de problemas procurando un buen clima de trabajo (colaboración).
- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB4, CB5
- **Competencias Específicas:** A15
- **Competencias Transversales:** CT4, CT5

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	2	2	100%
	Sesión magistral	119	49	41%
	Estudios previos	11	1	9%
PRÁCTICA	Trabajos	12	2	17%
	Supuestos prácticos / estudio de casos	6	6	100%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	40%
<i>Pruebas mixtas</i>	35%	55%
<i>Pruebas prácticas</i>	35%	55%

Datos Básicos de la Materia	
Denominación de la materia: Planificación de Medios	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Obligatoria</i>
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 2º cuatrimestre, 6 ECTS Temporalización: 3º curso	
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	
Asignaturas	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificación de Medios: OB - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 3º curso - Catalán/castellano 	
Contenido de la materia (<i>Descripción temática</i>)	
<p>Planificación de Medios</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la planificación de medios 2. Parámetros básicos de la planificación. Conceptos básicos. 3. Los medios convencionales. Ventajas y desventajas. 4. Los medios no convencionales. Ventajas y desventajas. 5. Estrategia de medios 6. Planificación de medios 7. Compra de medios 8. Sistemática de trabajo y gestión de clientes 9. Campañas de planificación de medios 10. Las fuentes de información convencionales 	
Resultados de aprendizaje	
<p><u>Competencias Específicas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Presenta una visión global y actual de la planificación de Medios. - Analiza las características de los diferentes medios de comunicación, convencionales y no convencionales. - Conoce los diferentes procesos (compra, gestión, contacto con el cliente, etc.) de la estrategia y la planificación de medios - Diseña una campaña completa de planificación de medios. <p><u>Competencias Transversales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar la situación planteada como un problema en el ámbito de la disciplina y tener motivación para afrontarlo (comprensión). - Seguir un método sistemático para dividir el problema en partes e identificar sus causas aplicando los conocimientos propios de la disciplina (análisis). - Diseñar una solución innovadora utilizando los recursos necesarios para afrontar el problema (creatividad). - Incluir los aspectos concretos de la solución propuesta en un modelo realista (innovación). - Reflexionar sobre el modelo propuesto y ser capaz de encontrar limitaciones y proponer mejoras (evaluación). - Identificar el propio rol dentro del equipo y conocer los objetivos y tareas del grupo (contexto). - Comunicarse con los miembros del equipo para facilitar la cohesión y el rendimiento del grupo (comunicación). 	

- Comprometerse con las tareas y con la agenda del grupo (compromiso).
- Colaborar con los miembros del grupo en la resolución de problemas procurando un buen clima de trabajo (colaboración).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB5
- **Competencias Específicas:** A12
- **Competencias Transversales:** CT3, CT4

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	3	1	33%
	Sesión magistral	116	50	43%
	Eventos científicos y divulgativos	10	2	20%
PRÁCTICA	Trabajos	16	2	12%
	Resolución de problemas	5	5	100%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	40%
<i>Trabajos</i>	30%	60%
<i>Resolución de problemas</i>	10%	50%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia: Comunicación e Imagen Corporativa **Créditos ECTS, carácter**
6 ECTS, *Obligatoria*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 3º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Comunicación e Imagen Corporativa:** OB - 6 ECTS – 1º cuatrimestre, 3º curso– Catalán/castellano

A Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Comunicación e Imagen Corporativa

1. Introducción y diferenciación conceptual (identidad, imagen, marca, comunicación).
2. Bases teóricas y funciones de la imagen corporativa.
3. El proceso de formación de la imagen corporativa.
4. Los públicos de las organizaciones. Su definición, identificación y gestión.
5. Principios fundamentales de la identidad corporativa.
6. La gestión estratégica de la identidad corporativa.
7. Modelos teóricos de la comunicación corporativa.
8. La gestión y dirección de comunicación corporativa.
9. Nuevos modelos teórico-prácticos y tendencias en la gestión de la comunicación, identidad e imagen corporativa.
10. Análisis y evaluación de campañas de comunicación e imagen corporativa.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce los conceptos y principios de la Imagen Corporativa.
- Conoce los aspectos ligados a la teoría y a la gestión de la Comunicación Corporativa.
- Analiza y evalúa críticamente campañas de comunicación e imagen corporativa.

Competencias Transversales:

- Identificar la situación planteada como un problema en el ámbito de la disciplina y tener motivación para afrontarlo (comprensión).
- Seguir un método sistemático para dividir el problema en partes e identificar sus causas aplicando los conocimientos propios de la disciplina (análisis).
- Diseñar una solución innovadora utilizando los recursos necesarios para afrontar el problema (creatividad).
- Incluir los aspectos concretos de la solución propuesta en un modelo realista (innovación).
- Reflexionar sobre el modelo propuesto y ser capaz de encontrar limitaciones y proponer mejoras (evaluación).
- Identificar el propio rol dentro del equipo y conocer los objetivos y tareas del grupo (contexto).
- Comunicarse con los miembros del equipo para facilitar la cohesión y el rendimiento del grupo (comunicación).
- Comprometerse con las tareas y con la agenda del grupo (compromiso).
- Colaborar con los miembros del grupo en la resolución de problemas procurando un buen clima de trabajo (colaboración).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB5
- **Competencias Específicas:** A18
- **Competencias Transversales:** CT3, CT4

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	5	4	80%
	Sesión magistral	35	30	86%
PRÁCTICA	Trabajos	76	16	21%
	Resolución de problemas	34	10	29%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	40%
<i>Trabajos</i>	40%	60%
<i>Resolución de problemas</i>	10%	50%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Dirección de Cuentas en Publicidad y Relaciones Públicas

Créditos ECTS, carácter

6 ECTS, *Obligatoria*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 2º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 3º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Dirección de Cuentas en Publicidad y Relaciones Públicas:** OB - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 3º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Dirección de Cuentas en Publicidad y Relaciones Públicas

Bloque A: Dirección de Cuentas en Agencias de Publicidad

1. El departamento de cuentas: estructura, profesionales y tareas
2. El cliente: tipologías y la relación agencia-cliente
3. Las relaciones con otros departamentos de la agencia
4. El briefing: del brief del cliente al brief creativo y de medios
5. La elaboración de propuestas: estrategias y formas
6. Análisis de Casos

Bloque B: Dirección de Cuentas en Agencias de Relaciones Públicas

7. El departamento de cuentas: estructura, profesionales y tareas
8. El cliente: tipologías y la relación agencia-cliente

- 9. Las relaciones con otros departamentos de la agencia
- 10. El briefing: del brief del cliente al brief creativo y de medios
- 11. La elaboración de propuestas: estrategias y formas
- 12. Análisis de Casos

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce el funcionamiento y las dinámicas de trabajo de los departamentos de cuentas, tanto en las agencias de publicidad como de relaciones públicas.
- Aprende los procesos y técnicas necesarias para una correcta gestión de cuentas.
- Practica los métodos de trabajo propios de un departamento de cuentas, tanto en las agencias de publicidad como de relaciones públicas.

Competencias Transversales:

- Dominar las herramientas destinadas a la gestión de la propia identidad y a las actividades en un entorno digital (ser digital).
- Buscar y obtener información de manera autónoma de acuerdo con criterios de fiabilidad y pertinencia (buscar).
- Organizar la información con herramientas adecuadas, ya sea en línea o presenciales, que permitan el desarrollo de sus actividades académicas (Organizar).
- Elaborar información con las herramientas y formatos adecuados a la situación comunicativa y hacerlo de manera honesta (crear).
- Utilizar las TIC para compartir e intercambiar información (compartir).
- Identificar el propio rol dentro del equipo y conocer los objetivos y tareas del grupo (contexto).
- Comunicarse con los miembros del equipo para facilitar la cohesión y el rendimiento del grupo (comunicación).
- Comprometerse con las tareas y con la agenda del grupo (compromiso).
- Colaborar con los miembros del grupo en la resolución de problemas procurando un buen clima de trabajo (colaboración).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB5
- **Competencias Específicas:** A17
- **Competencias Transversales:** CT2, CT4

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	3	3	100%
	Sesión magistral	125	43	34%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	11	7	64%
	Supuestos prácticos / estudio de casos	11	7	64%
Total asignatura		150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	10%	30%
<i>Pruebas objetivas de tipo test</i>	20%	40%
<i>Pruebas prácticas</i>	20%	40%

- *Optativas*

Datos Básicos de la Materia	
Denominación de la materia: Campañas de Comunicación	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Optativa</i>
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS Temporalización: 4º curso	
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	
Asignaturas	
<ul style="list-style-type: none"> Campañas de Comunicación: OP - 6 ECTS - 1º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano 	
Contenido de la materia (<i>Descripción temática</i>)	
Campañas de Comunicación <ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptos básicos de una campaña de comunicación corporativa 2. La investigación de la comunicación para la campaña 3. La planificación de la campaña de comunicación corporativa 4. La implementación de la campaña. 5. Desarrollo de una campaña de comunicación corporativa para una empresa o institución. 	
Resultados de aprendizaje	
<u>Competencias Específicas:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Conoce los aspectos básicos de la gestión de la comunicación corporativa. - Aprende y practica los procesos, técnicas y métodos de trabajo para el desarrollo de 	

una campaña.

- Desarrolla una campaña de comunicación corporativa para una empresa o institución.

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1
- **Competencias Específicas:** A12
- **Competencias Transversales:** --

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Sesión magistral	65	35	54%
PRÁCTICA	Trabajos	44	11	25%
	Presentaciones / exposiciones	20	5	25%
	Resolución de problemas	20	8	40%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	10%	30%
<i>Trabajos</i>	20%	40%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	10%	30%
<i>Resolución de problemas</i>	20%	40%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Comunicación de Crisis y de Riesgo

Créditos ECTS, carácter

6 ECTS, *Optativa*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 4º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Comunicación de Crisis y de Riesgo:** OP - 6 ECTS – 1º cuatrimestre, 4º curso
– Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Comunicación de Crisis y de Riesgo

1. Presentación de la asignatura
2. La comunicación: un activo a gestionar
3. La crisis
4. Gestión de crisis. Comunicación de crisis
5. La sociedad del riesgo.
6. La comunicación de riesgo, oportunidades y participación.
7. La comunicación estratégica, modeladora de comportamientos sociales.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Inicia al alumnado en la problemática, la terminología, las técnicas y las tácticas que se deben aplicar para gestionar una situación de crisis desde el punto de vista comunicativo para minimizar los efectos negativos que puede generar para una empresa, organismo o institución.
- Conoce y sabe aplicar las estrategias comunicativas necesarias para informar a una población de los riesgos que afectan a su seguridad y hacerlos participar en su gestión.

Competencias Transversales:

- Identificar la situación planteada como un problema en el ámbito de la disciplina y tener motivación para afrontarlo (comprensión).
- Seguir un método sistemático para dividir el problema en partes e identificar sus causas aplicando los conocimientos propios de la disciplina (análisis).
- Diseñar una solución innovadora utilizando los recursos necesarios para afrontar el problema (creatividad).
- Incluir los aspectos concretos de la solución propuesta en un modelo realista (innovación).
- Reflexionar sobre el modelo propuesto y ser capaz de encontrar limitaciones y proponer mejoras (evaluación).
- Identificar los principales problemas ambientales (medio ambiente).
- Reconocer y reflexionar sobre las necesidades y problemáticas sociales e implicarse en la mejora de la comunidad (responsabilidad social como ciudadanos).
- Reconocer los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento, mostrar capacidad crítica y de diálogo, y hacer un uso responsable de las normas que le afectan como miembro de la comunidad universitaria (ética).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB5
- **Competencias Específicas:** A13
- **Competencias Transversales:** CT3, CT7

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Sesión magistral	65	35	54%
PRÁCTICA	Trabajos	44	11	25%
	Presentaciones / exposiciones	20	5	25%
	Resolución de problemas	20	8	40%
Total asignatura		150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	20%	40%
<i>Trabajos</i>	20%	40%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	5%	15%
<i>Resolución de problemas</i>	20%	40%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia: Creación y Gestión de Empresas de Comunicación	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Optativa</i>
--	---

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 2º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 4º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Creación y Gestión de Empresas de Comunicación:** OP - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Creación y Gestión de Empresas de Comunicación

1. La empresa de comunicación
2. El sector de la comunicación en la era de la convergencia
3. La gestión de la empresa de comunicación
4. Comercialización y márketing
5. La idea de negocio
6. El plan de empresa
7. El proyecto de empresa I: Definición de negocio. Investigación de mercados
8. El proyecto de empresa II: Márketing y comercialización

9. El proyecto de empresa III: Viabilidad económica-financiera
 10. El proyecto de empresa IV: La forma jurídica
 11. El proyecto de empresa V : constitución

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Adquiere los conocimientos básicos de los conceptos y la metodología de creación y gestión de empresas de comunicación.
- Conoce y entiende la mecánica de funcionamiento del nuevo marco empresarial en la sociedad del conocimiento, el papel de las empresas de comunicación y las nuevas oportunidades de negocio que se pueden derivar.
- Conoce las características específicas de las empresas de comunicación: organización interna, portafolio de productos y servicios, comercialización, acciones de márketing, lgestión financiera.
- Elabora un proyecto de empresa que incluya su plan de negocio: definición, análisis, plan de márketing, plan financiero, recursos humanos...

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1
- **Competencias Específicas:** A5
- **Competencias Transversales:** --

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Sesión magistral	65	35	54%
PRÁCTICA	Trabajos	44	11	25%
	Presentaciones / exposiciones	20	5	25%
	Resolución de problemas	20	8	40%
Total asignatura		150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	20%	40%
<i>Trabajos</i>	30%	50%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	5%	15%

Resolución de problemas	10%	30%
-------------------------	-----	-----

Datos Básicos de la Materia	
Denominación de la materia: Gestión de Contenidos, Propiedad Intelectual y Derechos de Imagen	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Optativa</i>
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS Temporalización: 4º curso	
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	
Asignaturas	
<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de Contenidos, Propiedad Intelectual y Derechos de Imagen: OP - 6 ECTS - 1º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano 	
Contenido de la materia (<i>Descripción temática</i>)	
Gestión de Contenidos, Propiedad Intelectual y Derechos de Imagen <ol style="list-style-type: none"> 1. Derecho de la publicidad 2. Protección de la imagen 3. Tutela de los signos distintivos 4. La propiedad intelectual y su contenido 5. Protección de la obra audiovisual 6. Tutela jurídica de las formas de comunicación 7. La contratación publicitaria 	
Resultados de aprendizaje	
<u>Competencias Específicas:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Busca, selecciona y aplica las herramientas jurídicas necesarias para afrontar los casos planteados. - Da respuesta a un problema planteado aplicando la normativa, la jurisprudencia y la doctrina. 	
<u>Competencias Transversales:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar la situación planteada como un problema en el ámbito de la disciplina y tener motivación para afrontarlo (comprensión). - Seguir un método sistemático para dividir el problema en partes e identificar sus causas aplicando los conocimientos propios de la disciplina (análisis). - Diseñar una solución innovadora utilizando los recursos necesarios para afrontar el problema (creatividad). - Incluir los aspectos concretos de la solución propuesta en un modelo realista (innovación). - Reflexionar sobre el modelo propuesto y ser capaz de encontrar limitaciones y proponer mejoras (evaluación). - Profundizar en el autoconocimiento académico, laboral o profesional (autoconocimiento). - Identificar el propio proceso de aprendizaje (aprendizaje). - Analizar el entorno laboral o profesional del ámbito de estudio (entorno). - Diseñar itinerarios académicos y de inserción laboral o profesional (itinerarios). 	
Requisitos	

-																																	
Observaciones																																	
-																																	
Competencias (indicar las que se evalúan)																																	
<ul style="list-style-type: none"> • Competencias Básicas: CB1, CB2, CB3, CB5 • Competencias Específicas: A11 • Competencias Transversales: CT3, CT6 																																	
Metodologías y actividades formativas																																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Metodología</th> <th>Actividad formativa</th> <th>horas totales</th> <th>horas presenciales</th> <th>% presencialidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">TEORÍA</td> <td>Actividades introductorias</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Sesión magistral</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>PRÁCTICA</td> <td>Prácticas a través de TIC</td> <td>16</td> <td>6</td> <td>37%</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">PROYECTOS</td> <td>Aprendizaje basado en problemas (ABP)</td> <td>87</td> <td>47</td> <td>54%</td> </tr> <tr> <td>Portafolios</td> <td>42</td> <td>2</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Total asignatura</td> <td>150</td> <td>60</td> <td>40%</td> </tr> </tbody> </table>	Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad	TEORÍA	Actividades introductorias	2	2	100%	Sesión magistral	3	3	100%	PRÁCTICA	Prácticas a través de TIC	16	6	37%	PROYECTOS	Aprendizaje basado en problemas (ABP)	87	47	54%	Portafolios	42	2	5%		Total asignatura	150	60	40%
Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad																													
TEORÍA	Actividades introductorias	2	2	100%																													
	Sesión magistral	3	3	100%																													
PRÁCTICA	Prácticas a través de TIC	16	6	37%																													
PROYECTOS	Aprendizaje basado en problemas (ABP)	87	47	54%																													
	Portafolios	42	2	5%																													
	Total asignatura	150	60	40%																													
Sistema de evaluación:																																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistema de evaluación</th> <th>Ponderación mínima</th> <th>Ponderación máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><i>Aprendizaje basado en problemas (ABP)</i></td> <td>40%</td> <td>75%</td> </tr> <tr> <td><i>Portafolios</i></td> <td>30%</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td><i>Prácticas a través de TIC</i></td> <td>0%</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td><i>Pruebas objetivas de tipo test</i></td> <td>0%</td> <td>20%</td> </tr> </tbody> </table>	Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima	<i>Aprendizaje basado en problemas (ABP)</i>	40%	75%	<i>Portafolios</i>	30%	50%	<i>Prácticas a través de TIC</i>	0%	20%	<i>Pruebas objetivas de tipo test</i>	0%	20%																		
Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima																															
<i>Aprendizaje basado en problemas (ABP)</i>	40%	75%																															
<i>Portafolios</i>	30%	50%																															
<i>Prácticas a través de TIC</i>	0%	20%																															
<i>Pruebas objetivas de tipo test</i>	0%	20%																															

Datos Básicos de la Materia	
Denominación de la materia: Diseño y Producción de Publicaciones	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Optativa</i>
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 2º cuatrimestre, 6 ECTS	
Temporalización: 4º curso	
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	
Asignaturas	
<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y Producción de Publicaciones: OP - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano 	

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Diseño y Producción de Publicaciones

1. Definición de conceptos. Función del diseño: la legibilidad. Distribuir, destacar y presentar la información de forma interesante y agradable.
2. Tipología de las publicaciones impresas. Diarios, revistas, boletines, folletos, fanzines, etc.
3. Tipología de los sistemas de impresión. Prensa. máquina plana, rotativa. Tipográfica, offset... Tipo móvil, caja alta y caja baja, linotipia, teja, plancha... CTP
4. El papel y los formatos industriales. Tipos de papeles. Resma y bobina. Formatos DIN. Hojas y páginas... Encuadernación.
5. Introducción a la estructura gráfica de una publicación Espacio informativo, espacio publicitario, espacio blanco. Distribución del espacio sobre la página. Macha y sangre. Lomo y margen. La pauta. El sistema de módulos reticulares. Los recursos identificadores: cabeceras, firmas, destacados, llamadas, espacios fijos... El libro de estilo gráfico.
6. La tipografía. El cícero. Los puntos. El tipómetro. La letra impresa. Familias tipográficas. Composición tipográfica (cuerpo, interletrado, interlineado). Columna, corondel ciego...
7. Las imágenes. Tipología: ilustración, fotografía, infografía. Técnicas de reproducción de la imagen. Pluma, trama, cuatricomía. Lineatura.
8. Las herramientas de trabajo: informática aplicada a la preimpresión. Programario informático de compaginación. Programario de tratamiento de las imágenes (vectorización, píxel). Dpi. Tiff, JPG. Control final de la preimpresión para entregar a imprenta. El PDF (normas regularizadoras).

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce los conceptos básicos del ámbito de la producción de publicaciones impresas.
- Aplica los conocimientos de diseño gráfico necesarios para la elaboración de publicaciones impresas.
- Domina las técnicas y el software específico de compaginación.
- Es capaz de diseñar y producir una publicación impresa compleja.

Competencias Transversales:

- Dominar las herramientas destinadas a la gestión de la propia identidad y a las actividades en un entorno digital (ser digital).
- Buscar y obtener información de manera autónoma de acuerdo con criterios de fiabilidad y pertinencia (buscar).
- Organizar la información con herramientas adecuadas, ya sea en línea o presenciales, que permitan el desarrollo de sus actividades académicas (Organizar).
- Elaborar información con las herramientas y formatos adecuados a la situación comunicativa y hacerlo de manera honesta (crear).
- Utilizar las TIC para compartir e intercambiar información (compartir).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB3
- **Competencias Específicas:** A10
- **Competencias Transversales:** CT2

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Sesión magistral	65	35	54%
PRÁCTICA	Trabajos	44	11	25%
	Presentaciones / exposiciones	20	5	25%
	Resolución de problemas	20	8	40%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	20%	40%
<i>Trabajos</i>	20%	40%
<i>Resolución de problemas</i>	30%	50%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Escritura Creativa

Créditos ECTS, carácter

6 ECTS, *Optativa*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 4º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Escritura Creativa:** OP - 6 ECTS - 1º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Escritura Creativa

1. Del escribir. La lingüística textual: el texto y sus características: adecuación, coherencia, cohesión, corrección.
2. Del leer. Comprender la ideología del discurso. Análisis del género discursivo.
3. De los recursos literarios aplicados a la escritura Escritores-periodistas del siglo XIX al siglo XXI. De Antoni Rovira i Virgili a Quim Monzó. Las figuras retóricas. El punto de vista y la focalización.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Reconoce en un texto dado características que lo configuran como tal en lingüística textual.
- Reconoce en un texto dado elementos que constituyen la ideología del discurso.
- Reconoce recursos literarios que figuran en un texto dado.
- Aplica recursos literarios a la escritura.
- Conoce textos de escritores-periodistas clásicos y actuales en lengua catalana, de Antoni Rovira i Virgili a Quim Mozó.

Competencias Transversales:

- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB4
- **Competencias Específicas:** A4
- **Competencias Transversales:** CT5

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	2	2	100%
	Sesión magistral	3	2	66%
	Eventos científicos y divulgativos	57	26	46%
PRÁCTICA	Trabajos	38	0	0%
	Resolución de problemas	50	30	60%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	40%
<i>Trabajos</i>	30%	50%
<i>Resolución de problemas</i>	10%	40%
<i>Pruebas objetivas de preguntas cortas</i>	20%	40%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia: Expresión Corporal y Comunicación no Verbal	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Optativa</i>
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 2º cuatrimestre, 6 ECTS	
Temporalización: 4º curso	
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	

Asignaturas

- **Expresión Corporal y Comunicación no Verbal:** OP - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)**Expresión Corporal y Comunicación no Verbal**

1. Comunicación no verbal: conceptos básicos y dimensión social
2. Proxémica (pública, social, personal e íntima) y cronémica
3. El tacto y el contacto (aspectos físicos: químico, dérmico y térmico)
4. Cinésica I: gestualidad (categorías del gesto, codificación y diferencias culturales)
5. Cinésica II: expresión facial (la mirada, la sonrisa, el rostro). La máscara
6. Cinésica III: expresión corporal (movimiento, posturas, tensión/relajación muscular, equilibrio)
7. Elementos paralingüísticos: la voz (proyección, tono, intensidad, timbre), la claridad, la velocidad, las pausas, los silencios, el énfasis, la fluidez, la respiración, sonidos emocionales y fisiológicos, vacilaciones, sonidos paraléxicos.
8. Los adaptadores
9. Apariencia personal: el vestuario, el lenguaje de los complementos, la higiene, el estilismo y el color.
10. Urbanidad, conducta protocolaria.

Resultados de aprendizajeCompetencias Específicas:

- Toma conciencia de la importancia de la dimensión no verbal en la eficacia de la comunicación interpersonal y mediada de carácter audiovisual.
- Se familiariza con los conceptos básicos del análisis de la comunicación no verbal.
- Domina las técnicas básicas de autocontrol de los aspectos no verbales del propio discurso.
- Consigue una adecuada correspondencia y sintonía entre las dimensiones verbal y no verbal de la comunicación.

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1
- **Competencias Específicas:** A4
- **Competencias Transversales:** --

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	15	5	33%
	Sesión magistral	50	25	50%
PRÁCTICA	Resolución de problemas	25	5	20%
	Supuestos prácticos / estudio de casos	20	10	50%
	Presentaciones / exposiciones	15	5	33%
PROYECTOS	Simulación	25	10	40%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	20%	50%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	30%	50%
<i>Simulación</i>	0%	20%
<i>Supuestos prácticos / estudio de casos</i>	5%	25%
<i>Pruebas prácticas</i>	5%	25%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Fotografía Documental y Publicitaria

Créditos ECTS, carácter

6 ECTS, *Optativa*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 2º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 4º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía Documental y Publicitaria: OP - 6 ECTS – 2º cuatrimestre, 4º curso – Catalán/castellano
Contenido de la materia (<i>Descripción temática</i>)
<p>Fotografía Documental y Publicitaria</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentación de la asignatura. 2. Fundamentos de la técnica fotográfica. Formación de la imagen. Tipos de cámaras y soportes fotosensibles. Controles para la captura de la imagen. Objetivos y accesorios. Cualidades y características de los diferentes tipos de luz. 3. La singularidad de la fotografía como medio. El punto de vista, la ordenación del espacio, el encuadre y la composición. Los recursos narrativos del fotoperiodismo: la secuencia, la fragmentación dl espacio y la narratividad. 4. La práctica profesional de la fotografía documental y el fotoperiodismo. Tipos de reportajes. La fotografía y el destinatario. 5. Historia de la fotografía documental y publicitaria. Los orígenes de la fotografía documental y del fotoperiodismo. Las revistas gráficas. El reportaje urbano y el fotomontaje. "El instante decisivo" y la "fotografía directa". Las vanguardias. El fotoperiodismo contemporáneo. 6. La fotografía digital. El retoque fotográfico. Introducción a la fotografía digital aplicada la fotografía documental y publicitaria. Criteris periodístics y publicitarios de edición gráfica. El retoque con Adobe Photoshop. 7. La edición gráfica. La edición con Freehand. Relación entre fotografía y texto. 8. La crítica y los debates actuales sobre la fotografía documental y la fotografía creativa.
Resultados de aprendizaje
<p><u>Competencias Específicas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Conoce las posibilidades expresivas, estéticas e informativas de la fotografía aplicada al ámbito periodístico. - Adquiere la terminología y los conceptos pertinentes. - Ejerce con fundamento la crítica de fotografía. - Conoce la historia y la evolución de la fotografía documental y publicitaria. - Se capacita en el uso del equipo fotográfico profesional, en las técnicas y tecnologías de retoque fotográfico de edición fotográfica. - Acerca a los alumnos a la realidad del fotoperiodismo y de la fotografía publicitaria en sus diversas vertientes laborales. <p><u>Competencias Transversales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Dominar las herramientas destinadas a la gestión de la propia identidad y a las actividades en un entorno digital (ser digital). - Buscar y obtener información de manera autónoma de acuerdo con criterios de fiabilidad y pertinencia (buscar). - Organizar la información con herramientas adecuadas, ya sea en línea o presenciales, que permitan el desarrollo de sus actividades académicas (Organizar). - Elaborar información con las herramientas y formatos adecuados a la situación comunicativa y hacerlo de manera honesta (crear). - Utilizar las TIC para compartir e intercambiar información (compartir).
Requisitos
-
Observaciones
-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB3
- **Competencias Específicas:** A6
- **Competencias Transversales:** CT2

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	5	5	100%
	Sesión magistral	57	31	54%
PRÁCTICA	Prácticas a través de TIC	70	10	14%
PROYECTOS	Prácticas en laboratorios	18	14	78%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	20%	40%
<i>Pruebas prácticas</i>	50%	70%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Gestión de Eventos y Protocolo

Créditos ECTS, carácter6 ECTS, *Optativa***Unidad temporal y ECTS por unidad temporal:** 1º cuatrimestre, 6 ECTS**Temporalización:** 4º curso**Lenguas en las que se imparte:** catalán/castellano

Asignaturas

- **Gestión de Eventos y Protocolo:** OP - 6 ECTS - 1º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Gestión de Eventos y Protocolo

1. Conceptos fundamentales de la gestión de eventos y del protocolo.
2. El proceso de gestión de un evento: creación, planificación y desarrollo del mismo.
3. La aplicación del protocolo a los eventos y actividades empresariales e institucionales.
4. Análisis de casos.
5. Desarrollo de un evento para una empresa o institución.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce los fundamentos conceptuales de la gestión de eventos y del protocolo.
- Aprende los procesos y métodos de trabajo para el desarrollo de un evento y practicar las técnicas del protocolo para el mismo.
- Desarrolla un evento completo para una empresa o institución

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1
- **Competencias Específicas:** A17
- **Competencias Transversales:** --

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	2	2	100%
	Sesión magistral	28	28	100%
PRÁCTICA	Presentaciones / exposiciones	60	20	33%
	Trabajos	60	10	17%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	30%
<i>Trabajos</i>	20%	60%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	10%	40%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Identidad Visual

Créditos ECTS, carácter

6 ECTS, *Optativa*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 4º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Identidad Visual:** OP - 6 ECTS – 1º cuatrimestre, 4º curso – Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Identidad Visual

1. De la imagen corporativa a la identidad visual: conceptos básicos
2. Los elementos de la identidad visual: símbolo, logotipo y colores corporativos.
3. La aplicación de la identidad visual a los diferentes soportes de comunicación.
4. Análisis y evaluación de casos prácticos.
5. Desarrollo de la identidad visual para una empresa o institución.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Identifica los elementos centrales de la creación de la Identidad visual.
- Aprende las técnicas y métodos de trabajo para el diseño de la identidad visual.
- Desarrolla la identidad visual para una empresa o institución.

Competencias Transversales:

- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).
- Conocer las principales desigualdades y discriminaciones que se producen por razón de género u otros motivos y comprender sus causas (igualdad).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB3, CB4
- **Competencias Específicas:** A18
- **Competencias Transversales:** CT5, CT7

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Sesión magistral	65	35	54%
PRÁCTICA	Trabajos	44	11	25%
	Presentaciones / exposiciones	20	5	25%
	Resolución de problemas	20	8	40%
Total asignatura		150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	10%	30%
<i>Trabajos</i>	20%	40%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	10%	30%
<i>Resolución de problemas</i>	20%	40%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia: Globalización, Cultura y Sociedad	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Optativa</i>
---	---

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 4º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Globalización, Cultura y Sociedad:** OP - 6 ECTS – 1º cuatrimestre, 4º curso – Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Globalización, Cultura y Sociedad

1. Introducción. Modernidad y postmodernidad. Principales enfoques teóricos. Globalización, glocalización, transnacionalismo, cosmopolitismo.
2. La globalización económica. Principales actores económicos de la globalización: FMI, BM, OMC. El papel de las empresas transnacionales. El coste socioambiental del impacto humano: propuestas y alternativas.
3. La gobernanza de la globalización. Tendencias políticas en un mundo global: nuevos actores, nuevos equilibrios. De Seattle a Porto Alegre: contracumbres y foros sociales. La violencia global: el nuevo orden mundial y el terrorismo internacional. Nuevas formaciones sociales: las pertinencias transnacionales y la

redefinición de las fronteras.

4. La globalización y los cambios sociales. Perdiendo el control? los retos de la movilidad humana. Las sociedades multiculturales como resultado de la globalización. Entre global y local: la ciudad como eje de la globalización. La transformación de las relaciones espaciotemporales: el rol de las TIC.
5. Cultura y procesos globales. Industrias culturales y globalización. Acontecimientos locales, noticias globales: los medios de comunicación en la era global. Diásporas y pertinencias: el desarrollo de identidades globales. La dimensión transnacional de las religiones. ¿Hacia una cultura global?

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Adquiere la capacidad de analizar las dinámicas sociales, económicas, políticas y culturales de nuestra sociedad.
- Se introduce en los conceptos sociológicos para explicar la realidad social.

Competencias Transversales:

- Utilizar información en lengua extranjera de una manera eficaz.
- Conocer las principales desigualdades y discriminaciones que se producen por razón de género u otros motivos y comprender sus causas (igualdad).
- Identificar los principales problemas ambientales (medio ambiente).
- Reconocer y reflexionar sobre las necesidades y problemáticas sociales e implicarse en la mejora de la comunidad (responsabilidad social como ciudadanos).
- Reconocer los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento, mostrar capacidad crítica y de diálogo, y hacer un uso responsable de las normas que le afectan como miembro de la comunidad universitaria (ética).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB3
- **Competencias Específicas:** A1
- **Competencias Transversales:** CT1, CT7

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Sesión magistral	87	38	44%
PRÁCTICA	Trabajos	44	11	25%
	Presentaciones / exposiciones	18	10	55%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	50%
<i>Trabajos</i>	30%	50%
<i>Pruebas mixtas</i>	20%	40%
<i>Pruebas prácticas</i>	20%	40%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Investigación de Mercados

Créditos ECTS, carácter6 ECTS, *Optativa***Unidad temporal y ECTS por unidad temporal:** 2º cuatrimestre, 6 ECTS**Temporalización:** 4º curso**Lenguas en las que se imparte:** catalán/castellano

Asignaturas

- **Investigación de Mercados:** OP - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Investigación de Mercados

1. Márqueting, comunicación e investigación
2. Aspectos fundamentales de la investigación comercial
3. Investigación cualitativa
4. Investigación cuantitativa
5. Investigación de mercados aplicada a la comunicación (Publicidad y RP)

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce los procedimientos y los instrumentos para la investigación relacionada con el márketing y la comunicación.
- Obtiene una visión general del proceso de investigación de márketing.
- Sabe obtener, de la fuente de información más adecuada en cada caso, la información que se necesite.

Competencias Transversales:

- Dominar las herramientas destinadas a la gestión de la propia identidad y a las actividades en un entorno digital (ser digital).
- Buscar y obtener información de manera autónoma de acuerdo con criterios de fiabilidad y pertinencia (buscar).
- Organizar la información con herramientas adecuadas, ya sea en línea o presenciales, que permitan el desarrollo de sus actividades académicas (Organizar).
- Elaborar información con las herramientas y formatos adecuados a la situación comunicativa y hacerlo de manera honesta (crear).
- Utilizar las TIC para compartir e intercambiar información (compartir).
- Identificar el propio rol dentro del equipo y conocer los objetivos y tareas del grupo (contexto).

- Comunicarse con los miembros del equipo para facilitar la cohesión y el rendimiento del grupo (comunicación).
- Comprometerse con las tareas y con la agenda del grupo (compromiso).
- Colaborar con los miembros del grupo en la resolución de problemas procurando un buen clima de trabajo (colaboración).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB5
- **Competencias Específicas:** A14
- **Competencias Transversales:** CT2, CT4

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	2	2	100%
	Sesión magistral	26	18	69%
PRÁCTICA	Prácticas a través de TIC	24	12	50%
	Supuestos prácticos / estudio de casos	22	12	54%
	Presentaciones / exposiciones	12	4	33%
PROYECTOS	Aprendizaje basado en problemas (ABP)	64	12	19%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	20%	40%
<i>Prácticas a través de TIC</i>	0%	20%
<i>Supuestos prácticos / estudio de casos</i>	5%	25%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	0%	20%
<i>Aprendizaje basado en problemas (ABP)</i>	40%	60%

Datos Básicos de la Materia				
Denominación de la materia: Márketing Directo e Interactivo		Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Optativa</i>		
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 2º cuatrimestre, 6 ECTS Temporalización: 4º curso				
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano				
Asignaturas				
<ul style="list-style-type: none"> • Márketing Directo e Interactivo: OP - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano 				
Contenido de la materia (<i>Descripción temática</i>)				
Márketing Directo e Interactivo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptos fundamentales del marketing directo e interactivo. 2. La creatividad en marketing directo e interactivo. 3. La gestión de la base de datos de comunicación. 4. Análisis de casos. 5. Desarrollo de una campaña de marketing directo e interactivo. 				
Resultados de aprendizaje				
<u>Competencias Específicas:</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Conoce los fundamentos conceptuales del marketing directo e interactivo. - Aprende y practica los procesos, técnicas y métodos de trabajo para el desarrollo creativo y la gestión de las acciones de marketing directo e interactivo. - Desarrolla una campaña de marketing directo e interactivo. 				
<u>Competencias Transversales:</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Identificar el propio rol dentro del equipo y conocer los objetivos y tareas del grupo (contexto). - Comunicarse con los miembros del equipo para facilitar la cohesión y el rendimiento del grupo (comunicación). - Comprometerse con las tareas y con la agenda del grupo (compromiso). - Colaborar con los miembros del grupo en la resolución de problemas procurando un buen clima de trabajo (colaboración). 				
Requisitos				
-				
Observaciones				
-				
Competencias (indicar las que se evalúan)				
<ul style="list-style-type: none"> • Competencias Básicas: CB1, CB2, CB3, CB5 • Competencias Específicas: A15 • Competencias Transversales: CT4 				
Metodologías y actividades formativas				
Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	6	6	100%

	Sesión magistral	112	47	42%
PRÁCTICA	Trabajos	22	2	9%
	Supuestos prácticos / estudio de casos	10	5	50%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	30%
<i>Trabajos</i>	20%	40%
<i>Pruebas objetivas de tipo test</i>	30%	50%
<i>Supuestos prácticos / estudio de casos</i>	0%	20%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia: Patrocinio y Mecenazgo	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Optativa</i>
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS	
Temporalización: 4º curso	
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	

Asignaturas

- **Patrocinio y Mecenazgo:** OP - 6 ECTS - 1º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Patrocinio y Mecenazgo

1. Conceptos básicos del patrocinio y el mecenazgo.
2. El patrocinio y el mecenazgo como fuentes de financiación.
3. Rentabilización del patrocinio y el mecenazgo por parte de las empresas.
4. El patrocinio deportivo.
5. El patrocinio y el mecenazgo en el ámbito humanitario, social y cultural. Aspectos diferenciales de las organizaciones de carácter no lucrativo.
6. Las fundaciones
7. La fiscalidad del patrocinio y el mecenazgo.
8. Responsabilidad Social Corporativa: actualidad y legislación.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce los conceptos básicos del patrocinio y del mecenazgo como alternativa a la publicidad tradicional.
- Domina las principales técnicas de planificación y gestión de patrocinio y mecenazgo.

- Es capaz de elaborar un plan de patrocinio o de mecenazgo.

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1
- **Competencias Específicas:** A12, A18
- **Competencias Transversales:** --

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	2	2	100%
	Sesión magistral	62	30	48%
PRÁCTICA	Supuestos prácticos / estudio de casos	60	22	37%
PROYECTOS	Salidas de campo	26	6	23%
Total asignatura		150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	50%
<i>Supuestos prácticos / estudio de casos</i>	20%	40%
<i>Salidas de campo</i>	0%	20%
<i>Pruebas prácticas</i>	40%	60%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:

Relaciones con los Medios

Créditos ECTS, carácter

6 ECTS, *Optativa*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 2º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 4º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Relaciones con los Medios:** OP - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Relaciones con los Medios

1. Aspectos centrales de la relación entre periodistas y organizaciones
2. Las técnicas de relación con los medios de comunicación: notas de prensa, ruedas de prensa, entrevistas, etc.
3. La relación con los medios de comunicación en situaciones de crisis.
4. Análisis y evaluación de casos prácticos.
5. Desarrollo de un plan de relaciones con los medios de comunicación para una empresa o institución.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Conoce los aspectos centrales de la relación entre periodistas y organizaciones.
- Aprende las técnicas y métodos de trabajo para el desarrollo de una adecuada relación con los medios de comunicación.
- Desarrolla un plan de relación con los medios de comunicación para una empresa o institución.

Competencias Transversales:

- Profundizar en el autoconocimiento académico, laboral o profesional (autoconocimiento).
- Identificar el propio proceso de aprendizaje (aprendizaje).
- Analizar el entorno laboral o profesional del ámbito de estudio (entorno).
- Diseñar itinerarios académicos y de inserción laboral o profesional (itinerarios).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB5
- **Competencias Específicas:** A13
- **Competencias Transversales:** CT6

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Sesión magistral	80	33	41%
PRÁCTICA	Supuestos prácticos / estudio de casos	35	20	57%
	Presentaciones / exposiciones	15	2	13%
	Trabajos	19	4	21%

	Total asignatura	150	60	40%
--	-------------------------	------------	-----------	------------

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	30%
<i>Trabajos</i>	20%	40%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	10%	30%
<i>Resolución de problemas</i>	20%	40%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia: Programación y Lenguajes Multimedia	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Optativa</i>
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 2º cuatrimestre, 6 ECTS	
Temporalización: 4º curso	
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	

Asignaturas

- Programación y Lenguajes Multimedia: OP - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Programación y Lenguajes Multimedia

- Análisis de aplicaciones y módulos de desarrollo de entornos participativos
- Diagramación y desarrollo de distintos tipos de webs
- Introducción a la programación orientada a objetos
- Diseño de estructuras y bases de datos.
- Uso y optimización de librerías, módulos, aplicaciones y otros recursos para entornos web avanzados o 2.0

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Identifica los diferentes lenguajes de programación y sus diversas aplicaciones en entornos multimedia.
- Genera espacios web dinámicos a nivel básico.
- Desarrolla y gestiona de aplicaciones multimedia participativas y interactivas a nivel básico.
- Reconoce las diferentes relaciones entre diseñador, creador y programador en la producción de aplicaciones multimedia.

Competencias Transversales:

- Dominar las herramientas destinadas a la gestión de la propia identidad y a las actividades en un entorno digital (ser digital).
- Buscar y obtener información de manera autónoma de acuerdo con criterios de fiabilidad y pertinencia (buscar).
- Organizar la información con herramientas adecuadas, ya sea en línea o

- presenciales, que permitan el desarrollo de sus actividades académicas (Organizar).
- Elaborar información con las herramientas y formatos adecuados a la situación comunicativa y hacerlo de manera honesta (crear).
 - Utilizar las TIC para compartir e intercambiar información (compartir).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB3
- **Competencias Específicas:** A14
- **Competencias Transversales:** CT2

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	1	1	100%
	Sesión magistral	65	35	54%
PRÁCTICA	Trabajos	44	11	25%
	Presentaciones / exposiciones	20	5	25%
	Resolución de problemas	20	8	40%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Trabajos</i>	15%	35%
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	15%	35%
<i>Resolución de problemas</i>	15%	35%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia:
Género y Comunicación

Créditos ECTS, carácter
6 ECTS, *Optativa*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 2º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 4º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Género y Comunicación:** OP - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Género y Comunicación

1. Clarificación conceptual.
2. Construcción y manifestación del género.
3. Mediatización del género y la sexualidad.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Es capaz de analizar de forma crítica las representaciones de género en los medios de comunicación.
- Alcanza una sensibilidad por las cuestiones de igualdad de género.

Competencias Transversales:

- Profundizar en el autoconocimiento académico, laboral o profesional (autoconocimiento).
- Identificar el propio proceso de aprendizaje (aprendizaje).
- Analizar el entorno laboral o profesional del ámbito de estudio (entorno).
- Diseñar itinerarios académicos y de inserción laboral o profesional (itinerarios).
- Conocer las principales desigualdades y discriminaciones que se producen por razón de género u otros motivos y comprender sus causas (igualdad).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB5
- **Competencias Específicas:** A2
- **Competencias Transversales:** CT6, CT7

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	5	5	100%
	Sesión magistral	116	26	22%
PRÁCTICA	Supuestos prácticos / estudio de casos	15	15	100%
	Presentaciones / exposiciones	14	14	100%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Pruebas de desarrollo	30%	50%
Pruebas prácticas	50%	70%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia: Comunicación política	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Optativa</i>
---	---

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 2º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 4º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Comunicación Política:** OP - 6 ECTS - 2º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Comunicación Política

1. ¿Qué es la comunicación política? Orígenes de la Comunicación Política. Definición de sus rasgos fundamentales. Delimitación como objeto de estudio.
2. La comunicación política en campaña electoral. Análisis de la centralidad de los procesos persuasivos durante el momento clave que supone en las sociedades democráticas de las campañas electorales. Los spin doctors.
3. La comunicación institucional. Los partidos políticos como fuentes y protagonistas de la información. Relaciones entre sistema político y sistema mediático: los gabinetes de comunicación.,
4. Los medios de comunicación de masas como actores políticos. El papel que juegan los medios de comunicación de masas en los procesos de comunicación política. Los escándalos políticos.
5. Los ciudadanos. EL conocimiento de los ciudadanos como elemento central de los procesos persuasivos. El papel de la opinión pública en los procesos de la comunicación política. Las influencias de la comunicación política sobre los ciudadanos.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Adquiere herramientas de interpretación de la vida política y jurídica.
- Conoce los sistemas de organización política.
- Conoce el proceso de configuración del Estado constitucional.

Competencias Transversales:

- Identificar la situación planteada como un problema en el ámbito de la disciplina y tener motivación para afrontarlo (comprensión).
- Seguir un método sistemático para dividir el problema en partes e identificar sus causas aplicando los conocimientos propios de la disciplina (análisis).
- Diseñar una solución innovadora utilizando los recursos necesarios para afrontar el problema (creatividad).
- Incluir los aspectos concretos de la solución propuesta en un modelo realista (innovación).

- Reflexionar sobre el modelo propuesto y ser capaz de encontrar limitaciones y proponer mejoras (evaluación).
- Conocer las principales desigualdades y discriminaciones que se producen por razón de género u otros motivos y comprender sus causas (igualdad).
- Identificar los principales problemas ambientales (medio ambiente).
- Reconocer y reflexionar sobre las necesidades y problemáticas sociales e implicarse en la mejora de la comunidad (responsabilidad social como ciudadanos).
- Reconocer los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento, mostrar capacidad crítica y de diálogo, y hacer un uso responsable de las normas que le afectan como miembro de la comunidad universitaria (ética).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB5
- **Competencias Específicas:** A1
- **Competencias Transversales:** CT3, CT7

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	2	2	100%
	Sesión magistral	40	40	100%
PRÁCTICA	Supuestos prácticos / estudio de casos	40	10	25%
	Debates	28	8	28%
	Trabajos	40	0	0%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Trabajos</i>	30%	50%
<i>Supuestos prácticos / estudio de casos</i>	30%	50%
<i>Debates</i>	0%	20%

Datos Básicos de la Materia	
Denominación de la materia: Producción de Proyectos Multimedia	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Optativa</i>
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS Temporalización: 4º curso	
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	
Asignaturas	
<ul style="list-style-type: none"> • Producción de Proyectos Multimedia: OP - 6 ECTS - 1º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano 	
Contenido de la materia (<i>Descripción temática</i>)	
<p>Producción de Proyectos Multimedia</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la producción multimedia. 2. Lenguaje multimedia. 3. Diseño de la información multimedia. 4. Diseño de la interfaz multimedia. 5. Diseño de la interactividad. 6. Tecnología multimedia. 7. Etapas de la producción multimedia. 8. Productos multimedia. 9. La industria multimedia digital. 10. Taller de producción de proyectos multimedia I. 11. Taller de producción de proyectos multimedia II. 12. Taller de producción de proyectos multimedia III. 13. Proyecto final. 	
Resultados de aprendizaje	
<p><u>Competencias Específicas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Conoce los conceptos físicos que conforman la naturaleza del sonido y de la imagen. - Conoce e identifica los diferentes sistemas y formatos de captación, grabación, edición y tratamiento de imagen y sonido. - Conoce y se interesa por la evolución tecnológica del mundo audiovisual y de Internet. - Participa y colabora del trabajo en equipo. - Conoce el funcionamiento de los equipamientos necesarios para poder realizar un producto audiovisual aplicado a la publicidad ya las relaciones públicas. - Construye productos visuales y sonoros, independientemente de su género. - Adquiere hábitos de trabajo colaborativo de simulación profesional en el que se valore tanto el proceso como el resultado final. - Adquiere las bases del lenguaje audiovisual en materia de espacio visual, planificación y espacio sonoro, composición, montaje y utilización retórica. - Conoce las posibilidades expresivas, estéticas e informativas de la fotografía aplicada al ámbito periodístico. - Produce textos y discursos audiovisuales publicitarios y de relaciones públicas persuasivos. - Conoce y sabe aplicar los fundamentos de la composición visual en trabajos de diseño gráfico y multimedia. - Conoce y sabe aplicar los fundamentos de cromatismo aplicados al diseño gráfico o multimedia. 	

- Conoce y sabe utilizar el software de creación de grafismo para soporte físico y bidimensional o para multimedia.
- Conoce y sabe aplicar las técnicas y los criterios de producción y diseño de aplicaciones interactivas multimedia.

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1
- **Competencias Específicas:** A3, A6, A10
- **Competencias Transversales:** --

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	4	2	50%
	Sesión magistral	52	24	46%
PRÁCTICA	Seminarios	8	4	50%
	Resolución de problemas	16	4	25%
	Supuestos prácticos / estudio de casos	16	8	50%
	Prácticas a través de TIC	14	2	14%
	Trabajos	16	4	25%
PROYECTOS	Prácticas en laboratorios	24	12	50%
	Total asignatura	150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	20%	40%
<i>Trabajos</i>	20%	40%
<i>Prácticas en laboratorios</i>	20%	40%
<i>Pruebas prácticas</i>	10%	30%

Datos Básicos de la Materia	
Denominación de la materia: Márketing y Comunicación Empresarial	Créditos ECTS, carácter 6 ECTS, <i>Optativa</i>
Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 1º cuatrimestre, 6 ECTS Temporalización: 4º curso	
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	
Asignaturas	
<ul style="list-style-type: none"> • Marketing y Comunicación Empresarial: OP - 6 ECTS - 1º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano 	
Contenido de la materia (<i>Descripción temática</i>)	
<p>Producción de Proyectos Multimedia</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La animación en el punto de venta. 2. Las promociones. 3. Escaparatismo. 4. Introducción al merchadising. 5. El punto de venta. 6. Gestión del lineal. 7. La comunicación empresarial en situaciones de crisis. 8. Introducción a las estrategias de comunicación de crisis. 9. Medios de comunicación: cómplices o enemigos. 10. Intervenciones simuladas para aprender a gestionar el miedo escènico a mejorar los mensajes y a ajustar las estrategias a los objetivos deseados. 	
Resultados de aprendizaje	
<p><u>Competencias Específicas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Conoce el funcionamiento de una empresa de publicidad y relaciones públicas. - Conoce cómo se planifica la comunicación publicitaria en las empresas y las instituciones mediante el desarrollo de los diversos aspectos y pasos que conlleva la realización de una campaña publicitaria. - Adquiere una visión global de las relaciones públicas, introduciéndose en sus conceptos clave, su terminología específica, sus elementos distintivos y sus principales técnicas. - Adquiere una perspectiva general de la práctica de las relaciones públicas (actores principales, departamentos y agencias, funciones y estructuras), así como de las características y particularidades de los profesionales de las relaciones públicas. - Conoce y comprende los conceptos básicos de la actividad profesional de relaciones públicas. - Sabe planificar la comunicación estratégico a empresas e instituciones. - Conoce los fundamentos teóricos y conceptuales del marketing. - Comprende la dimensión práctica y real del marketing. - Asume la total relación que existe entre marketing y comunicación. - Adquiere los conocimientos necesarios para atender la aplicación del marketing en la futura vida profesional de los estudiantes. - Conoce los fundamentos conceptuales del marketing directo e interactivo. - Aprende y practica los procesos, técnicas y métodos de trabajo para el desarrollo creativo y la gestión de las acciones de marketing directo e interactivo. - Crea textos y discursos publicitarios de diferentes géneros que se adapten a los objetivos comunicativos de las empresas e instituciones. 	

Competencias Transversales:

- Utilizar información en lengua extranjera de una manera eficaz.
- Identificar la situación planteada como un problema en el ámbito de la disciplina y tener motivación para afrontarlo (comprensión).
- Seguir un método sistemático para dividir el problema en partes e identificar sus causas aplicando los conocimientos propios de la disciplina (análisis).
- Diseñar una solución innovadora utilizando los recursos necesarios para afrontar el problema (creatividad).
- Incluir los aspectos concretos de la solución propuesta en un modelo realista (innovación).
- Reflexionar sobre el modelo propuesto y ser capaz de encontrar limitaciones y proponer mejoras (evaluación).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB5
- **Competencias Específicas:** A5, A9, A12, A15, A16
- **Competencias Transversales:** CT1, CT3

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	4	4	100%
	Sesión magistral	111	46	41%
PRÁCTICA	Supuestos prácticos / estudio de casos	35	10	28%
Total asignatura		150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Pruebas de desarrollo</i>	0%	20%
<i>Supuestos prácticos / estudio de casos</i>	30%	50%
<i>Pruebas prácticas</i>	30%	50%

Datos Básicos de la Materia**Denominación de la materia:**

Taller de Radio

Créditos ECTS, carácter6 ECTS, *Optativa*

Unidad temporal y ECTS por unidad temporal: 2º cuatrimestre, 6 ECTS

Temporalización: 4º curso

Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano

Asignaturas

- **Taller de ràdio:** OP - 6 ECTS – 2º cuatrimestre, 4º curso - Catalán/castellano

Contenido de la materia (*Descripción temática*)

Producción de Proyectos Multimedia

1. El lenguaje de la radio.
2. Radioarte.
3. Discurso Radiofónico.
4. Dramatitzación.
5. El documental sonoro.

Resultados de aprendizaje

Competencias Específicas:

- Trabaja una visión crítica de los conceptos explicativos de la realidad social y los enmarca en su proceso de construcción social.
- Es capaz de analizar críticamente, desde el punto de vista de la historia de las corrientes estéticas, cualquier producto comunicativo de masas.
- Adquiere la capacidad de analizar las dinámicas sociales, económicas, políticas y culturales de nuestra Sociedad.
- Conoce e identifica los diferentes sistemas y formatos de captación, grabación, edición y tratamiento de imagen y sonido.
- Se capacita en las posibilidades expresivas tanto de la imagen como del sonido.
- Toma conciencia de la importancia de una buena expresión oral y escrita para el desarrollo profesional y personal.
- Reconoce las características básicas de la oralidad y sus funciones.
- Conoce las características y los elementos condicionantes de los textos orales, especialmente los de los medios audiovisuales.
- Identifica y corrige los problemas de expresión oral más comunes.
- Domina las técnicas básicas de la locución para radio y televisión.
- Conoce y sabe aplicar el concepto de actualidad periodística y de noticiabilidad.

Competencias Transversales:

- Identificar la situación planteada como un problema en el ámbito de la disciplina y tener motivación para afrontarlo (comprensión).
- Seguir un método sistemático para dividir el problema en partes e identificar sus causas aplicando los conocimientos propios de la disciplina (análisis).
- Diseñar una solución innovadora utilizando los recursos necesarios para afrontar el problema (creatividad).
- Incluir los aspectos concretos de la solución propuesta en un modelo realista (innovación).
- Reflexionar sobre el modelo propuesto y ser capaz de encontrar limitaciones y proponer mejoras (evaluación).
- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación

- comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
 - Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
 - Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

Requisitos

-

Observaciones

-

Competencias (indicar las que se evalúan)

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB4, CB5
- **Competencias Específicas:** A1, A3, A4, A7
- **Competencias Transversales:** CT3, CT5

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TEORÍA	Actividades introductorias	8	4	50%
	Sesión magistral	20	12	60%
PRÁCTICA	Presentaciones / exposiciones	24	12	50%
	Trabajos	36	16	44%
	Debates	8	4	50%
	Prácticas a través de TIC	18	6	33%
PROYECTOS	Prácticas en laboratorios	36	6	17%
Total asignatura		150	60	40%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Presentaciones / exposiciones</i>	0%	20%
<i>Trabajos</i>	15%	35%
<i>Prácticas en laboratorios</i>	25%	45%
<i>Debates</i>	5%	15%
<i>Prácticas a través de TIC</i>	5%	15%

Tabla para las prácticas externas y trabajo de fin de grado

Datos Básicos de la Materia	
Denominación de la materia: PRÁCTICAS EXTERNAS	Créditos ECTS, carácter 12 ECTS, <i>Obligatoria</i>
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	
Unidad temporal: <i>Anual</i> 4º curso	
Asignaturas	
<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas Externas: 12 ECTS - obligatorio - anual - 4º curso - Catalán/castellano 	
Contenido de la materia (<i>Descripción temática</i>)	
<p>La asignatura permite el desarrollo de la práctica profesional de la comunicación audiovisual en sus diversas vertientes. Además el alumno se introduce en la dinámica empresarial o institucional, descubriendo el funcionamiento interno de la producción, la realización y la difusión de productos audiovisuales y multimedia (programas de radio y de televisión, películas y cortometrajes, documentales, aplicaciones interactivas, videojuegos...)</p>	
Resultados de aprendizaje	
<p><u>Competencias Específicas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Conoce el funcionamiento de una empresa de comunicación audiovisual - Es capaz de integrarse en las rutinas laborales de las empresas de comunicación audiovisual - Se adapta a las actividades de las empresas de comunicación audiovisual, a su marco legal, a su financiación y a su posición en el sistema mediático - Trabaja respetando los derechos fundamentales que se derivan de las profesiones comunicativas <p><u>Competencias Transversales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizar información en lengua extranjera de una manera eficaz. - Dominar las herramientas destinadas a la gestión de la propia identidad y a las actividades en un entorno digital (ser digital). - Buscar y obtener información de manera autónoma de acuerdo con criterios de fiabilidad y pertinencia (buscar). - Organizar la información con herramientas adecuadas, ya sea en línea o presenciales, que permitan el desarrollo de sus actividades académicas (Organizar). - Elaborar información con las herramientas y formatos adecuados a la situación comunicativa y hacerlo de manera honesta (crear). - Utilizar las TIC para compartir e intercambiar información (compartir). - Identificar la situación planteada como un problema en el ámbito de la disciplina y tener motivación para afrontarlo (comprensión). - Seguir un método sistemático para dividir el problema en partes e identificar sus causas aplicando los conocimientos propios de la disciplina (análisis). - Diseñar una solución innovadora utilizando los recursos necesarios para afrontar el problema (creatividad). - Incluir los aspectos concretos de la solución propuesta en un modelo realista (innovación). 	

- Reflexionar sobre el modelo propuesto y ser capaz de encontrar limitaciones y proponer mejoras (evaluación).
- Identificar el propio rol dentro del equipo y conocer los objetivos y tareas del grupo (contexto).
- Comunicarse con los miembros del equipo para facilitar la cohesión y el rendimiento del grupo (comunicación).
- Comprometerse con las tareas y con la agenda del grupo (compromiso).
- Colaborar con los miembros del grupo en la resolución de problemas procurando un buen clima de trabajo (colaboración).
- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).
- Profundizar en el autoconocimiento académico, laboral o profesional (autoconocimiento).
- Identificar el propio proceso de aprendizaje (aprendizaje).
- Analizar el entorno laboral o profesional del ámbito de estudio (entorno).
- Diseñar itinerarios académicos y de inserción laboral o profesional (itinerarios).
- Conocer las principales desigualdades y discriminaciones que se producen por razón de género u otros motivos y comprender sus causas (igualdad).
- Identificar los principales problemas ambientales (medio ambiente).
- Reconocer y reflexionar sobre las necesidades y problemáticas sociales e implicarse en la mejora de la comunidad (responsabilidad social como ciudadanos).
- Reconocer los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento, mostrar capacidad crítica y de diálogo, y hacer un uso responsable de las normas que le afectan como miembro de la comunidad universitaria (ética).

Requisitos

Los estudiantes solamente podrán matricular asignaturas de la materia Prácticas Externas si previamente han superado el 50% de los créditos del plan de estudios.

Observaciones

Existe una normativa URV y una normativa de centro respecto a las Prácticas Externas.

Competencias

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB4, CB5
- **Competencias Específicas:** A5, A7, A8, A11
- **Competencias Transversales:** CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
PRÁCTICAS EXTERNAS	Selección / asignación del lugar de Prácticas Externas	2	0	0%
	Mecanismos de coordinación y seguimiento de Prácticas Externas	1	1	100%
	Estancia de prácticas	295	2,5	1%
	Memoria de las Prácticas Externas	2	0	0%
	Total asignatura	300	3,5	1%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Memoria de las Prácticas Externas</i>	10%	30%
<i>Estancia de prácticas</i>	65%	85%
<i>Mecanismos de coordinación y seguimiento de Prácticas Externas</i>	0%	20%

Datos Básicos de la Materia

Denominación de la materia: TRABAJO DE FIN DE GRADO	Créditos ECTS, carácter 12 ECTS, Obligatoria
Lenguas en las que se imparte: catalán/castellano	
Unidad temporal: <i>Anual</i> 4º curso	
Asignaturas	
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo de Fin de Grado: 12 ECTS - obligatorio - anual - 4º curso - Catalán/castellano 	
Contenido de la materia (<i>Descripción temática</i>)	
Con el trabajo de fin de grado el alumno debe demostrar haber conseguido las habilidades conducentes a la elaboración, presentación y defensa de un trabajo de investigación o de recopilación, a partir de material original o inédito en el ámbito de la comunicación aplicando la metodología científica apropiada.	
Resultados de aprendizaje	
<u>Competencias Específicas:</u>	
- Conoce el funcionamiento de los equipamientos necesarios para poder realizar un	

producto audiovisual

- Produce textos y discursos audiovisuales escritos y orales correctos y adaptados a cada situación comunicativa concreta
- Produce textos y discursos audiovisuales publicitarios y de relaciones públicas persuasivos
- Sabe planificar la comunicación estratégica en empresas e instituciones
- Adapta la comunicación de las empresas e instituciones a sus públicos potenciales
- Crea textos y discursos publicitarios de diferentes géneros que se adapten a los objetivos comunicativos de las empresas e Instituciones

Competencias Transversales:

- Utilizar información en lengua extranjera de una manera eficaz.
- Dominar las herramientas destinadas a la gestión de la propia identidad y a las actividades en un entorno digital (ser digital).
- Buscar y obtener información de manera autónoma de acuerdo con criterios de fiabilidad y pertinencia (buscar).
- Organizar la información con herramientas adecuadas, ya sea en línea o presenciales, que permitan el desarrollo de sus actividades académicas (Organizar).
- Elaborar información con las herramientas y formatos adecuados a la situación comunicativa y hacerlo de manera honesta (crear).
- Utilizar las TIC para compartir e intercambiar información (compartir).
- Identificar la situación planteada como un problema en el ámbito de la disciplina y tener motivación para afrontarlo (comprensión).
- Seguir un método sistemático para dividir el problema en partes e identificar sus causas aplicando los conocimientos propios de la disciplina (análisis).
- Diseñar una solución innovadora utilizando los recursos necesarios para afrontar el problema (creatividad).
- Incluir los aspectos concretos de la solución propuesta en un modelo realista (innovación).
- Reflexionar sobre el modelo propuesto y ser capaz de encontrar limitaciones y proponer mejoras (evaluación).
- Identificar el propio rol dentro del equipo y conocer los objetivos y tareas del grupo (contexto).
- Comunicarse con los miembros del equipo para facilitar la cohesión y el rendimiento del grupo (comunicación).
- Comprometerse con las tareas y con la agenda del grupo (compromiso).
- Colaborar con los miembros del grupo en la resolución de problemas procurando un buen clima de trabajo (colaboración).
- Usar los mecanismos de comunicación no verbal y los recursos expresivos de la voz necesarios para hacer una buena intervención oral (comunicación no verbal y uso de la voz).
- Construir un discurso estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Producir un discurso consistente, persuasivo y adecuado a la situación comunicativa e interactuar de manera efectiva con el auditorio (eficacia).
- Producir un texto de calidad, sin errores gramaticales ni ortográficos, con una presentación formal esmerada y un uso adecuado y coherente de las convenciones formales y bibliográficas (calidad).
- Construir un texto estructurado, claro, cohesionado, rico y de extensión adecuada (construcción del discurso).
- Elaborar un texto adecuado a la situación comunicativa, consistente y persuasivo (eficacia).

- Profundizar en el autoconocimiento académico, laboral o profesional (autoconocimiento).
- Identificar el propio proceso de aprendizaje (aprendizaje).
- Analizar el entorno laboral o profesional del ámbito de estudio (entorno).
- Diseñar itinerarios académicos y de inserción laboral o profesional (itinerarios).
- Conocer las principales desigualdades y discriminaciones que se producen por razón de género u otros motivos y comprender sus causas (igualdad).
- Identificar los principales problemas ambientales (medio ambiente).
- Reconocer y reflexionar sobre las necesidades y problemáticas sociales e implicarse en la mejora de la comunidad (responsabilidad social como ciudadanos).
- Reconocer los conceptos éticos y deontológicos del área de conocimiento, mostrar capacidad crítica y de diálogo, y hacer un uso responsable de las normas que le afectan como miembro de la comunidad universitaria (ética).

Requisitos

-

Observaciones

Existe una normativa URV y una normativa de centro respecto al Trabajo de Fin de Grado, con especificidades para las diferentes titulaciones.

Competencias

- **Competencias Básicas:** CB1, CB2, CB3, CB4, CB5
- **Competencias Específicas** A3, A4, A6, A12, A14, A16
- **Competencias Transversales:** CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7

Metodologías y actividades formativas

Metodología	Actividad formativa	horas totales	horas presenciales	% presencialidad
TRABAJO DE FIN DE GRADO	Proceso de selección / asignación del Trabajo de Fin de Grado	8	8	100%
	Mecanismos de coordinación y seguimiento del Trabajo de Fin de Grado	10	10	100%
	Elaboración del Trabajo de Fin de Grado	266	0	0%
	Memoria del Trabajo de Fin de Grado	10	1	10%
	Presentación y defensa del Trabajo de Fin de Grado	6	0,5	8%
	Total asignatura	300	19,5	7%

Sistema de evaluación:

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
<i>Mecanismos de coordinación y seguimiento del Trabajo de Fin de Grado</i>	30%	50%
<i>Elaboración del Trabajo de Fin de Grado</i>	30%	50%
<i>Memoria del Trabajo de Fin de Grado</i>	10%	30%
<i>Presentación y defensa del Trabajo de Fin de Grado</i>	10%	30%

6. Personal Académico

6.1. Profesorado

Tabla 6.1. Profesorado según categoría

Universidad	Categoría	Total %	Doctores % (1)	Horas % (1)
Universidad Rovira i Virgili	Titular de Universidad	26%	26%	30%
	Profesor Agregado	8%	8%	7%
	Colaborador permanente	3%	3%	2%
	TEU	3%	0%	3%
	Profesor Lector (<i>Ayudante doctor</i>)	8%	8%	9%
	Profesor Investigador (<i>Personal docente contratado por obra y servicio</i>)	3%	3%	2%
	Profesor Investigador en Formación (<i>Ayudante</i>)	3%	0%	3%
	Profesor Asociado	49%	13%	44%

6.1.1. Personal Académico

La Universidad cuenta con el personal académico necesario para desplegar esta titulación, consistente en el que ya está ocupado en la impartición de las licenciaturas de Publicidad y Relaciones Públicas y de Periodismo (cinco cursos), que serán sustituidas por los grados de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Periodismo. Así pues, la carga docente necesaria para llevar a cabo el plan de estudios propuesto queda completamente asumida por la plantilla actual de profesorado de los departamentos implicados en la docencia de las actividades del plan de estudios propuesto. El coste económico del profesorado implicado, al tratarse de la plantilla presupuestada en el capítulo I de la Universitat Rovira i Virgili, queda asumida por la URV.

Las mencionadas licenciaturas existen desde 2001 y 2004 respectivamente, y durante este tiempo los diversos departamentos implicados en la docencia correspondiente han ido incorporando y/o asignando el profesorado necesario. La mayor carga docente recae en la Unidad Predepartamental de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Periodismo, creada en octubre de 2001 y cuya transformación en departamento está prevista para la primavera de 2009. El futuro Departamento de Estudios de Comunicación cuenta ya con unos 45 docentes y cuatro miembros del personal de administración y servicios, incluyendo tres técnicos de apoyo a la docencia audiovisual. En los próximos dos o tres años el Departamento completará su plantilla de profesorado a tiempo completo, que a fecha de hoy consta de 13 personas, de diferentes categorías académicas, tal como se detalla en el cuadro siguiente. A pesar de la relativa juventud del Departamento, su profesorado permanente cuenta ya con una amplia experiencia investigadora, de la cual cabe destacar su vocación internacional, tal como se refleja en los artículos y libros que se han publicado en inglés. Otro ejemplo de la vocación internacional del departamento es que haya creado la primera revista académica internacional íntegramente en inglés promovida en España, el Catalan Journal of Communication and Cultural Studies. Se puede ampliar la información sobre la trayectoria científica del Departamento a través de la web <www.urv.cat/asterisc>.

Respecto a los criterios de asignación de la docencia y según el artículo 7 de asignación de docencia al profesorado de la Normativa de Docencia de la URV: Corresponde a los departamentos aportar los recursos de personal docente con los que cuenta. Las obligaciones docentes que tenga asignadas, en vista de la fuerza docente que le corresponde, constituye su carga docente obligada, la cual será responsabilidad colectiva del departamento. El consejo de departamento ha de distribuir la carga docente entre el profesorado de acuerdo con el régimen de dedicación, el área de conocimiento de cada uno y el área de conocimiento que figura en el plan de estudios. A efectos de cubrir las necesidades docentes, se podrán considerar las áreas afines cualquier área adscrita al Departamento.

Con carácter general, el conjunto nuclear de materias del plan de estudios Formación básica, Obligatorias, Optativas de carácter fundamental, serán impartidas por el profesorado a tiempo completo, mientras que, de acuerdo a la dedicación parcial y sujeta a cambios anuales de disponibilidad horaria, se reserva al profesor asociado las materias optativas específicas, de perfil profesional y de carácter más complementario.

Tabla 6.2: Descripción del Personal Académico

Categoría	Vinculación con la universidad	Cualificación académica y nivel científico	Perfil investigador	Adecuación a los ámbitos de conocimiento	Dedicación al Programa Formativo que incluye el grado
Catedrático de Universidad	Funcionario, más de 30 años de experiencia universitaria	Doctor desde 1977, cinco tramos de investigación. Amplia experiencia en participación y dirección de proyectos de investigación. Dirección de tesis doctorales. Publicaciones internacionales	Procesos psicológicos básicos, psicolingüística.	Área de psicología básica	Parcial (asignaturas del ámbito de Psicología)
Titular de universidad	Funcionario, más de 20 años de experiencia universitaria	Doctor desde 1990, cuatro tramos de investigación. Amplia experiencia en participación y dirección de proyectos de investigación. Dirección de tesis doctorales. Publicaciones internacionales	Historia contemporánea de Portugal y España, especialista en la Revolución de los Claveles, la Guerra Civil Española y el maquis.	Área de historia contemporánea	Parcial (asignaturas del ámbito de Historia Contemporánea)
Titular de universidad	Funcionario, más de 15 años de experiencia universitaria	Doctor desde 1997, dos tramos de investigación. Amplia experiencia en participación y dirección de	Historia del cine y de la televisión, especialista en historia del cine español y	Área de comunicación	Completa

		proyectos de investigación. Publicaciones internacionales	catalán, período de los años 30-50		
Titular de universidad	Funcionaria, más de 15 años de experiencia universitaria.	Doctora desde 2000. Experiencia en participación y dirección de proyectos de investigación.	Comunicación e inclusión ciudadana: representación y participación de las minorías y los sectores marginados de la sociedad en los medios.	Área de comunicación	Completa
Titular de universidad	Funcionario, más de 15 años de experiencia universitaria.	Doctor desde 1998, un tramo de investigación. Experiencia en participación en proyectos de investigación. Dirección de tesis doctorales. Publicaciones internacionales.	Economía política de la Comunicación: estructura, historia y políticas de comunicación en España y Cataluña.	Área de comunicación	Completa
Titular de universidad	Funcionario, más de 14 años de experiencia universitaria	Doctor. Experiencia en participación y dirección de proyectos de investigación. Dirección de tesis doctorales.	Sociología del trabajo y de la empresa y de las organizaciones	Área de sociología	Parcial (asignaturas del ámbito de la sociología)
Titular de universidad	Funcionario, más de 10 años de experiencia universitaria.	Doctor desde 1994. Experiencia en participación en proyectos de investigación. Publicaciones internacionales.	Planificación estratégica de la comunicación corporativa y de las relaciones públicas. Comunicación del patrimonio cultural.	Área de comunicación	Completa
Agregado (contratado doctor)	Contratado, más de 15 años de experiencia universitaria	Doctor desde 2000. Amplia experiencia en participación y dirección de proyectos de investigación. Publicaciones internacionales.	Teorías de la comunicación. Comunicación de crisis y de riesgo.	Área de comunicación	Completa
Agregado (contratado doctor)	Contratado, más de 10 años de experiencia universitaria.	Doctora desde 2003. Experiencia en participación en proyectos de	Retórica de la imagen y comunicación política.	Área de comunicación	Completa

		investigación. Publicaciones internacionales			
Agregado (contratado doctor)	Contratado, más de 8 años de experiencia universitaria.	Doctor desde 2005. Experiencia en participación en proyectos de investigación. Publicaciones internacionales. <i>Principal editor</i> de la revista académica <i>Catalan Journal of Communication and Cultural Studies</i> .	Identidad y medios de comunicación. Periodismo, nuevos medios y movilidad.	Área de comunicación	Completa
Titular de escuela universitaria	Funcionario, más de 12 años de experiencia universitaria.	Experiencia en participación en proyectos de investigación.	Uso de la imagen fija y en movimiento en la información periodística	Área de comunicación	Completa
Titular de escuela universitaria	Funcionaria, más de 15 años de experiencia universitaria.	Doctora. Experiencia en participación en proyectos de investigación.	Derecho.	Área de derecho público	Parcial (asignaturas del ámbito de Derecho)
Lector (ayudante doctor)	Contratado, más de 8 años de experiencia universitaria	Doctor desde 2006. Experiencia en participación en proyectos de investigación. Publicaciones internacionales. Dos años de experiencia docente e investigadora en EEUU.	Periodismo digital y nuevos medios.	Área de comunicación	Completa
Lectora (ayudante doctor)	Contratada, más de 6 años de experiencia universitaria	Doctora desde 2007. Experiencia en participación en proyectos de investigación. Publicaciones internacionales.	Comunicación corporativa y márketing de ciudad	Área de comunicación	Completa
Colaboradora permanente	Contratada, más de 12 años de experiencia universitaria.	Doctora desde 2003. Experiencia en participación en proyectos de investigación. Un tramo de investigación	Derecho de sociedad y derecho de competencia	Área de derecho privado, procesal y financiero	Parcial (asignaturas del ámbito de Derecho)
Becaria de	Beca de	Realizando la tesis	La radio	Área de	Completa

investigación	investigación. Tres años de experiencia universitaria.	dctoral.	generalista matinal y la fijación de la agenda periodística en el ámbito de la política	comunicación	
Becaria de investigación	Beca de investigación. Tres años de experiencia universitaria.	Realizando la tesis doctoral. Participa en un proyecto I+D+I del ministerio.	El cine argentino contemporáneo.	Área de comunicación	Completa
Becario de investigación	Beca de investigación. Tres años de experiencia universitaria.	Realizando la tesis doctoral. Participa en un proyecto I+D+I del ministerio. Publicaciones internacionales.	Comunicación y riesgo petroquímico en la zona de Tarragona.	Área de comunicación	Completa
Equipo de profesores asociados	Contratados	Licenciatura (mayoritaria), doctorado (en algunos casos). Amplia experiencia profesional y experiencia docente variada	Profesionales de reconocida trayectoria y reputación en sus respectivos ámbitos	Áreas de comunicación, filología, historia, derecho, economía, psicología y sociología	Parcial o completa, dependiendo de la persona

6.1.2. Adecuación del personal académico para la impartición de la docencia del título.

El profesorado implicado en la docencia del grado, detallado en la tabla 6.1, presenta una experiencia docente e investigadora adecuada para garantizar la calidad de la docencia, la investigación y la formación de profesional de los estudiantes, así como una calificación suficiente para la impartición de docencia y la formación de estudiantes.

Se prevé la participación de entre 60 y 70 docentes de diversas categorías y departamentos, la mayoría asociados (por el carácter profesionalizador del título) y entre 15 y 20 docentes investigadores.

Los perfiles profesionales cubiertos por el profesorado asociado que se implicará en la docencia del título son los siguientes:

- Dirección de comunicación corporativa
- Dirección de agencias de publicidad
- Director de entretenimiento de Televisió de Catalunya
- Diseño gráfico aplicado
- Diseño multimedia aplicado
- Animación por ordenador
- Estudios sociológicos y psicológicos cuantitativos y cualitativos
- Planificación de medios
- Fotografía documental y creativa
- Asesoría en comunicación política y márketing electoral
- Realización audiovisual
- Producción de publicaciones impresas

- Publicidad y márketing por internet.
- Documentación y archivística audiovisual

6.2. Personal de apoyo a la docencia

La disponibilidad del personal de administración y servicios que tienen actualmente los centros donde se imparte la titulación y los departamentos vinculados a la docencia, recogida en la tabla 6.2, es suficiente y adecuada para el correcto funcionamiento.

Tabla 6.3: Descripción del personal de apoyo disponible (PAS, técnicos de laboratorio, etc.)

Tipo de vinculación con la universidad	Formación y experiencia profesional	Adecuación a los ámbitos de conocimiento
Contratado laboral grupo II	Técnico de laboratorio audiovisual	Audiovisual y multimedia. Adscrito al departamento de Comunicación.
Contratado laboral grupo III	Técnico de laboratorio audiovisual	Audiovisual y multimedia. Adscrito al departamento de Comunicación.
Contratado laboral grupo III	Técnico de laboratorio audiovisual	Audiovisual y multimedia. Adscrito al departamento de Comunicación.
Contratado laboral grupo III	Agente multimedia	Informática y multimedia. Adscrito a la facultad de Letras
Técnico de apoyo a decanato. Funcionario	Experiencia en gestión presupuestaria y seguimiento del contrato programa	Adscrito a la facultad de Letras
Administrativa. Funcionaria	Experiencia en gestión presupuestaria	Adscrita a la facultad de Letras
Auxiliar administrativa. Funcionaria	Experiencia en gestión presupuestaria	Adscrita a la facultad de Letras
Jefa de secretaría. Funcionaria.	Experiencia en gestión administrativa de la secretaría	Adscrita a la facultad de Letras
Administrativa. Funcionaria	Experiencia en gestión administrativa de la secretaría	Adscrita a la facultad de Letras
Administrativa. Funcionaria	Experiencia en gestión administrativa de la secretaría	Adscrita a la facultad de Letras
Administrativa. Funcionaria	Experiencia en gestión administrativa de la secretaría	Adscrita a la facultad de Letras
Responsable administrativa. Funcionaria	Experiencia en gestión presupuestaria	Adscrita al departamento de Comunicación
Auxiliar administrativo, tiempo parcial. Funcionario	Experiencia en gestión presupuestaria	Adscrito al departamento de Comunicación

6.3. Mecanismos de que se dispone para asegurar la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad

Para garantizar que la contratación del profesorado y del personal de apoyo se realiza atendiendo a los criterios de igualdad entre hombre y mujeres, la URV aplica lo establecido en el convenio colectivo del PDI laboral, según el cual:

Artículo 17. Comisión e selección (./..).

3. Siempre y cuando la composición de la plantilla del campo de conocimiento lo permita, en igualdad de condiciones, se priorizarán la presencia de personal docente e investigador laboral y la igualdad de género en las comisiones de selección.

Disposición adicional primera. Política de género

1. Las universidades desarrollarán las acciones necesarias e instrumentarán aquellos mecanismos que favorezcan la igualdad de género a la institución, de manera que se priorice el acceso de la mujer a todos aquellos ámbitos y órganos donde actualmente su presencia es deficitaria.

2. Particularmente, en aquello que afecta este convenio, "se impulsarán políticas activas en la selección del personal docente e investigador laboral y de soporte a la carrera académica de las mujeres."

3. Asimismo, los sindicatos firmantes desarrollarán medidas para favorecer la paridad de género en los órganos de representación colectiva del personal docente e investigador laboral.

Además de la aplicación del convenio colectivo, recientemente la URV ha elaborado, a partir de los resultados indicativos de diversas desviaciones o diferencias que se debían cambiar o mejorar, el "Pla d'Igualtat entre homes i dones de la URV". Este plan incorpora, considerando el marco legal que afecta y la Ley de Igualdad, una relación de seis ejes con las acciones más adecuadas para alcanzar los objetivos previstos. Dicho plan de igualdad se puede consultar en el siguiente link:

http://www.urv.cat/la_urv/3_organs_govern/secretaria_general/links_claustre/annexos/sessio240507/3_pla_igualtat.pdf.

El eje 2 del plan hace referencia al acceso en igualdad de condiciones de trabajo y promoción de profesionales.

Eje 2: El acceso en igualdad de condiciones al trabajo y la promoción profesional. Organización de las condiciones del trabajo con perspectiva de género.

Este eje incluye las siguientes medidas:

Medida 2.1 Revisar los anuncios y las convocatorias públicas de la Universidad con perspectiva de género.

Medida 2.2 Presentar desagregados por sexo los datos de aspirantes y las personas seleccionadas convocadas por la Universidad y de composición de las comisiones.

Medida 2.3 Velar por el equilibrio en la composición de los tribunales de los concursos de profesorado. Ante la elección de aspirantes con méritos equivalentes, aplicar la acción positiva en favor del sexo menos representado.

Medida 2.4 Revisar los procedimientos de promoción y contratación para garantizar que no se produzca discriminación indirecta de género.

Medida 2.5 Identificar por sexo el tipo de participación académica y de gestión del profesorado en los departamentos.

Medida 2.6 En las nuevas contrataciones o cambios de categoría, en igualdad de condiciones, incentivar el equilibrio entre la proporción de mujeres y de hombres en las diversas categorías del profesorado.

Medida 2.7 Elaborar un estudio sobre el colectivo de becarios y becarias.

Medida 2.8 Introducir en la valoración de los convenios y contratos de la URV con empresas concesionarias su situación sobre política de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

Medida 2.9 Promover los recursos orientados al asesoramiento psicológico, la prevención y la detección precoz de situaciones de discriminación y violencia de género.

Medida 2.10 Detectar los riesgos sanitarios y psicosociales que afectan el bienestar de las mujeres.

Con el fin de implicar a centros y departamentos, la URV recoge en el Plan de igualdad las propuestas siguientes:

- Hacer un acto de reconocimiento a la persona, departamento o centro del ámbito URV que se haya distinguido por la defensa de los derechos de las mujeres.
- Presentar, desagregadas por sexo, los datos relacionados con la elaboración de los acuerdos internos de planificación de centros, departamentos e institutos.
- Incentivar que los centros adopten estrategias de captación específicas, especialmente en aquellas enseñanzas actualmente muy feminizadas o masculinizadas.
- Convocar anualmente una jornada sobre el estado de la investigación en género por ámbitos de conocimiento, centros y/o departamentos.
- Incrementar el número de mujeres entre los expertos, conferenciantes e invitados a los actos institucionales de la URV, los centros y los departamentos.

En lo que concierne al acceso de personas con discapacidad, la URV debe respetar en las convocatorias el porcentaje que la normativa vigente establece en cuanto a la reserva de plazas para personas con discapacidad.

7. Recursos materiales y servicios

7.1. Justificación de que los medios materiales y servicios claves disponibles propios y en su caso concertado con otras instituciones ajenas a la universidad, son adecuados para garantizar la adquisición de competencias y el desarrollo de las actividades formativas planificadas

Desde el curso 2008-2009 la Facultad de Letras se ubica en un edificio de nueva planta diseñado de acuerdo con las nuevas necesidades que la formación universitaria actual y el inmediato futuro exige. En esta nueva ubicación la Facultad de Letras comparte espacios con otros centros de nuestra universidad, de manera que los espacios propios se verán completados, en momentos y necesidades puntuales, por los espacios de estos otros centros. A continuación se detallan los espacios propios de la Facultad de Letras:

a) Descripción de los medios materiales y servicios disponibles

AULAS

<u>Situación</u>	<u>Unidades</u>	<u>Superficie (m²)</u>	<u>Capacidad (personas)</u>
Planta 3	6	65	50
Planta 4	13	33	25
	1	93	80
	1	83	70
Planta 5	1	93	80
	1	83	70
TOTAL	23	1171	925

LABORATORIOS

<u>Situación</u>	<u>Unidades</u>	<u>Superficie (m²)</u>	<u>Capacidad (personas)</u>	
Planta 0	1	122	82	Estudio TV
Planta 1	1	80	53	Estudio radio
Planta 2	12	8	4	Edición audio/vídeo
	1	113	75	Estudio TV/radio
	1	65	43	Lab. multimedia
Planta 3	1	83	17	Lab. diseño
	1	47	10	
	1	63	13	
	1	47	10	
	1	63	13	
	1	64	13	
TOTAL	22	843	377	

SALAS DE INFORMÁTICA

<u>Situación</u>	<u>Unidades</u>	<u>Superficie (m²)</u>	<u>Capacidad (personas)</u>
Planta 2	1	147	60

	1	80	24
	1	65	24
TOTAL	3	292	108

BIBLIOTECA

Descripción del espacio

Respecto a la biblioteca, ésta se entiende como un espacio continuo, donde la disposición del mobiliario caracteriza y define los diferentes usos. Por lo tanto, es difícil fragmentarla por salas. En todo caso, sí por plantas.

- En el sótano (nivel -1) se encuentra el archivo de compactos (335 m²) y una sala de trabajo (125 m² y 25 personas de capacidad).
- En la planta 0, la biblioteca definitiva tendrá una superficie útil de 1.000 m² y una capacidad de 223 personas.
- En la planta 1, la superficie será de 1.150 m² y 258 personas.
- Se podrá acceder a la biblioteca por la planta 1 (cota +48,50), independiente del aula.

Descripción del contenido

La Biblioteca de la Facultad de Letras es una de las más importantes de la URV en cuanto a número de volúmenes, ya que supera los 100.000, y dispone de 1.438 títulos de revista, 719 de los cuales se reciben regularmente mediante suscripción o intercambio. Además, tiene vídeos, DVD, CD-ROM, disquetes, mapas y acceso libre a información electrónica (revistas y libros electrónicos, bases de datos propias y consorciadas, y otros recursos electrónicos).

Revistas	Vivas	543
	Españolas compra	64
	Extranjeras compra	120
	Donativo	359
	Muertas	1.479
	Número global de revistas (= vivas + muertas)	2.022
Revistas electrónicas		11.227
Libros		110.574
Puntos de lectura		194
Ordenadores a disposición de los usuarios		9
Ordenadores portátiles a disposición de los usuarios		13
Puntos de conexión inalámbrica (o a la red informática en caso de que no haya red inalámbrica)		89

En la actualidad, dispone de 203 puestos de lectura, 8 ordenadores de sobremesa y 10 portátiles conectados a Internet y forma parte, junto con las otras bibliotecas de centro y de campus, del Servicio de Biblioteca y Documentación de la Universidad Rovira i Virgili. Todo ello se verá incrementado a partir del curso próximo cuando la Biblioteca de la Facultad se traslade al nuevo edificio (vid. ante).

La Biblioteca custodia el Legado Vidal-Capmany, que contiene la biblioteca personal y el archivo del escritor Jaume Vidal Alcover, que fue profesor de esta Facultad, y de Maria Aurèlia Capmany, reconocida escritora vinculada a nuestro entorno.

La Biblioteca dispone de una sección de Cartoteca, integrada básicamente por dos colecciones importantes:

Ortofotomapas del Institut de Cartografia de Catalunya: Escala 1:5000 i 1:25000 de prácticamente la totalidad de Cataluña y toda la provincia de Tarragona.

Mapas topográficos del Institut de Cartografia de Catalunya: Escala 1:50000 de todas las comarcas de Cataluña.

Mapas topográficos del Instituto Geográfico Nacional: Escala 1:50000 i 1:25000 de prácticamente toda la provincia de Tarragona.

Ubicación, horario y normativa de funcionamiento

Avenida Catalunya, 35, edificio del CRAI.

Horario: de lunes a viernes, de 8:00 a 21 h

Sábados: de 10:00 a 22:00 h

Domingos: de 10:00 a 14:00 h

Período de exámenes: sábados y domingos, de 10:00 a 24:00 h

Normativa de funcionamiento

- Se permite el acceso libre a las estanterías y a los asientos.
- Dispone de 4 ordenadores destinados a consultar el catálogo y web de la biblioteca, y 4 para consultar el correo electrónico personal e Internet. Hay 10 ordenadores portátiles que se prestan a los usuarios por períodos de 3 h.

Servicio de préstamo domiciliario

- Permite disponer en el domicilio de 4 libros durante 7 días, prorrogables 7 días más si no han sido objeto de otra reserva, del fondo propio de la Biblioteca de la Facultad de Letras o de otros centros de la Universidad Rovira y Virgili.
- También se pueden solicitar en préstamo libros y artículos de revista de otras bibliotecas y universidades mediante el Servicio de Préstamo Interbibliotecario (consulta CCUC).
- Información: tel. 977 55 95 24 a/e: biblg@urv.cat
Responsable de la biblioteca: Josep Cazorla
Otro PAS: Enric Herce, Maite Ruana, Rebeca Ucero.

- Nuevas tecnologías: Entorno Virtual de Enseñanza-Aprendizaje y servicio de Videoconferencias

La Universitat Rovira i Virgili de Tarragona dispone del servicio de Entorno Virtual de Enseñanza-Aprendizaje. Este servicio, basado en la plataforma Moodle, ofrece a profesores y alumnos:

-Un espacio privado por asignatura y curso académico que reproduce en Internet el espacio aula, con las funcionalidades estándares de la plataforma Moodle y otras desarrolladas internamente en la Universidad para cubrir necesidades específicas.

-Difusión, documentación y formación tecnológica y metodológica, en el uso de la plataforma.

-Soporte y resolución de dudas y problemas vía correo electrónico y teléfono, con la posibilidad de concertar reunión presencial con un técnico especializado.

Además de posibilitar la realización de videoconferencias vía software, la URV dispone, repartidas por los distintos centros que la integran, de 13 salas de videoconferencia adecuadas para facilitar el desarrollo de la actividad docente a través de esta tecnología.

- CRAI Centro de recursos para el aprendizaje y la investigación

Los cambios metodológicos y de estructura académica de las titulaciones derivados del proceso de convergencia al EEES comportan una adaptación de los recursos orientados a facilitar el proceso de aprendizaje del alumno, entre ellos los informacionales. En este sentido el Consejo de Gobierno de la Universitat Rovira i Virgili ha aprobado (julio de 2008) la creación del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) a través del cual integrar aquellos servicios vinculados a las tecnologías de la información y la comunicación y la gestión de la información y el conocimiento, con el objetivo de:

- concentrar y rentabilizar los servicios de apoyo a la comunidad universitaria.
- potenciar el trabajo en equipos polivalentes que contribuyan a la mejora de la gestión de la información y el conocimiento.
- ser más competitivos y eficientes en la gestión
- contribuir a la educación informacional de la comunidad universitaria, especialmente de los estudiantes.

El catálogo de servicios que ofrecerá es, además de los propios de una biblioteca:

- Información general y acogida de la universidad.
- Apoyo a la formación del profesorado.
- Laboratorio de idiomas.
- Búsqueda activa de trabajo.
- Salas de estudio.
- Servicio informático para estudiantes.
- Creación y elaboración de materiales docentes y multimedia.

Con este fin, el diseño del nuevo espacio destinado a CRAI incluye espacios de trabajo individuales y colectivos que permitirán a los estudiantes y a los investigadores, por un lado, aprovechar todos los recursos de información disponibles y a su alcance, y por otro, la posibilidad de recibir sesiones formativas a cargo del profesorado en grupos reducidos, elaborar trabajos en equipo, etc.

b) Justificación que los medios y servicios descritos observan los criterios de accesibilidad universal y diseño para todos.

La URV ha elaborado una guía para discapacitados en la que se recoge toda la información que puede interesar a los alumnos de la URV que padecen alguna discapacidad. Se informa sobre aspectos como el acceso a la universidad, los planos de accesibilidad de los diferentes Campus, los centros de ocio adaptados que se hallan distribuidos por la provincia de Tarragona, así como becas y ayudas que el alumno tiene a su disposición. El objetivo es facilitar la adaptación del alumno a la URV, tanto académica como personal.

Esta guía está disponible en la Web de la universidad a través del link http://www.urv.cat/guia_discapacitats/es_index.html

Además, debe tenerse en cuenta que para la entrada en funcionamiento de un centro universitario deben cumplirse los requisitos de accesibilidad establecidos legalmente. El cumplimiento de la normativa de accesibilidad es requisito básico para el diseño y puesta en funcionamiento de un centro universitario según las directrices de la Dirección General de Universidades del Departamento de Investigación, Universidades y Empresa de la Generalitat de Catalunya. Por lo tanto todos los espacios de la Facultad de Letras, que esta en funcionamiento desde el curso 2008-09 son actualmente accesibles.

Adicionalmente la Universidad Rovira i Virgili ha aprobado por acuerdo del Consejo de Gobierno de 30 de octubre de 2008 el Plan de atención a la discapacidad, en el que se atienden las cuestiones relacionadas con la accesibilidad universal y el diseño para todos y se rige por los principios de normalización, no discriminación, inclusión, transversalidad, accesibilidad universal y diseño para todos. El Plan de atención a la discapacidad detalla 62 actuaciones, con un calendario previsto de implantación, dichas actuaciones se basan en los nueve objetivos generales definidos en el plan.

- 1) Garantizar el derecho a la igualdad de oportunidades a todas las personas que pertenecen a la comunidad universitaria (estudiantes, profesorado y PAS) de la URV.
- 2) Facilitar la acogida y el asesoramiento a los estudiantes con discapacidad a su incorporación en la Universidad.
- 3) Asegurar la accesibilidad para todos los miembros de la comunidad.
- 4) Promover la sensibilización y la solidaridad al ámbito universitario hacia las personas con discapacidad.
- 5) Fomentar la formación sobre discapacidad y accesibilidad a toda la comunidad universitaria.
- 6) Desarrollar acciones adecuadas para conseguir que los estudiantes con discapacidad tengan las oportunidades necesarias para alcanzar los objetivos académicos.
- 7) Desarrollar acciones adecuadas para conseguir que las personas de la comunidad universitaria con discapacidad tengan las oportunidades necesarias para alcanzar la participación social.
- 8) Desarrollar acciones adecuadas para conseguir que las personas de la comunidad universitaria con discapacidad tengan las oportunidades necesarias para alcanzar los objetivos laborales.
- 9) Desarrollar la investigación para mejorar la intervención hacia las personas con discapacidad.

c) Explicitar los mecanismos para realizar o garantizar la revisión y el mantenimiento de dichos materiales y servicios en la Universidad y en las instituciones colaboradoras, así como los mecanismos para su actualización

La Universitat Rovira i Virgili de Tarragona, tiene suscritos, a través de los correspondientes concursos de adjudicación de servicios, el mantenimiento de los edificios universitarios, por parte de las empresas adjudicatarias. Estos contratos garantizan el mantenimiento de obra, instalaciones eléctricas, de clima y de tipo informático, de acuerdo con los procedimientos y protocolos establecidos en las mismas bases del concurso.

Por parte del Servicio de Recursos Materiales de la Universitat Rovira i Virgili, se realizan con periodicidad suficiente, los controles de aplicación y ejecución de los citados contratos, a fin de garantizar el buen estado de conservación de los edificios e instalaciones de los mismos y la buena marcha de la vida universitaria en los mismos.

En el diseño del Sistema Interno de Garantía de la Calidad del Centro, en el marco del programa AUDIT, se han definido los procesos que establecen cómo el centro gestiona y mejora los recursos materiales y los servicios.

- P.1.4-01- Proceso de gestión de los recursos materiales

Su objetivo es definir las actividades realizadas por el Centro a través de su Equipo de Dirección y las personas designadas en cada caso para:

-Definir las necesidades de recursos materiales para contribuir a la calidad del proceso de enseñanza - aprendizaje de las titulaciones impartidas por el Centro.

-Planificar la adquisición de recursos en función del presupuesto y de la prioridad.

- Gestionar los recursos materiales
- Mejorar continuamente la gestión de los recursos materiales para adaptarse permanentemente a las necesidades y expectativas.
- Informar de los resultados de la gestión de los recursos materiales.

-P.1.4-02-Proceso de gestión de los servicios

Este proceso tiene por objeto definir las actividades realizadas por la Universidad para:

- Definir las necesidades de los servicios que influyen en la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje de las enseñanzas impartidas en los centros mismos.
- Definir y diseñar la prestación de nuevos Servicios universitarios y actualizar las prestaciones habituales en función de sus resultados.
- Mejorar continuamente los servicios que se prestan, para adaptarse permanentemente a las necesidades y expectativas.
- Informar de los resultados de la gestión de los servicios prestados a los órganos que corresponda y a los distintos grupos de interés.

-P.1.4-03- Proceso de mantenimiento de los recursos materiales

Este proceso tiene como objetivo establecer cómo la universidad lleva a cabo el mantenimiento y conservación de los recursos materiales, equipos e instalaciones, para garantizar su correcto funcionamiento y su seguridad de acuerdo a las normativas vigentes. Se divide en dos subprocesos: mantenimiento preventivo y mantenimiento correctivo.

-P.1.4-04-Proceso de adquisición de bienes y servicios

El objeto del proceso es establecer cómo la universidad adquiere bienes (muebles e inmuebles) y servicios para llevar a cabo las actividades encomendadas de forma adecuada y cumpliendo la normativa aplicable (Ley de contratos del sector público, ley 30/07).

Estos procesos se han documentado siguiendo las directrices de la Guía para el diseño de Sistemas de Garantía Interna de la Calidad de la formación universitaria del programa AUDIT, y se explican con mayor detalle en el apartado 9 de esta memoria de solicitud de verificación del título.

7.2. En el caso de que no se disponga de todos los recursos materiales y servicios necesarios en el momento de la propuesta del plan de estudios, se deberá indicar la previsión de adquisición de los mismos

Los recursos disponibles son suficientes y adecuados para la realización de la titulación.

8. Resultados previstos

8.1. Estimación de valores cuantitativos para los indicadores que se relacionan a continuación y la justificación de dichas estimaciones.

a) Tasa de graduación

Titulación	Cohorte de ingreso	Ingresos (cohortes sin curso académico)	Egresos (acumulados) en d y d+1	Tasa de graduación
PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	2001-02	81	37	45,7%

La tasa de graduación es relativamente baja en esta titulación debido a que muchos estudiantes que ingresan en el primer curso en realidad desean cursar la licenciatura de Periodismo o la de Comunicación Audiovisual, por lo que cuando acaban el primer ciclo cambian de carrera. Sólo se proporcionan datos para la cohorte 2001-2002, la primera en ingresar en la titulación, ya que para las siguientes no se dispone aún de datos acumulados para d y d+1.

b) Tasa de abandono

Titulación	Cohorte de ingreso 2002-03	Cohorte de ingreso 2003-04	Cohorte de ingreso 2004-05
	Curso académico 2002-03	Curso académico 2003-04	Curso académico 2004-05
	Tasa de abandono	Tasa de abandono	Tasa de abandono
PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS		18,5%	28,7%

Se observa una tasa de abandono relativamente alta, sobre todo en la cohorte 2004-2005, que se explica porque un número considerable de los estudiantes que ingresan en primero de Publicidad desean licenciarse en Periodismo o en Comunicación Audiovisual, y cuando acaban el primer ciclo efectivamente cambian de titulación.

c) Tasa de eficiencia

Titulación	Curso académico	Tasa de eficiencia
PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS (2001)		
	2005-06	94,8%
	2006-07	93,6%

La tasa de eficiencia es alta debido a que los estudiantes entran en la titulación con una nota de corte alta y, por lo tanto, no tienen problemas en seguir la titulación.

Estimación de la tasa de graduación	45.7
Estimación de la tasa de abandono	28.7
Estimación de la tasa de eficiencia	93,6

8.2. Procedimiento general de la Universidad para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes en términos de las competencias expresadas en el apartado 3 de la memoria.

La permanente preocupación por mejorar la calidad y equidad de la educación ha llevado a la URV a pensar en nuevas formas de apoyo al trabajo metodológico de docentes con el objetivo de aumentar la eficacia y la eficiencia de la URV en los procesos de formación de los estudiantes, tal y como se expresa en los objetivos del Plan Estratégico de Docencia, aprobado por Claustro en Noviembre 2003 ³.

En este esfuerzo la URV ha decidido fortalecer aquellos aspectos de la implementación curricular que se relacionan con la recolección de evidencias sobre el aprendizaje de los estudiantes, entendiendo que una pedagogía más efectiva se nutre de la información que se tiene sobre el nivel de aprendizaje del alumnado.

Este proceso tiene su reflejo en los procedimientos internos de aseguramiento de la calidad, donde también se garantiza la recogida y conservación de la información y evidencias, generadas por el procedimiento, de forma sistematizada:

- P.1.1-01 Proceso para garantizar la calidad de los programas formativos.
- P.1.2-02 Proceso de orientación del estudiante.
- P.1.2-03 Proceso de desarrollo de la titulación.
- P.1.2-04 Proceso de gestión de la movilidad del estudiante.
- P.1.2-05 Proceso de gestión de las prácticas externas.
- P.1.5-01 Proceso de análisis de resultados y mejora del programa formativo.

Para facilitar la valoración del progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes, la URV diseñó una guía de evaluación de competencias transversales y nucleares en base a rúbricas.

Por otro lado, la URV ha aprobado, por Consejo de Gobierno 21 de diciembre de 2010, el Documento-marco del programa de Formación y Evaluación por Competencias.

Este programa propone el uso del portafolio de competencias como una carpeta o dossier que ha de confeccionar el estudiante con las evidencias de la adquisición de las competencias asociadas al título.

A partir de esta propuesta, las titulaciones tienen que concretar su propio modelo de formación y evaluación por competencias.

³ http://www.sre.urv.cat/web/pled/modules/pla/web_doc_marc/pled.htm

9. Sistema de garantía de la calidad

9.1. Responsables del sistema de garantía de la calidad del plan de estudios

9.2. Procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado

9.3. Procedimientos para garantizar la calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad

9.4. Procedimientos de análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida y en su caso incidencia en la revisión y mejora del título

9.5. Procedimiento para el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados (estudiantes, personal académico y de administración y servicios, etc.), y de atención a las sugerencias o reclamaciones. Criterios específicos en el caso de extinción del título y, en su caso incidencia en la revisión y mejora del título

9.6. Criterios específicos en el caso de extinción del título

<http://www.fll.urv.cat/es/calidad/manual-calidad/>

10. Calendario de implantación

10.1. Cronograma de implantación del título

Curso de inicio: 2009-10

Se prevé que la titulación se implante de forma progresiva, implantando cada curso académico un nuevo curso, osea:

2009-10 → 1º curso
2010-11 → 2º curso
2011-12 → 3º curso
2012-13 → 4º curso

Dado que el nuevo título substituye a otro título preexistente, especificamos el período de implantación, así como el período establecido para la extinción del plan de estudios perteneciente al título antiguo:

- El período de implantación será del curso 2009-10 hasta el 2012-13.
- El período para la extinción del anterior plan de estudios corresponderá al siguiente esquema, a nivel general:
Primer curso: 2009-10 y 2010-11
Segundo curso: 2010-11 y 2011-12
Tercer curso: 2011-12 y 2012-13
Cuarto curso: 2012-13 y 2013-14
Quinto curso: 2013-14 y 2014-15

Los estudiantes que no superen las asignaturas en los cursos previstos, podrán solicitar al centro la concesión extraordinaria de dos convocatorias más de examen. La fecha máxima para finalizar los estudios es el 30 de septiembre del 2016

10.2. Procedimiento de adaptación, en su caso, de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios

En el proceso de elaboración del plan de estudios, el Centro ha previsto una tabla de adaptación entre el estudio preexistente y la nueva titulación que lo sustituye. La tabla se ha configurado tomando como referencia la adecuación entre las competencias y los conocimientos asociados a cada asignatura/materia desarrollada en el plan de estudios cursado y aquellos previstos en las asignaturas/materias del nuevo plan.

La tabla, que se proporciona a continuación, comprende la correspondencia de las asignaturas del plan a extinguir de nuestra Universidad con las de la nueva titulación:

ASIGNATURAS PLAN PREEXISTENTE Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas			ASIGNATURAS NUEVO PLAN Grado de Publicidad y Relaciones Públicas		
Código	Denominación	ECTS	Código	Denominación	ECTS
12111211	Animación Audiovisual	6	--	--	--
12112234	Cine y Publicidad	6	--	--	--
12111213	Comunicación de Crisis y de Riesgo	6	12224209	Comunicación de Crisis y de Riesgo	6
12111210	Comunicación y Cultura	6	12224206	Globalización, Cultura y	6

ASIGNATURAS PLAN PREEXISTENTE Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas			ASIGNATURAS NUEVO PLAN Grado de Publicidad y Relaciones Públicas		
Código	Denominación	ECTS	Código	Denominación	ECTS
				Sociedad	
12111216	Comunicación No Verbal	6	12224204	Expresión Corporal y Comunicación No Verbal	6
12112222	Comunicación Política	6	--	--	--
12111215	Conflictos Territoriales	6	--	--	--
12112231	Conservación del Material Audiovisual	6	--	--	--
12112015	Creatividad Publicitaria	12	12224111	Creatividad Publicitaria	9
12111209	Deontología Profesional (Periodismo y Publicidad)	4,5	--	--	--
12112232	Dirección de Arte	6	12224212	Identidad Visual	6
12111108	Imagen Corporativa	6			
12111105	Diseño Multimedia I	4,5	12224107	Diseño Gráfico y Multimedia	9
12111106	Diseño Gráfico y Composición Visual	4,5			
12112235	Diseño Multimedia II	6	12224207	Programación y Lenguajes Multimedia	6
12111007	Documentación Informativa	6	--	--	--
12112237	Derecho de la Publicidad	6	12224202	Gestión de Contenidos, Propiedad Intelectual y Derechos de Imagen	6
12112238	Empresa Publicitaria Tradicional y On-line	6	--	--	--
12111008	Estándar Escrito de la Lengua Catalana	6	12224007	Estándar Oral y Escrito de la Lengua Catalana	9
12111009	Estándar Oral de la Lengua Catalana	6			
12111010	Estándar Escrito de la Lengua Española	6	12224010	Estándar Oral y Escrito de la Lengua Española	9
12111011	Estándar Oral de la Lengua Española	6			
12111103	Estrategias Discursivas en los Medios de Comunicación	4,5	--	--	--
12112018	Estructura de la Comunicación Publicitaria	12	12224208	Campañas de Comunicación	6
			12224115	Comunicación e Imagen Corporativa	6
12112239	Estudios en el Marco de Convenios Internacionales	6	12224218	Estudios en el Marco de Acuerdos de Movilidad	6
12112019	Formas de Márketing y Publicidad I	6	12224113	Técnicas de Márketing y Comunicación	6
12112020	Formas de Márketing y Publicidad II	6	12224214	Márketing Directo e Interactivo	6
12112233	Fotografía Publicitaria	6	--	--	--

ASIGNATURAS PLAN PREEXISTENTE Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas			ASIGNATURAS NUEVO PLAN Grado de Publicidad y Relaciones Públicas		
Código	Denominación	ECTS	Código	Denominación	ECTS
12111207	Fotoperiodismo	6	12224205	Fotografía Documental y Publicitaria	6
12111005	Géneros Informativos Escritos y Audiovisuales I	4,5	12224104	Fundamentos del Periodismo	9
12111006	Géneros Informativos Escritos y Audiovisuales II	4,5	--	--	--
12112223	Gestión del Patrimonio Cultural	6	--	--	--
12111205	Historia del Audiovisual	4,5	--	--	--
12111014	Historia de la Comunicación	6	12224105	Historia y Estructura de la Comunicación	6
12111101	Estructura de la Comunicación	6			
12111001	Historia del Mundo Actual	6	12224008	Historia del Mundo Actual	6
12112236	Historia de los Movimientos Artísticos Contemporáneos	6	--	--	--
12111002	Historia Política Internacional en la Época Contemporánea	6	12224206	Globalización, Cultura y Sociedad	6
12111208	Globalización, Economía y Cambios Sociales	6			
12112217	Industrias Culturales	6	--	--	--
12111107	Introducción a la Creatividad Publicitaria	4,5	12224009	Corrientes Estéticas Contemporáneas en Comunicación	6
12112017	Investigación de Mercados	6	12224213	Investigación de Mercados	6
12111206	La Lengua de los Medios Audiovisuales	4,5	--	--	--
12112224	Lenguaje Publicitario y Construcción Social de la Realidad	6	--	--	--
12112110	Métodos Cuantitativos en Investigación Social	6	--	--	--
12111204	Opinión Pública	4,5	--	--	--
12112219	Ortotipografía	6	--	--	--
12112230	Patrocinio y Mecenaje	6	12224215	Patrocinio y Mecenaje	6
12111202	Pensamiento Político Contemporáneo	6	--	--	--
12112016	Planificación Publicitaria y Medios Publicitarios	6	12224114	Planificación de Medios	6
12111203	Políticas de Comunicación	6	--	--	--
12111109	Prácticas Externas I	4,5	12224401	Prácticas Externas	12
12112111	Prácticas Externas II	6			
12112225	Psicología de la Percepción	6	--	--	--

ASIGNATURAS PLAN PREEXISTENTE Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas			ASIGNATURAS NUEVO PLAN Grado de Publicidad y Relaciones Públicas		
Código	Denominación	ECTS	Código	Denominación	ECTS
12111012	Publicidad y Relaciones Públicas	12	12224106	Fundamentos de la Comunicación Publicitaria y de las Relaciones Públicas	9
12112022	Publicidad y Relaciones Públicas en el Ámbito Local	6	--	--	--
12111201	Retórica, Argumentación y Comunicación	6	--	--	--
12112226	Sociología del Consumo	6	--	--	--
12112227	Taller de Creatividad	6	12224203	Escritura Creativa	6
12111214	Taller de Gabinetes de Comunicación	4,5	12224216	Relaciones con los Medios	6
12112218	Taller de Música Aplicada a la Publicidad	6	--	--	--
12111003	Tecnología Audiovisual y de la Red	12	12224006	Tecnología Audiovisual y de Internet	9
12112220	Tecnología de la Comunicación y Sociedad	6	--	--	--
12112228	Teoría de la Imagen	6	12224108	Teoría de la Imagen	6
12112228	Teoría y Crítica de Film	4,5	--	--	--
12111102	Teoría y Práctica de la Redacción y la Locución	12	12224102	Comunicación y Expresión Oral	6
12111004	Teoría y Técnica del Lenguaje Audiovisual (Radio y TV)	12	12224103	Teoría y Técnica del Lenguaje Audiovisual	9
12112021	Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas	6	12224112	Técnicas de las Relaciones Públicas	9
12111013	Teorías de la Información I	4,5	12224004	Teorías de la Comunicación	6
12111104	Teorías de la Información II	4,5			
12112229	Tradición Literaria y Publicidad	6	--	--	--
12112221	Vídeo Empresarial y Institucional	6	--	--	--

A consideración del Centro, la tabla podrá determinar también la aplicación de otras medidas complementarias necesarias para dar por superadas las asignaturas del nuevo plan de estudios. El objetivo de esta previsión es que los estudiantes, en la medida de lo posible, no resulten perjudicados por el proceso de cambio.

La difusión general de la tabla se realizará a través de la página web de la Universidad. Además, el Centro llevará a cabo acciones concretas de información de los cambios previstos, tales como reuniones e información escrita, con el objetivo de dar a conocer a los estudiantes afectados tanto el nuevo plan de estudios como las posibilidades que ofrece el cambio.

El proceso administrativo que deberán seguir los estudiantes que deseen adaptarse será el siguiente:

Presentar la solicitud que establece el trámite administrativo correspondiente, al que se da publicidad a través de la página web <http://www.urv.cat>. La solicitud se dirigirá al Decano/a/Director/a del Centro. El plazo de previsto para la presentación de estas solicitudes es del 1 de junio al 15 de octubre en período ordinario, y del 16 de octubre al 10 de noviembre en período extraordinario (estas fechas pueden ser objeto de modificación de un curso a otro, modificaciones a las que se da la oportuna publicidad – publicación en la página web de la URV, envío de mensaje de correo electrónico a todos los alumnos, e incorporación en la Agenda del Estudiante– con la antelación suficiente).

Para resolver la adaptación, el Centro aplicará la tabla incluida en esta memoria.

10.3. Enseñanzas que se extinguen por la implantación del correspondiente título propuesto

Con la implantación del título propuesto se extingue la enseñanza: Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas.