

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

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

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE	CENTRO	CÓDIGO CENTRO	
Universidad Europea de Canarias	Facultad de Ciencias Sociales	38012198	
NIVEL	DENOMINACIÓN CORTA		
Grado	Publicidad		
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Graduado o Graduada en Publicidad por la Universidad Europea de Canarias			
NIVEL MECES			
2 2			
RAMA DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO		
Ciencias Sociales y Jurídicas	No		
ÁMBITO DE CONOCIMIENTO			
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas			
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS	NORMA HABILITACIÓN		
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
JULIÁN MINGO GONZÁLEZ	Técnico de Innovación y Evaluación de Aprendizajes		
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
JUAN JOSÉ RODRÍGUEZ MARTÍN	Director de Innovación de Títulos y Evaluación de Aprendizajes		
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
CRISTIANA DANIELA PEREIRA TEIXEIRA DE OLIVEIRA	Rectora		
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
C/ Inocencio García, 1	38300	Orotava, La	630974958
E-MAIL	PROVINCIA	FAX	
juanjose.rodriguez3@universidadeuropea.es	Santa Cruz de Tenerife	000000000	
3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES			
De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley Orgánica 3/2018, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.			
El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.			
		En: Santa Cruz de Tenerife, AM 19 de febrero de 2024	
		Firma: Representante legal de la Universidad	



1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECIFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Publicidad por la Universidad Europea de Canarias	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

LISTADO DE MENCIONES

No existen datos

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

ÁMBITO DE CONOCIMIENTO

Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas

NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

AGENCIA EVALUADORA

Agencia Canaria de Calidad Universitaria y Evaluación Educativa

UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad Europea de Canarias

LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
079	Universidad Europea de Canarias

LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	60	6
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
96	66	12

LISTADO DE MENCIONES

MENCIÓN	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

1.3. Universidad Europea de Canarias

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS

CÓDIGO	CENTRO
38012198	Facultad de Ciencias Sociales

1.3.2. Facultad de Ciencias Sociales

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO

PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	VIRTUAL
Sí	No	No

PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS

PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	TERCER AÑO IMPLANTACIÓN
40	30	36



CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	TIEMPO COMPLETO	
43	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	60.0	72.0
RESTO DE AÑOS	60.0	72.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	24.0	60.0
RESTO DE AÑOS	24.0	60.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.uem.es/es/universidad-de-canarias		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
GENERALES
CG0 - 0
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
CT1 - Responsabilidad: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.
CT2 - Autoconfianza: Que el estudiante sea capaz de actuar con seguridad y con la motivación suficiente para conseguir sus objetivos.
CT3 - Conciencia de los valores éticos: Capacidad del estudiante para sentir, juzgar, argumentar y actuar conforme a valores morales de modo coherente, persistente y autónomo.
CT4 - Habilidades comunicativas: Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.
CT5 - Comprensión interpersonal: Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos, utilizando un estilo de comunicación asertivo.
CT6 - Flexibilidad: Que el estudiante sea capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas diversas. Supone valorar y entender posturas distintas adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera.
CT7 - Trabajo en equipo: Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.
CT8 - Iniciativa: Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.
CT9 - Planificación: Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas.
CT10 - Innovación-Creatividad: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE1 - Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y en la de Gestión de Proyectos y Clientes, dominando los aspectos económicos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria.
CE2 - Capacidad para gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso de planificación estratégica. Podrá supervisar con criterio los recursos estéticos aplicados a un proyecto para que cumplan los objetivos estratégicos previstos para el mismo.
CE3 - Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el Área Creativa siendo capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria. Será capaz de gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso creativo.
CE4 - Capacidad para aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto publicitario.



CE5 - Conocimientos para poder utilizar recursos informáticos y herramientas tecnológicas afines a la Publicidad que le sirvan como instrumento de trabajo para la correcta gestión de los clientes así como del correcto desarrollo de proyectos estratégicos y/o creativos de publicidad
CE6 - Conocimiento para manejar bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de la publicidad.
CE7 - Capacidad para asumir el liderazgo, la organización, coordinación y temporalización de las tareas en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficazmente y asumiendo principios de responsabilidad, para planificar la correcta ejecución de un proyecto publicitario.
CE8 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesional que se encarga de la atención al cliente de la agencia / empresa / organismo, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing, así como en temas relacionados con la creatividad y la expresión publicitaria, asegurándose su fidelización a través de su capacidad de relación e interacción fluida y competente.
CE9 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia). Tendrá capacidad de anticipación al mercado y la habilidad para la creación de nuevos soportes que permitan la mejor ejecución de cualquier campaña publicitaria.
CE10 - Capacidad y habilidad para hacer planteamientos estratégicos que ofrezcan soluciones de comunicación eficaces en el largo plazo, con el objetivo de conseguir el desarrollo sostenido de una marca.
CE11 - Capacidad para elaborar propuestas desarrolladas con pensamiento abstracto, crítico e innovador, basado en esquemas mentales que busquen soluciones a la propuesta comunicativa, y por lo tanto a la mayor eficacia publicitaria.
CE12 - Habilidad y capacidad de transmitir el planteamiento estratégico a todo el equipo, para alinear los recursos humanos en los conceptos, necesidades, y tangibles del anunciantes, y de esta forma de desarrollar una campaña acorde con las necesidades reales de la marca.
CE13 - Conocimiento de los límites legales y éticos de la publicidad.
CE14 - Conocimiento de la lengua inglesa, que le capacite para la comprensión oral y escrita de contenidos de carácter general expresados en este idioma y presentes en los medios de comunicación (con sus peculiaridades sintácticas, reglas pragmáticas, etc.).
CE15 - Capacidad de analizar, sintetizar y comunicar efectivamente contenidos de carácter muy diverso a públicos receptores igualmente diversos, para lograr una mayor efectividad en la campaña publicitaria al emitir un mensaje comercial acorde con las necesidades del anunciante.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

Criterios de acceso

Conforme al RD 412/2014, de 6 de junio, donde se regula la normativa básica de los procedimientos de admisión de enseñanzas universitarias de Grado, se amplían y detallan los mismos del siguiente modo:

Podrán acceder a los estudios universitarios oficiales de Grado en las Universidades españolas, en las condiciones que para cada caso se determinen en el presente real decreto, quienes reúnan alguno de los siguientes requisitos:

- Estudiantes en posesión del título de Bachiller del Sistema Educativo Español o de otro declarado equivalente.
- Estudiantes en posesión del título de Bachillerato Europeo o del diploma de Bachillerato internacional.
- Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios de Bachillerato o Bachiller procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad.
- Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios homologados al título de Bachiller del Sistema Educativo Español, obtenidos o realizados en sistemas educativos de Estados que no sean miembros de la Unión Europea con los que no se hayan suscrito acuerdos internacionales para el reconocimiento del título de Bachiller en régimen de reciprocidad, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 4.
- Estudiantes en posesión de los títulos oficiales de Técnico Superior de Formación Profesional, de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño o de Técnico Deportivo Superior perteneciente al Sistema Educativo Español, o de títulos, diplomas o estudios declarados equivalentes u homologados a dichos títulos, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 4.
- Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios, diferentes de los equivalentes a los títulos de Bachiller, Técnico Superior de Formación Profesional, Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del Sistema Educativo Español, obtenidos o realizados en un Estado miembro de la Unión Europea o en otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad, cuando dichos estudiantes cumplan los requisitos académicos exigidos en dicho Estado miembro para acceder a sus Universidades.
- Personas mayores de veinticinco años que superen la prueba de acceso establecida en este real decreto.



- h) Personas mayores de cuarenta años con experiencia laboral o profesional en relación con una enseñanza.
- i) Personas mayores de cuarenta y cinco años que superen la prueba de acceso establecida en este real decreto.
- j) Estudiantes en posesión de un título universitario oficial de Grado, Máster o título equivalente.
- k) Estudiantes en posesión de un título universitario oficial de Diplomado universitario, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico, Licenciado, Arquitecto, Ingeniero, correspondientes a la anterior ordenación de las enseñanzas universitarias o título equivalente.
- l) Estudiantes que hayan cursado estudios universitarios parciales extranjeros o españoles, o que habiendo finalizado los estudios universitarios extranjeros no hayan obtenido su homologación en España y deseen continuar estudios en una universidad española. En este supuesto, será requisito indispensable que la universidad correspondiente les haya reconocido al menos 30 créditos ECTS.
- m) Estudiantes que estuvieran en condiciones de acceder a la universidad según ordenaciones del Sistema Educativo Español anteriores a la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre.

Procedimiento general de admisión

Un estudiante que llega a la UEC para pedir información sobre una titulación es recibido por un asesor de admisiones. Estas personas explican cómo es el proceso de admisión y la documentación necesaria para iniciar los estudios en la Universidad Europea.

El procedimiento establecido en la Universidad para el acceso a través de esta vía será el siguiente:

1. El estudiante solicita al departamento de Admisiones el acceso al Grado acompañando la solicitud de un portfolio.
2. La solicitud se remite a la Facultad, desde donde se designa a una persona para comprobar que las evidencias presentadas en el portfolio se ajustan al Grado solicitado, procediendo a mantener una entrevista con el estudiante con el fin de evaluar competencias que requieren la observación directa y que están relacionadas con el éxito académico en el título en el que se solicita el acceso, así como para detectar necesidades específicas de formación.
3. La Universidad podrá establecer una prueba específica que garantice que el estudiante reúne las competencias mínimas para poder cursar el Grado.
4. La Universidad tiene previsto un proceso de admisión específico para los estudiantes internacionales.
5. A todos los estudiantes admitidos después del procedimiento de selección se les indica la admisión al título de Grado para el que hubieran realizado y superado pruebas de admisión.

Toda la información referente al proceso de admisión es pública y de libre acceso a través de la página web de la universidad <https://universidadeuropea.es/canarias> y accediendo a la normativa de admisiones publicada en el siguiente link: [Normativa Canarias](#)

En esta página informativa aparece el apartado de Admisiones/Proceso de Admisión en el que se describe el proceso de admisión al Grado:

- Acceso a mayores de 25 años
- Acceso a mayores de 40 años
- Acceso a mayores de 45 años

Un estudiante que llega a la UEC para pedir información sobre una titulación es recibido por un asesor universitario. Estas personas explicarán al estudiante cómo es el proceso de admisión y la documentación necesaria para iniciar los estudios en la Universidad Europea.

Cuando todos estos requisitos se han cumplido el Departamento de Admisión de Nuevos Estudiantes facilitará toda la documentación e impresos necesarios para poder formalizar la matrícula.

Procedimientos de acogida y orientación

Antes del inicio oficial del curso académico, todos los nuevos estudiantes matriculados reciben una comunicación informativa en la que se les indica la fecha, lugar y hora de una sesión de presentación y bienvenida de su titulación, en la que responsables académicos de la Facultad les dan las indicaciones más relevantes que deben conocer de cara al inicio de su actividad académica en la Universidad.

Procedimiento de ingreso

El ingreso en la Universidad Europea de Canarias dependerá de las plazas ofertadas y disponibles en la titulación, y del cumplimiento de los requisitos legales de acceso a la Universidad que contempla la legislación vigente.

Los/las estudiantes que se matriculan por primera vez en la UEC, siguen el procedimiento establecido por la Universidad que se describe a continuación:

1. Una vez presentada la solicitud de ingreso, con la documentación requerida en cada caso, es verificada por el servicio de admisiones incluyendo la declaración de aceptación y reconocimiento que ha sido informado de los recursos tecnológicos que precisará disponer para poder desarrollar la actividad docente virtual.
2. La Universidad Europea de Canarias ha establecido como prueba de ingreso un test de competencias y una entrevista y, en el caso de que la demanda supere a la oferta, valoración del expediente académico. Dichas pruebas serán realizadas desde el Departamento de Admisiones de la Universidad Europea de Canarias.

PRUEBAS DE INGRESO	Estudiante Preuniversitario	Estudiante universitario (cambio de titulación o universidad)	Titulado universitario
Test de competencias	Sí	Opcional (en función de los intereses del/la estudiante)	No
Entrevista	Sí	Sí	Sí



Las pruebas de admisión se pueden realizar de manera presencial, por teléfono u on-line.

La entrevista personal tiene el objetivo de evaluar la adecuación del perfil del estudiante para acometer con éxito el Grado propuesto y darle a conocer el perfil de egreso del titulado.

La entrevista se realizará mediante un cuestionario y será validada por personal cualificado de la Universidad.

En este último caso, para realizar el test de competencias, se le envía al futuro estudiante un enlace con claves personales para que lo pueda realizar.

En el caso en que la demanda supere a la oferta, se ponderarán los criterios de valoración de la siguiente forma:

- Nota media del expediente académico: 60%.
- Entrevista: 40%.

Para aquellos estudiantes que deseen cursar su programa en un idioma diferente al de su lengua materna, tendrán que tener un nivel B2 para acceder al título, las prácticas u otras actividades, por lo que se les realizará una prueba de evaluación del nivel de idioma si no disponen de un título que lo certifique.

1. El estudiante deberá realizar las pruebas específicas en el caso de que el Grado al que quiera acceder así lo establezca.

Para aquellos estudiantes que deseen cursar su programa en un idioma diferente al de su lengua materna, deberán tener un nivel B2 para acceder al título, las prácticas u otras actividades, por lo que tendrán que acreditar el nivel de idioma con un título oficial.

A todos los estudiantes admitidos después del procedimiento de ingreso se les indica la admisión al programa universitario para el que hubieran realizado y superado las pruebas de admisión

NORMATIVA GENERAL DE LA UNIVERSIDAD PARA LAS ENSEÑANZAS OFICIALES DE GRADO

Título I: De la admisión de alumnos

Artículo 1

Notificada la admisión del estudiante en la Universidad Europea de Canarias, la incorporación se hará efectiva una vez realizados los trámites de admisión correspondientes y una vez se haya formalizado la matrícula. Para ello será necesario acreditar la superación de las Pruebas de Acceso a la universidad, aquellas otras pruebas que permitan el acceso a la universidad, la titulación y los demás requisitos exigidos por la legislación vigente.

Artículo 2

Los estudiantes de primer curso deben matricularse en todos los créditos que para tal curso establece su plan de estudios. En el caso de estudiantes a tiempo parcial podrán matricularse en el mínimo que establece la normativa en el art. 8.

Artículo 3

La Universidad se reserva el derecho de admisión y el derecho a la no renovación de la matrícula anual de aquellos estudiantes cuyas conductas o hechos puedan suponer un mal ejemplo para la Universidad y para el resto de los estudiantes. De manera particular, se señalan:

- cualquier actuación, hecho o falta que contravenga el código ético de la Universidad.
- estar inculgado en un procedimiento penal por un delito doloso.
- cualquier otra conducta, hecho o situación que la Universidad considere que afecta al normal desarrollo de la actividad docente de sus estudiantes.

Criterios de admisión a la Universidad para Mayores de 25 Años.

Los candidatos que hayan cumplido los 25 años de edad en el año natural en que se realiza la prueba, y no tengan otra vía de acceso a la universidad, puede acceder mediante la Prueba de Mayores de 25 años de Acceso a la Universidad.

Dicha prueba se rige por el Real Decreto 412/2014 y por la normativa autonómica vigente.

Criterios de admisión a la Universidad para Mayores de 40 Años

Aspirantes con experiencia laboral y profesional en relación con una enseñanza, que no posean ninguna titulación académica habilitante para acceder a la universidad por otras vías y cumplan o hayan cumplido los 40 años de edad en el año natural de comienzo del curso académico.

Esto se aplica únicamente a las titulaciones que tengan prevista esta prueba en el plan de estudios y la experiencia profesional del estudiante esté relacionada con la titulación a la que desee acceder.

El aspirante debe acreditar la experiencia laboral y profesional, adjuntando junto con la solicitud un dossier de evidencias (portafolio) que incluya la siguiente información:

- Declaración jurada de que no poseen ninguna titulación académica habilitante para acceder a la universidad por otras vías.
- Carta de motivación, modelo facilitado para cumplimentar en Universidad Europea de Canarias.
- Vida Laboral.



- Curriculum Vitae.
- Evidencias documentales: cartas de recomendación, títulos de cursos de formación o cualquier otro documento que esté vinculado con el Grado al que se solicita el acceso.
- Idiomas

Al candidato se le hará una entrevista con el fin de evaluar competencias que requieren la observación directa, y que están relacionadas con el éxito académico en el título para el que solicita el acceso, así como para detectar necesidades específicas de formación.

Se realizará un Informe valorativo de todas las pruebas que incluirá los resultados de:

- Documentación presentada (portafolio)
- Prueba escrita.
- Entrevista.

En su caso podrán ser exigibles complementos formativos para el acceso a determinadas titulaciones.

Toda esta información está publicada en la página web de la universidad: [Proceso de admisión | Universidad Europea](#).

Criterios de admisión a la Universidad para Mayores de 45 Años

La Prueba de Acceso para Mayores de 45 años está destinada a personas que, cumplan o hayan cumplido los 45 años de edad en el año natural de comienzo del curso académico y que no tengan otro acceso legal a la universidad.

La Prueba de Acceso para Mayores de 45 años en la Universidad Europea se rige por el Real Decreto 412/2014 y por la normativa autonómica vigente.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

Una vez matriculados, los/as estudiantes disponen de medios para introducirse en la dinámica de sus respectivas Facultades o Escuelas. Así sucede en el acto de apertura organizado por la Facultad/Escuela al inicio del curso, en el que se realiza la presentación y explicación del programa formativo, tanto en lo correspondiente a objetivos, métodos de aprendizaje y formas de evaluación, como a los recursos para la enseñanza e instalaciones.

Además, existen tutorías académicas por cada materia para el seguimiento personalizado de cada alumno, donde el profesor podrá ayudarle a diseñar un plan a medida que les facilite adquirir el nivel adecuado de base para cada materia. Tal necesidad se puede detectar mediante un examen de nivel o por la estrecha relación profesor-alumno a través de la evaluación continua en los primeros estadios del Grado.

El/la estudiante sigue recibiendo de la Universidad un apoyo constante para su aprendizaje. Entre los distintos recursos a disposición del alumnado, podemos destacar los siguientes:

Servicio de Admisión a Nuevos estudiantes

El equipo del servicio de Admisiones cubre la atención de todas aquellas consultas procedentes de alumnos interesados en matricular cualquier Titulación en nuestra Universidad.

Además de proporcionar toda la información referente a nuestra Oferta Académica, posibilidades de reconocimiento de asignaturas y requisitos específicos de acceso para cada programa, gestiona las pruebas de orden administrativo con impacto en el expediente académico del estudiante, ofrece atención administrativa dirigido a la matriculación final del estudiante.

Área de Servicios al estudiante

El área de Servicios al Estudiante ofrece un servicio integral, adaptado a las distintas necesidades y circunstancias con las que podrán encontrarse nuestros estudiantes a lo largo de su estancia en la Universidad Europea de Canarias, desde su primera matriculación hasta la gestión de su título académico oficial. El área agrupa a todos los servicios de orden administrativo con impacto en el expediente académico del estudiante, ofrece atención personalizada tanto de carácter académico como administrativo y colabora / organiza las diferentes actividades de carácter deportivo, cultural o lúdico que forman parte de la experiencia integral universitaria.

Puntos de Atención al Estudiante

Es el punto de contacto inicial con el estudiante. Desde este Departamento se da respuesta a las consultas generales de los estudiantes o, en su caso, canaliza y hace seguimiento de otras consultas que deban ser atendidas por otros equipos o Áreas de la Universidad, velando por unos niveles y tiempos de respuesta adecuados y orientados a la necesidad de cada estudiante.

El estudiante accede a Atención a Estudiante por diversas vías:

- Atención diaria presencial en cualquiera de los Campus de la Universidad.
- Telefónica.
- Correo electrónico.
- A través del sistema de consultas online con acceso desde la website de la Universidad.

Además de la atención e información general al estudiante, realiza, entre otras, las siguientes gestiones:

- Consultas y entrega de certificados.
- Consultas sobre información económica.
- Información sobre becas y ayudas al estudio.
- Recepción, trámite y seguimiento de consultas online.
- Atención, recepción y monitorización sobre posibles reclamaciones y quejas.
- Solicitud e información sobre el carné universitario.
- Inscripción de actividades extra académicas.



Matriculación

Gestiona la matrícula de estudiantes matriculados en años anteriores, así como la matrícula de los estudiantes de nuevo ingreso. la matrícula de cada estudiante desde su ingreso en la Universidad. A partir de ese momento y durante los cursos sucesivos, coordina la documentación inherente al acto de matrícula, gestiona las acciones derivadas de las posibles modificaciones durante cada curso, informa a los estudiantes sobre plazos oficiales y de modificación, monitoriza y da respuesta a las solicitudes de reconocimiento de asignaturas.

Convalidaciones

Gestión de solicitud de reconocimientos, reclamo de documentación, comunicación al estudiante e introducción de la resolución en su expediente académico. La Universidad dispone de plataformas online tanto para las solicitudes de matrícula, modificación y reconocimiento (convalidación) de asignaturas, así como de asistencia presencial y telefónica para asesoramiento y resolución de dudas durante los procesos.

Secretaría académica

Secretaría Académica es el departamento encargado de la gestión académica de cada estudiante, desde su ingreso hasta la expedición de su Título, conforme a la normativa de la universidad. Para proporcionar una atención plenamente adaptada a las necesidades de los estudiantes cuenta con unidades especializadas para cada servicio:

- Gestión académica: es responsable de los expedientes de los estudiantes, custodia las actas y tramita la expedición de certificados.
- Responsable de la revisión del Requisito Legal de Acceso de los estudiantes de nuevo ingreso.
- Títulos: se encarga de la expedición y registro de títulos oficiales y propios.
- Becas: tramita las ayudas solicitadas a los distintos organismos oficiales, en especial las concedidas por el Ministerio de Educación y las de la propia Universidad.
- Seguro escolar: emite los certificados de seguro escolar que el estudiante solicita expresamente a través de la plataforma de solicitud de certificados.

Área de Orientación Educativa

Dentro del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y Vida Universitaria se encuentra la Unidad de Experiencia del Estudiante, cuya misión es acompañar y capacitar al estudiante durante su experiencia universitaria, proporcionándole oportunidades para su desarrollo académico, personal y profesional.

En dicha Unidad se encuentra el área de Orientación Educativa, desde la cual se ofrece a los estudiantes los siguientes servicios:

1) Apoyo a estudiantes con bajo rendimiento académico:

- Seguimiento especial de estudiantes con bajo rendimiento y riesgo de incumplir la normativa de permanencia en la Universidad.
- Diseño de planes académicos de retención personalizados.

2) Orientación educativa y profesional:

- Orientación al estudiante sobre la evolución de su currículum académico.
- Apoyo para estudiantes de primero y segundo de grado en la planificación del tiempo, así como en la mejora de sus hábitos y técnicas de estudio.
- Orientación al estudiante en aspectos relativos a proyectos futuros, estudios de doctorado y posgrado.
- Orientación profesional.

3) Coaching:

- Establecimiento junto con el estudiante de sus objetivos para el curso académico, incluyendo metas personales y profesionales.
- Seguimiento de los objetivos establecidos a lo largo del curso con cada estudiante (balance de cada semestre).
- Revisión del progreso académico del estudiante y de los objetivos de su plan de acción, valorando adaptaciones para la etapa final de curso.
- Identificación de puntos fuertes y necesidades del estudiante para reforzar sus competencias a lo largo de su vida universitaria.

Unidad de Prácticas

Es el departamento encargado de la gestión de prácticas, curriculares y extracurriculares, de todos los alumnos de la Universidad Europea, a través del establecimiento de convenios específicos con Empresas y/o Instituciones. Además, dan apoyo en la búsqueda de becas y de empleo.

Todos los alumnos de la Universidad Europea, menores de 28 años, tienen cubiertos los posibles riesgos de accidentes durante la realización de las prácticas por un seguro escolar. Para alumnos mayores de 28 años y alumnos de postgrado, la Universidad contrata una póliza privada para cubrir posibles riesgos.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
30	48

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	15

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional



MÍNIMO	MÁXIMO
0	36

Reconocimiento de créditos por enseñanzas superiores no universitarias.

Min: 30 ECTS Max: 48 ECTS

A estos efectos se señala, que se ha elaborado un borrador de Convenio con la Consejería de Educación, Universidades y Sostenibilidad del Gobierno de Canarias cuyo objeto es el desarrollo de actuaciones conjuntas dirigidas al análisis y establecimiento del régimen de convalidaciones y reconocimiento de estudios entre las enseñanzas universitarias de grado de la Universidad Europea de Canarias, una vez que sean autorizadas, y las enseñanzas conducentes a títulos de técnico superior del sistema educativo.

A continuación se adjuntan propuestas de tablas de reconocimientos que se propondrán a la autoridad educativa, una vez sea aprobado el Grado.

Módulos Profesionales del Ciclo Formativo				Asignaturas del Título Universitario		Tipo de asignatura (1)	Créditos a reconocer	
Gestión de aprovisionamiento + Proyecto empresarial				Gestión empresarial		Ba	6	
Gestión financiera				Análisis financiero en marketing		Op	6	
Formación y orientación laboral				Actividades universitarias		Op	6	
Formación en centros de trabajo				Prácticas externas		Ob	6	
				Prácticas externas II		Op	6	
Total Créditos Asignaturas Formación básica propia rama	6	Total Créditos Asignaturas Obligatorias	6	Total Créditos Asignaturas Optativas	18	Total Créditos Asignaturas Formación básica otra rama	0	30

Ba =Básica Ob = Obligatoria Op = Optativa

Módulos Profesionales del Ciclo Formativo				Asignaturas del Título Universitario		Tipo de asignatura	Créditos a reconocer	
Imagen fotográfica				Fotografía publicitaria		Op	6	
Medios y Lenguajes de comunicación audiovisual				Redacción publicitaria		Op	6	
Imagen audiovisual				Creación y desarrollo visual		Op	6	
Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa				Gestión empresarial		Ba	6	
Medios fotográficos audiovisuales+ Aplicaciones fotográficas				Creatividad en formatos audiovisuales		Op	6	
Relaciones en el entorno de trabajo+				Actividades universitarias		Op	6	
Formación y orientación laboral ++ Iluminación de espacios escénicos								
Formación en centros de trabajo				Prácticas externas		Ob	6	
				Prácticas externas II		Op	6	
Total Créditos Asignaturas Formación básica propia rama	6	Total Créditos Asignaturas Obligatorias	6	Total Créditos Asignaturas Optativas	36	Total Créditos Asignaturas Formación básica otra rama	0	48

Reconocimiento de créditos por experiencia profesional

Min: 0 Max: 30 ECTS

Con objeto de hacer efectiva la movilidad de estudiantes tanto dentro del territorio nacional como fuera de él, la Universidad conforme a su normativa interna y legislación vigente, que hará pública en su página web, valorará los créditos que pueden ser objeto de transferencia y de reconocimiento a la vista del expediente y de los documentos académicos oficiales del estudiante y relativos a las enseñanzas oficiales cursadas.



A estos efectos, **la transferencia de créditos** implica que, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, se incluirán la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en ésta u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

Asimismo, **el reconocimiento de créditos** supone la aceptación por parte de la universidad de los créditos que, habiendo sido obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales, en ésta u otra universidad, son computados en otras distintas a efectos de la obtención de un título oficial.

Conforme a la normativa vigente, Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, los títulos propios universitarios y la experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser objeto de reconocimiento en forma de créditos, y computará a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título, con un máximo de un 15% de los créditos que constituye el plan de estudios. En ningún caso se podrá reconocer el trabajo de fin de grado.

No obstante, los créditos procedentes de títulos propios podrán, excepcionalmente, ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al señalado, o ser objeto de reconocimientos en su totalidad siempre que el título propio haya sido extinguido y sustituido por un título oficial.

En concreto, los créditos se reconocen con arreglo a las siguientes reglas básicas:

- Si la titulación de origen pertenece a la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas, serán objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a las materias básicas de la citada rama.
- Serán también objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas otras materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento del título al que se pretende acceder.
- El resto de los créditos serán reconocidos por la universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y los conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o bien que tengan carácter transversal.

Así mismo, serán objeto de reconocimiento los créditos obtenidos por la participación de los estudiantes en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación hasta un máximo de 6 créditos del total del plan de estudios (Art. 46.2.i. de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre).

Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursados en cualquier universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente título, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título.

4.5 CURSO DE ADAPTACIÓN PARA TITULADOS

No procede



5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS	
Ver Apartado 5: Anexo 1.	
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS	
Lecciones magistrales	
Seminarios, foros y/o mesas redondas	
Trabajo personal en grupo	
Investigaciones	
Visitas externas	
Tutorías	
Ejercicios prácticos y participación oral	
Estudio autónomo	
Presentación y Defensa Proyecto Fin de Grado	
Resolución de problemas/Trabajos dirigidos	
Rol playing / Debates / Coloquios	
Análisis de casos/trabajos en grupo/investigaciones	
Debates, coloquios y participación oral	
Exposición de trabajos	
Trabajos dirigidos y resolución de problemas	
Clases magistrales asíncronas	
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES	
Clase magistral	
Método del caso	
Aprendizaje cooperativo	
Aprendizaje basado en problemas (ABP)	
Entorno de simulación en estudios y aulas tecnológicas	
Práctica en laboratorio de medios	
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN	
Presentación y defensa Proyecto Fin de Grado	
Informe del tutor de prácticas profesionales	
Pruebas de conocimiento	
Exposiciones orales	
Portafolio	
Caso/Problema	
Prácticas en laboratorio	
Debate	
Observación del desempeño	
5.5 NIVEL 1: DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD	
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1	
NIVEL 2: Desarrollo de la creatividad	
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2	
CARÁCTER	Según Asignaturas
ECTS NIVEL 2	36
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral	



ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	24	24
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Pensamiento crítico		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Técnicas de Creación		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9



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



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



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> • Comprensión de las bases teórico-prácticas de la creatividad. • Conocimiento de las herramientas tecnológicas aplicadas a la creatividad. • Será capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales y de mercado propios de la profesión publicitaria. • Será capaz de aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto publicitario. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Materia 1: Pensamiento creativo. El mundo de las ideas. ¿Qué es una idea?. El proceso creativo. Desarrollo de una actitud creativa. Aprender a pensar. La inspiración, La simplicidad. Reconocimiento de bloqueos. Pensamiento divergente, paralelo y lateral. Materia 2: Técnicas de Creación. Conocimiento y aplicación de las técnicas de creación aplicadas a la Publicidad. Conocimiento del proceso creativo publicitario. Materia 3: Creación y Desarrollo Visual. Conceptos fundamentales de la imagen digital. Modelos de color y formatos de imagen. Visualización, ayudas y organización del área de trabajo. Trabajo con selecciones. Herramientas de retoque y ajustes de color. Ejercicios prácticos y trucos. Materia 4: Teoría de la Percepción Visual. Introducción a la teoría de la percepción visual. Elementos de composición de la percepción. Variables compositivas de la percepción visual publicitaria. Elementos compositivos, volúmenes espacios, colores, perspectivas, proximidades, tañamos, centro geométricos. Atención en la percepción publicitaria. Memoria en la percepción publicitaria. Comprensión en la percepción publicitaria. Materia 5: Creatividad en Formatos Audiovisuales. Introducción a la creatividad audiovisual. Introducción al programa AVID. Tipología y estructura del medio audiovisual en el campo publicitario. AVID aplicado al sistema publicitario. Estructura creativa de una pieza audiovisual publicitaria. Aplicación creativa a los diferentes medios audiovisuales. Plan de presentación operativo del contenido de las piezas publicitarias audiovisuales. Presentación de un proyecto publicitario a través de AVID. Materia 6: Fundamentos de la estrategia publicitaria. El concepto Estrategia y sus antecedentes históricos. Estrategia Publicitaria. La figura del Planificador Estratégico (funciones y responsabilidades). La planificación y metodologías de planificación. La necesidad del Planificador Estratégico en la Agencia de Publicidad.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>UNIDAD TEMPORAL Materia 1 Pensamiento creativo 6 ECTS (150 h) Obligatoria Año 1 (Trimestres 1,2 o 3) Materia 2 Técnicas de creación 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 3 Creación y desarrollo visual 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 4 Teoría de la percepción visual 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 5 Creatividad en formatos audiovisuales 6 ECTS (150 h) Optativa Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12) Materia 6 Fundamentos de la estrategia publicitaria 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9)</p>		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT2 - Autoconfianza: Que el estudiante sea capaz de actuar con seguridad y con la motivación suficiente para conseguir sus objetivos.		
CT4 - Habilidades comunicativas: Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.		
CT5 - Comprensión interpersonal: Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos, utilizando un estilo de comunicación asertivo.		
CT6 - Flexibilidad: Que el estudiante sea capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas diversas. Supone valorar y entender posturas distintas adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera.		
CT7 - Trabajo en equipo: Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.		



CT8 - Iniciativa: Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.		
CT9 - Planificación: Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas.		
CT10 - Innovación-Creatividad: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Capacidad para gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso de planificación estratégica. Podrá supervisar con criterio los recursos estéticos aplicados a un proyecto para que cumplan los objetivos estratégicos previstos para el mismo.		
CE3 - Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el Área Creativa siendo capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria. Será capaz de gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso creativo.		
CE4 - Capacidad para aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto publicitario.		
CE5 - Conocimientos para poder utilizar recursos informáticos y herramientas tecnológicas afines a la Publicidad que le sirvan como instrumento de trabajo para la correcta gestión de los clientes así como del correcto desarrollo de proyectos estratégicos y/o creativos de publicidad		
CE6 - Conocimiento para manejar bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de la publicidad.		
CE7 - Capacidad para asumir el liderazgo, la organización, coordinación y temporalización de las tareas en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficazmente y asumiendo principios de responsabilidad, para planificar la correcta ejecución de un proyecto publicitario.		
CE9 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).Tendrá capacidad de anticipación al mercado y la habilidad para la creación de nuevos soportes que permitan la mejor ejecución de cualquier campaña publicitaria.		
CE11 - Capacidad para elaborar propuestas desarrolladas con pensamiento abstracto, crítico e innovador, basado en esquemas mentales que busquen soluciones a la propuesta comunicativa, y por lo tanto a la mayor eficacia publicitaria.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Seminarios, foros y/o mesas redondas	70	60
Tutorías	100	20
Ejercicios prácticos y participación oral	190	40
Estudio autónomo	60	0
Resolución de problemas/Trabajos dirigidos	120	70
Rol playing / Debates / Coloquios	100	50
Análisis de casos/trabajos en grupo/ investigaciones	200	60
Clases magistrales asíncronas	60	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Método del caso		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje basado en problemas (ABP)		
Entorno de simulación en estudios y aulas tecnológicas		
Práctica en laboratorio de medios		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA



Pruebas de conocimiento	10.0	20.0
Exposiciones orales	15.0	30.0
Portafolio	10.0	20.0
Caso/Problema	10.0	20.0
Prácticas en laboratorio	20.0	30.0
Debate	10.0	20.0
Observación del desempeño	15.0	25.0
5.5 NIVEL 1: FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Fundamentos de la comunicación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Según Asignaturas	
ECTS NIVEL 2	18	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	6	30
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
30		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Introducción al marketing		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Psicología del Consumidor		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Métodos de Investigación Social		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	



No	No	
NIVEL 3: Evolución y perspectiva histórica		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Técnicas y estrategias de la comunicación		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Opinión pública		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL



Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer y manejar los diferentes métodos y técnicas de investigación social existentes. • Saber realizar una investigación y aplicarla en el desarrollo de la actividad profesional. • Capacidad de desarrollar criterios propios, coherentes y argumentados sobre los procesos sociales para entender el proceso de comunicación y sus finalidades. • Dominio de los fundamentos del comportamiento del consumidor, sabiendo analizar y relacionar las variables individuales que influyen en su conducta (motivación, emoción y personalidad) y aplicarlos al ámbito de la publicidad. • Saber valorar la incidencia que tienen los aspectos psicosociales sobre la conducta de consumo de los individuos. • El estudiante tendrá la capacidad y habilidad para ejercer como profesional que se encarga de la atención al cliente de la agencia / empresa / organismo, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Materia 1: Introducción al Marketing. Los principales contenidos de esta materia son: conceptos generales de marketing y marketing mix, satisfacción del consumidor, valor y fidelización, planificación estratégica orientada al mercado, relación con la competencia, posicionamiento, desarrollo de nuevos productos, investigación en marketing. Se orientan a favorecer especialmente las competencias de habilidades comunicativas y de comprensión interpersonal, innovación y creatividad, habilidades comerciales y de trabajo en equipo.</p> <p>Materia 2: Psicología del Consumidor. Los principales contenidos de esta materia son: fundamentos y los principios básicos y conceptuales de la psicología. Fundamentos de la investigación científica de la psicología y conducta del consumidor. Aspectos psicológicos y psicosociales que influyen en la conducta del consumidor. Diseños, estrategias y técnicas de investigación psicológica. Análisis de resultados de la investigación. Presentación de informes.</p> <p>Se orientan a favorecer especialmente las competencias en pensamiento estratégico, trabajo en equipo y de habilidades comunicativas.</p> <p>Materia 3: Métodos de investigación social. Análisis de la opinión en la sociedad y en los medios de comunicación. Introducción a las técnicas de investigación social y de mercados. Proceso operativo de una campaña de investigación social. Introducción a la estadística descriptiva aplicada a la investigación social y de mercados. Técnicas cualitativas de investigación social. Técnicas cuantitativas de investigación social. Métodos y técnicas de investigación social y de mercados. Investigación en la respuesta de la comunicación empresarial y por objetivos. Nuevas técnicas de investigación social y empresarial.</p> <p>Se orientan a favorecer especialmente las competencias en pensamiento estratégico, habilidades de coordinación y gestión de proyectos, y de planificación.</p> <hr/> <p>Materia 4: Evolución y perspectiva histórica. Descripción y análisis del desarrollo de la comunicación, y en concreto de la publicidad, en el mundo moderno, detallando las influencias mutuas que se dan entre los desarrollos sociales, políticos, económicos y la evolución en la comunicación, y en concreto, en la publicidad. Materia 5: Técnicas y estrategias de la comunicación. Esta materia tiene como principales objetivos: análisis de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como sus métodos de trabajo, documentación, e investigación para permitir un conocimiento y entendimiento globalizado del fenómeno de la comunicación humana, referido no solo al hecho comunicativo, sino también a la realidad social de la Información. Estudio histórico de los distintos sistemas y medios de comunicación desde sus orígenes y las implicaciones producidas por ellos en el desarrollo político, económico y social en la sociedad humana en sus diferentes etapas de evolución. Materia 6. Opinión pública. Análisis de la opinión en la sociedad y en los medios; fundamentación de la retórica y la persuasión como técnicas de comunicación pública. Dinámicas y diseño de la comunicación para influir en la conducta humana; conocimiento teórico general de las figuras retóricas de comunicación por objetivos; herramientas y efectos persuasivos que produce en el receptor.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		



Materia 1 Introducción al marketing 6 ECTS (150 h) Básica Año 1 (Trimestres 1, 2 o 3) Materia 2 Comportamiento del consumidor 6 ECTS (150 h) Básica Año 2 (Trimestres 4, 5 o 6)
Materia 3 Investigación de mercados 6 ECTS (150 h) Básica Año 2 (Trimestres 4, 5 o 6)

Materia 4 Evolución y perspectiva histórica 6 ECTS (150 h) Obligatoria Año 2 (Trimestres 4, 5 o 6) Materia 5 Técnicas y estrategias de la comunicación 6 ECTS (150 h) Obligatoria Año 2 (Trimestres 4, 5 o 6) Materia 6 Opinión pública 6 ECTS (150 h) Obligatoria Año 2 (Trimestres 4, 5 o 6)

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Responsabilidad: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.

CT4 - Habilidades comunicativas: Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.

CT5 - Comprensión interpersonal: Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos, utilizando un estilo de comunicación asertivo.

CT7 - Trabajo en equipo: Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.

CT8 - Iniciativa: Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.

CT9 - Planificación: Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas.

CT10 - Innovación-Creatividad: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y en la de Gestión de Proyectos y Clientes, dominando los aspectos económicos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria.

CE5 - Conocimientos para poder utilizar recursos informáticos y herramientas tecnológicas afines a la Publicidad que le sirvan como instrumento de trabajo para la correcta gestión de los clientes así como del correcto desarrollo de proyectos estratégicos y/o creativos de publicidad

CE6 - Conocimiento para manejar bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de la publicidad.

CE9 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia). Tendrá capacidad de anticipación al mercado y la habilidad para la creación de nuevos soportes que permitan la mejor ejecución de cualquier campaña publicitaria.

CE10 - Capacidad y habilidad para hacer planteamientos estratégicos que ofrezcan soluciones de comunicación eficaces en el largo plazo, con el objetivo de conseguir el desarrollo sostenido de una marca.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Seminarios, foros y/o mesas redondas	90	60
Tutorías	100	20
Ejercicios prácticos y participación oral	150	40
Estudio autónomo	120	0



Resolución de problemas/Trabajos dirigidos	200	70
Rol playing / Debates / Coloquios	120	50
Análisis de casos/trabajos en grupo/ investigaciones	80	60
Clases magistrales asíncronas	40	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Método del caso		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje basado en problemas (ABP)		
Entorno de simulación en estudios y aulas tecnológicas		
Práctica en laboratorio de medios		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas de conocimiento	10.0	20.0
Exposiciones orales	15.0	30.0
Caso/Problema	10.0	20.0
Debate	10.0	20.0
Observación del desempeño	15.0	25.0
5.5 NIVEL 1: PUBLICIDAD		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Publicidad		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Según Asignaturas	
ECTS NIVEL 2	30	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
30	30	18
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
18	84	84
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
42	42	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estructura de Mercados		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		



CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Gestión de Productos y Marcas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Comunicación Empresarial		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	6	



ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Técnicas de Percepción Social		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Procesos de Trabajo en Agencias de Publicidad		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Publicidad en Entornos Digitales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Medios, Soportes y Formatos Publicitarios		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS



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



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



NIVEL 3: Diseño publicitario multimedia		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Identidad visual corporativa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Redacción publicitaria		



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



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



Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Marketing estratégico en entornos internacionales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Distribución, producto y envase		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral



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



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



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



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



6	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Investigación Estratégica de Medios y Soportes		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la filosofía actual de la publicidad, por lo que el alumno lleva asumida la esencia de su existencia • Ser capaz de entender todo el sistema publicitario actual, sus estructuras y procesos de trabajo • Ser capaz de desencadenar capacidades comunicativas y de trabajo en equipo sobre proyectos de publicidad en todas sus variantes • Capacidad de gestionar y planificar proyectos integrales de comunicación en todos los soportes, medios y formatos, incluyendo el desarrollo de las marcas de los clientes • Capacidad de análisis e interpretación de la comunicación por efectos en el receptor • Ser capaz de entender todo el sistema de captación, entendimiento y memoria del receptor sobre los mensajes publicitarios persuasivos • Capacidad de conciencia perceptiva de los estímulos y efectos que producen las herramientas conceptuales y de creación publicitarias, para poder desencadenar una óptima utilización de los recursos persuasivos en función de las necesidades del anunciante y las peculiaridades de su producto y de su marca. • Comprensión de las bases teórico-prácticas de la creatividad publicitaria. • Conocimiento de las herramientas tecnológicas de creación publicitaria del momento y de sus aplicaciones prácticas. • El estudiante sabrá gestionar proyectos multidisciplinares en el Área Creativa. • Será capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales y de mercado propios de la profesión publicitaria. • Tendrá capacidad para definir y gestionar presupuestos de comunicación y la correcta imputación de los costes de los aspectos creativos asociados a los proyectos. • Será capaz de identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso creativo y reforzando la reputación e imagen de marca de la misma. 		



- Será capaz de ejercer de forma autónoma la profesión, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.
- Será pleno conocedor del departamento creativo y será capaz de dominar su funcionamiento, a la vez que tendrá la visión completa del resto de la organización empresarial publicitaria.
- Será capaz de definir y gestionar los recursos estéticos y creativos, tanto en formato gráfico como en textos, propios de la publicidad y la correcta aplicación de los mismos.
- Será capaz de aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto publicitario.
- El estudiante sabrá gestionar proyectos multidisciplinarios en el área estratégica y de gestión de clientes.
- Tendrá capacidad para definir y gestionar presupuestos de comunicación y la correcta imputación de los costes de los aspectos de gestión y estrategia asociados a los proyectos.
- Será capaz de identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso estratégico y de gestión, reforzando la reputación e imagen de marca de la misma.

Será capaz de ejercer de forma autónoma la profesión, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.

- Será pleno conocedor del departamento estratégico y de gestión de clientes y será capaz de dominar su funcionamiento, a la vez que tendrá la visión completa del resto de la organización empresarial publicitaria.
- Capacidad para resolver los problemas de comunicación de las empresas teniendo en cuenta las entidades emisoras, estrategias de marketing, objetivos de comunicación y públicos a los que se dirigen.
- Ser capaz de entender la esencia de los formatos publicitarios actuales convencionales y no convencionales.
- Ser capaz de manejar con soltura la esencia cognitiva y pragmática de los objetivos, estrategias y tácticas.
- Capacidad de pensar de forma metodológica y orientada hacia la estrategia global.
- Conocimiento de clasificaciones operativas de los medios y los soportes publicitarios.
- Conocer profundamente cada uno de los medios convencionales y no convencionales.
- Conocer los programas informáticos básico en el proceso de planificación de medios.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Materia 1: Estructura de mercados. Los principales contenidos de esta materia son: Conocer la organización y estructura de los grupos sociales que conforman los sistemas empresariales e instituciones y de empresas internacionales, profundizando en el análisis de las políticas de empresas, mercados, naturaleza de los grupos e instituciones, áreas de influencia, sistemas de regulación. Analizar el engranaje económico de conexión de las empresas y sus mercados. Estudio de las técnicas de empresas orientadas a la proyección de ideas y de productos, eventos, en el entorno de un mercado globalizado. Visión general de la industria de la proyección de ideas y productos en España y a nivel internacional, tanto desde el punto de vista de sus estructuras organizativas como desde la perspectiva de su funcionamiento de mercados.

Materia 2: Gestión de Productos y Marcas. Bases teóricas de la Publicidad; visión general de los sistemas publicitarios y las marcas; principios de las estructuras organizativas y su funcionamiento; definición de los actores principales; introducción a la gestión de productos y marcas; desarrollo del vocabulario propio de las actividades publicitarias; agentes que intervienen en el proceso publicitario: agencia, anunciante, medios de comunicación Se orientan a favorecer especialmente las competencias en pensamiento estratégico, planificación y responsabilidad.

Materia 3: Comunicación Empresarial. Introducción al funcionamiento de la teoría y práctica de la comunicación empresarial e institucional en sus estructuras organizativas; conceptos y vocabulario propios de la actividad de comunicación institucional; determinar el objetivo de la comunicación de las empresas en su ámbito de actuación; diseño, elaboración, implementación y medición de un plan de proyección interna, intermedia y externa; herramientas prácticas de la Comunicación empresarial; situación, objetivos, público, estrategia y tácticas de proyección de la comunicación integral.

Se orientan a favorecer especialmente las competencias de habilidades comunicativas y de comprensión interpersonal, y de pensamiento estratégico.

Materia 4: Técnicas de percepción social. Dinámicas y diseño de la comunicación social para influir en la conducta humana; conocimiento teórico general de las figuras retóricas de comunicación y la percepción social por objetivos; herramientas y efectos persuasivos que produce en el receptor; herramientas de argumentación social (compra por impulso, compra racional); figuras retóricas de comunicación social; figuras retóricas aplicadas a la creatividad de mensajes sociales y publicitarios; interpretación de las figuras retóricas en la aplicación de la percepción social.

Se orientan a favorecer especialmente las competencias de habilidades comunicativas y autoconfianza.

Materia 5: Procesos de Trabajo en Agencias de Publicidad. Informe de especificaciones por parte del anunciante/ empresa; documento resumen realizado por la Agencia (estrategia a seguir); conceptualización creativa; aproximación a la dirección de arte y a la redacción publicitaria; presentaciones; argumentarios y charts estratégicos; producción; selección de portafolios/ rodajes/cuñas/fotografía; arte final: ferros, cromalines, correcciones, etc.; presupuestos. Se orientan a favorecer especialmente las competencias profesional, de gestión, planificación, responsabilidad y trabajo en equipo. **Materia 6: Publicidad en Entornos Digitales.** Qué es la era digital; redes de comunicación: Internet, redes GSM. Redes sociales; formatos en línea; aplicación de productos y servicios a las redes; nuevos formatos y plataformas digitales aplicados a la publicidad: televisión digital e interactiva, faldones y robopáginas electrónicos, mensajes instantáneos, microespacios, enlaces, etc.; desarrollo de proyectos en línea; aplicación de productos y servicios a las redes; formatos en línea. Se orientan a favorecer especialmente las competencias de técnicas comunicativas y de pensamiento estratégico. **Materia 7: Medios, Soportes y Formatos Publicitarios.** Introducción de los medios publicitarios; introducción de los soportes publicitarios; visión vanguardista de los soportes; soportes y medios de guerrilla actuales; taxonomía de los soportes y el desarrollo publicitario; desarrollo de los soportes publicitarios aplicados a la publicidad; diseño de nuevos soportes publicitarios; introducción a una operativa planificación de medios. Se orientan a favorecer especialmente las competencias tecnológica, profesional y de gestión. **Materia 8: Gestión Estratégica de las Relaciones Públicas.** Proceso práctico de las relaciones públicas y de la comunicación institucional, empresarial o corporativa; plan estratégico de relaciones públicas; conceptualización, proceso, desarrollo, implementación y evaluación de una campaña de relaciones públicas; estudio y aplicación de mapa de públicos en comunicación corporativa, institucional o empresarial. Se orientan a favorecer especialmente las competencias en pensamiento estratégico, profesional y de gestión, trabajo en equipo. **Materia 9: Producción Publicitaria.** Legislación específica en la materia. Remuneraciones, salario o cantidad estipulada al mes/año, descuento de agencia/medios y otras nociones de contabilidad aplicada. Cómo negociar: estrategias de comunicación y recursos de expresión oral. El arte final: colores directos, cuatricromías, troqueles, resoluciones, formatos de audio, vídeo e imagen, etc. Introducción a la técnica fotográfica, ilustración y realización. Se orientan a favorecer especialmente las competencias profesionales, de gestión, planificación, responsabilidad y trabajo en equipo. **Materia 10: Dibujo Publicitario por Ordenador.** Introducción al programa. Conceptos básicos. Visualización de la ventana del documento. Dibujo y relleno de formas. Color. Texto. Técnicas prácticas. Se orientan a favorecer especialmente las competencias tecnológicas y autoconfianza. **Materia 11: Fotografía Publicitaria.** La iluminación. Cámaras y formatos. Fotografía de moda, belleza y retrato de autor. Aplicaciones de las principales técnicas fotográficas al ámbito publicitario. Se orientan a favorecer especialmente las competencias tecnológicas, planificación y autoconfianza. **Materia 12: Diseño Publicitario Multimedia.** Herramientas: uso y manejo del lenguaje HTML+CSS. Herramientas: uso y manejo del programa Dreamweaver. Información teórica sobre los formatos publicitarios en línea. Información teórica y aplicaciones prácticas sobre las posibilidades creativas del entorno en línea. Se orientan a favorecer especialmente las competencias tecnológica y autoconfianza. **Materia 13: Identidad Visual Corporativa.** Creación de marcas, logotipos. Creación de manuales de imagen corporativa. Creación de manual de identidad visual corporativa. Se orientan a favorecer especialmente las competencias profesional y de gestión, trabajo en equipo, y habilidades comunicativas. **Materia 14: Redacción Publicitaria.** Introducción a la comunicación dentro del ámbito publicitario. Lengua y Lenguaje ¿Comunicar o informar? Cómo nos comunicamos. Proceso creativo en publicidad. Redactar. El Texto y sus interacciones con la imagen y los sonidos. Composición. Estructura. Diseño (Arte Final). Se orientan a favorecer especialmente las competencias de habilidades comunicativas, responsabilidad y autoconfianza. **Materia 15: Dirección de Arte.** Funciones y responsabilidades del Director de Arte en publicidad. Métodos de codificación del mensaje a transmitir partiendo del concepto. Aná-



lisis de las campañas publicitarias desde el punto de vista icónico, cromático y lingüístico. Se orientan a favorecer especialmente la competencia tecnológica, trabajo en equipo, planificación y responsabilidad. **Materia 16: Movimientos Artísticos Contemporáneos.** Arte y publicidad: convergencias. Análisis de las vanguardias artísticas desde el Impresionismo al Cubismo. Estética de la comunicación comercial. Influencia de las vanguardias en la creatividad publicitaria. Se orientan a favorecer especialmente la competencia autoconfianza. **Materia 17: Fundamentos de la Estrategia Publicitaria.** El concepto Estrategia y sus antecedentes históricos. Estrategia Publicitaria. La figura del Planificador Estratégico (funciones y responsabilidades). La planificación y metodologías de planificación. La necesidad del Planificador Estratégico en la Agencia de Publicidad. Se orientan a favorecer especialmente la competencia profesional y de gestión. **Materia 18: Gestión de Eventos y Protocolo Empresarial.** Fundamentos teóricos del protocolo actual. Desarrollo de la actual normativa. Actos en los que es necesario protocolo público o privado. Aplicaciones específicas en el ámbito empresarial. Imagen personal, vestimenta, etiqueta y modelos de conducta. Disposición de los marcos de celebración de eventos. Diseño de calendarios, organización, desarrollo y conclusión de los actos. Se orientan a favorecer especialmente la competencia trabajo en equipo, responsabilidad, planificación, profesional y de gestión. **Materia 19: Marketing Estratégico en Entornos Internacionales.** Análisis del mercado para la exportación. Política internacional de producto, de precios, de distribución. Las ferias internacionales. Plan de Marketing internacional. Objetivos básicos de un plan de Marketing. Análisis DAFO. Estrategias básicas. Cómo acceder a los mercados internacionales. Política internacional de producto. Se orientan a favorecer especialmente la competencia trabajo en equipo, planificación, profesional y de gestión. **Materia 20: Distribución, Producto y Envase.** La distribución como componente del marketing. Los intermediarios en la distribución. Funciones. La empresa de franquicia en el ámbito de la distribución. Los canales de distribución. Selección, localización y logística. Envase en la comunicación de marca: como influencia en la mente del consumidor un buen embalaje que comunica. Técnicas de envasado eficaces: pensar, presentar y aplicar técnicamente un envase que vende. Integrar el envase y la distribución en la acción publicitaria, como hacer que un envase sea un actor más. Envases rentables: como reducir costes técnicos manteniendo al mismo tiempo la eficacia y el impacto. Metodología de análisis y fragmentación semántica de los envases y sus efectos inmediatos y a largo plazo en el receptor. Programas informáticos necesarios para la implementación del envase y la distribución de producto. Metodología de presentación en el marco de actuación del envase y la distribución. Se orientan a favorecer especialmente la competencia profesional y de gestión, y de trabajo en equipo. **Materia 21: Marketing Directo y Promocional.** Factores que contribuyen al crecimiento del Marketing Directo y Promocional. Definición de Marketing Directo y Promocional. Ventajas y principales aplicaciones. Listas y Bases de Datos. Ley Orgánica de Protección de Datos: LOPD. Principales herramientas del Marketing Directo y Promocional. Análisis económico financiero en Marketing Directo y Promocional. Se orientan a favorecer especialmente la competencia trabajo en equipo, profesional y de gestión, habilidades comerciales y de habilidades comunicativas. **Materia 22: Gestión y Planificación de Cuentas.** Visión general sobre el proceso de gestión de cuentas. Técnicas y protocolos en las presentaciones de agencias a clientes. Métodos de planificación, programación y control de actividades publicitarias. Se orientan a favorecer especialmente la competencia trabajo en equipo, responsabilidad, planificación, habilidades de coordinación y gestión de proyectos, profesional y de gestión. **Materia 23: Identidad Corporativa y Desarrollo de Marcas.** Cultura, Identidad e Imagen Corporativa. Creación de nombre y la marca. Métodos de investigación y auditoría de imagen corporativa. Comunicación integral. Identidad Visual Corporativa. Se orientan a favorecer especialmente la competencia trabajo en equipo, planificación, profesional y de gestión. **Materia 24: Dirección de Servicios al Cliente.** Técnicas de presentación a clientes tanto potenciales como fidelizados. El proceso comercial y los agentes involucrados. La dirección y organización del departamento de servicios al cliente. Técnicas y herramientas específicas para el establecimiento de presupuestos. Se orientan a favorecer especialmente la competencia trabajo en equipo, habilidades comunicativas, planificación, profesional y de gestión. **Materia 25: Comercio Electrónico. Cómo planificar y desarrollar un Plan Estratégico de comercio electrónico: puesta en marcha: ¿cómo crear o adaptar un negocio en línea? Puesta en marcha: ¿cómo construir un lugar en la web de éxito en comercio electrónico? Aspectos jurídicos en el comercio electrónico. Financiación de proyectos de comercio electrónico: venta de contenidos de pago. Acciones de captación enfocada a comercio electrónico. Fidelización en comercio electrónico: cómo incrementar las ventas de clientes. Cómo realizar comercio electrónico internacional. Cómo gestionar la logística en el comercio electrónico. Seguridad en los medios de pago en línea. Comercio electrónico en un entorno directo.** Se orientan a favorecer especialmente la competencia planificación y tecnológicas. **Materia 26: Análisis Financiero en Marketing.** Decisiones financieras de la empresa. Ciclos reales y financieros. Decisión de inversión. Estructura financiera de la empresa. Comercio electrónico. Estrategia de precios. Se orientan a favorecer especialmente la competencia responsabilidad, profesional y de gestión, y planificación. **Materia 27: Estrategia Digital e Interactiva.** Conceptos fundamentales de las redes de comunicación: Internet, redes GSM. Aplicación de productos y servicios a las redes. MySpace, Facebook... Formatos en línea: teletexto, CD-i, CD-ROM interactivo, DVD, DVD con extensiones para PC, plataformas WAP, navegadores embebidos, mensajería multimedia MMS. Formatos Flash, PDF interactivo, MPEG-1, MPEG-2, MPEG-4, H.263, H.264, 3GPP... Promociones en aplicaciones/portales: Gmail, Google, MSN Messenger, Windows Mail Live, Yahooz, Redes sociales: Flickr, Facebook, Blogs, Aplicación de tecnologías de telecomunicación a la comunicación. Desarrollo de proyectos en línea. Se orientan a favorecer especialmente la competencia de planificación, trabajo en equipo, y tecnológica. **Materia 28: Actividades Universitarias.** En esta materia **Actividades Formativas Universitarias** (Optativa, 6 ECTS) los estudiantes podrán realizar actividades elegidas libremente entre las propuestas anualmente por la propia Universidad. Se podrán reconocer hasta un total de 6 créditos ECTS créditos por la participación en actividades organizadas en las siguientes áreas:

- Cultura
- Deporte
- Representación estudiantil
- Responsabilidad civil: Voluntariado y Cooperación y Medio Ambiente

Se orientan a favorecer especialmente las competencias anteriormente citadas. **Materia 29: Investigación Estratégica de Medios y Soportes.** Introducción a los programas informáticos para la ejecución de campañas de planificación de medios. Base teórica potente de la planificación y gestión estratégica de los medios publicitarios. Potenciación del conocimiento de clasificaciones operativas de los medios y los soportes publicitarios. Profundo conocimiento de cada uno de los medios convencionales. Profundo conocimiento de cada uno de los medios no convencionales. Programas informáticos básicos en el proceso de planificación de medios en medios no convencionales.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

UNIDAD TEMPORAL Las materias que integran este módulo se imparten en 1º, 2º, 3º y 4º curso. Materia 1 Estructura del Sector Publicitario 6 ECTS (150 h) Básica Año 1 (Trimestres 1, 2, o 3) Materia 2 Gestión de Productos y Marcas 6 ECTS (150 h) Obligatoria Año 1 (Trimestres 1, 2, o 3) Materia 3 Comunicación Corporativa 6 ECTS (150 h) Básica Año 1 (Trimestres 1, 2, o 3) Materia 4 Comunicación Persuasiva 6 ECTS (150 h) Básica Año 1 (Trimestres 1, 2, o 3) Materia 5 Procesos de Trabajo en Agencias de Publicidad 6 ECTS (150 h) Obligatoria Año 2 (Trimestres 4, 5 o 6) Materia 6 Publicidad en Entornos Digitales 6 ECTS (150 h) Obligatoria Año 1 (Trimestres 1, 2, o 3) Materia 7 Medios, Soportes y Formatos Publicitarios 6 ECTS (150 h) Obligatoria Año 2 (Trimestres 4, 5 o 6)

Materia 8 Gestión Estratégica de las Relaciones Públicas 6 ECTS (150 h) Obligatoria Año 2 (Trimestres 4, 5 o 6) Materia 9 Producción Publicitaria 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 10 Dibujo publicitario por ordenador 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 11 Fotografía publicitaria 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 12 Diseño publicitario multimedia 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 13

Identidad visual corporativa

6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 14 Redacción publicitaria 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 15 Dirección de arte 6 ECTS (150 h) Optativa Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12) Materia 16 Movimientos artísticos contemporáneos 6 ECTS (150 h) Optativa Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12) Materia 17 Fundamentos de la estrategia publicitaria 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 18 Gestión de eventos y protocolo empresarial 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 19 Marketing estratégico en entornos internacionales 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 20 Distribución, producto y envase 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 21 Marketing directo y promocional 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 22 Gestión de planificación de cuentas 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 23 Identidad corporativa y desarrollo de marcas 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 24 Dirección de servicios al cliente 6 ECTS (150 h) Optativa Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12) Materia 25 Comercio electrónico 6 ECTS (150 h) Optativa Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12) Materia 26 Análisis financiero en marketing 6 ECTS (150 h) Optativa Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12) Materia 27 Estrategia digital e interactiva 6 ECTS (150 h) Optativa Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12) Materia 28 Actividades Universitarias. 6 ECTS (150 h) Optativa Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12) Materia 29 Investigación Estratégica de Medios y Soportes 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9)

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

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



CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
CT1 - Responsabilidad: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.
CT2 - Autoconfianza: Que el estudiante sea capaz de actuar con seguridad y con la motivación suficiente para conseguir sus objetivos.
CT4 - Habilidades comunicativas: Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.
CT5 - Comprensión interpersonal: Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos, utilizando un estilo de comunicación asertivo.
CT6 - Flexibilidad: Que el estudiante sea capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas diversas. Supone valorar y entender posturas distintas adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera.
CT7 - Trabajo en equipo: Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.
CT8 - Iniciativa: Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.
CT9 - Planificación: Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas.
CT10 - Innovación-Creatividad: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE1 - Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y en la de Gestión de Proyectos y Clientes, dominando los aspectos económicos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria.
CE2 - Capacidad para gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso de planificación estratégica. Podrá supervisar con criterio los recursos estéticos aplicados a un proyecto para que cumplan los objetivos estratégicos previstos para el mismo.
CE3 - Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el Área Creativa siendo capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria. Será capaz de gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso creativo.
CE4 - Capacidad para aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto publicitario.
CE5 - Conocimientos para poder utilizar recursos informáticos y herramientas tecnológicas afines a la Publicidad que le sirvan como instrumento de trabajo para la correcta gestión de los clientes así como del correcto desarrollo de proyectos estratégicos y/o creativos de publicidad
CE6 - Conocimiento para manejar bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de la publicidad.
CE7 - Capacidad para asumir el liderazgo, la organización, coordinación y temporalización de las tareas en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficazmente y asumiendo principios de responsabilidad, para planificar la correcta ejecución de un proyecto publicitario.
CE8 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesional que se encarga de la atención al cliente de la agencia / empresa / organismo, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing, así como en temas relacionados con la creatividad y la expresión publicitaria, asegurándose su fidelización a través de su capacidad de relación e interacción fluida y competente.



CE9 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia). Tendrá capacidad de anticipación al mercado y la habilidad para la creación de nuevos soportes que permitan la mejor ejecución de cualquier campaña publicitaria.		
CE10 - Capacidad y habilidad para hacer planteamientos estratégicos que ofrezcan soluciones de comunicación eficaces en el largo plazo, con el objetivo de conseguir el desarrollo sostenido de una marca.		
CE11 - Capacidad para elaborar propuestas desarrolladas con pensamiento abstracto, crítico e innovador, basado en esquemas mentales que busquen soluciones a la propuesta comunicativa, y por lo tanto a la mayor eficacia publicitaria.		
CE12 - Habilidad y capacidad de transmitir el planteamiento estratégico a todo el equipo, para alinear los recursos humanos en los conceptos, necesidades, y tangibles del anunciantes, y de esta forma de desarrollar una campaña acorde con las necesidades reales de la marca.		
CE15 - Capacidad de analizar, sintetizar y comunicar efectivamente contenidos de carácter muy diverso a públicos receptores igualmente diversos, para lograr una mayor efectividad en la campaña publicitaria al emitir un mensaje comercial acorde con las necesidades del anunciante.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Seminarios, foros y/o mesas redondas	380	60
Tutorías	500	20
Ejercicios prácticos y participación oral	1000	40
Estudio autónomo	350	0
Resolución de problemas/Trabajos dirigidos	890	70
Rol playing / Debates / Coloquios	500	50
Análisis de casos/trabajos en grupo/ investigaciones	500	60
Clases magistrales asíncronas	230	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Método del caso		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje basado en problemas (ABP)		
Entorno de simulación en estudios y aulas tecnológicas		
Práctica en laboratorio de medios		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas de conocimiento	10.0	40.0
Exposiciones orales	15.0	30.0
Portafolio	10.0	20.0
Caso/Problema	10.0	20.0
Prácticas en laboratorio	20.0	30.0
Debate	10.0	20.0
Observación del desempeño	15.0	25.0
5.5 NIVEL 1: CAPACITACIÓN PROFESIONAL		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Capacitación profesional		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Según Asignaturas	
ECTS NIVEL 2	12	



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



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Ética y legislación profesional		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Inglés		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		



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



No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> • El alumno será capaz de interpretar el impacto de la actividad publicitaria en la economía. • El alumno estará capacitado para utilizar las herramientas básicas de la ciencia económica para aplicarlas dentro de la empresa publicitaria. • El alumno estará capacitado para incorporar en el ejercicio profesional comportamientos basados en la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la solidaridad y los comportamientos basados en la paz y la democracia. • Conocerá los conceptos jurídicos básicos, centrandó la atención en la normativa que afecta a la comunicación. • Tendrá capacidad para definir y gestionar eficazmente los recursos dentro de un presupuesto de comunicación. • Ser capaz de emplear eficaz mente y creativamente los recursos de comunicación • Adquirir los conocimientos teóricos sobre los principios de la publicidad. • Ser capaz de reconocimiento de la importancia de la comunicación en el ejercicio profesional • Ser capaz de comunicarse de manera efectiva, de forma escrita y oral, tanto en lengua española como en lengua inglesa. • Ser capaz de conocer y manejar adecuadamente la terminología inglesa propia del entorno profesional • Ser capaz de elaborar informes escritos y realizar presentaciones eficaces, tanto en inglés como en lengua española, relacionados ambos con el ámbito profesional publicitario. • Aplicar e integrar los conocimientos y habilidades adquiridas en el Grado en Publicidad. • Resolver problemas dentro del ámbito de la Publicidad. • Demostrar un alto grado de autonomía y confianza en su propio juicio. • Ser flexible y adaptarse a diversas situaciones, públicos variados, escenarios ambiguos • Desarrollar habilidades y destrezas que sólo se adquieren en la acción, y en el ejercicio de la profesión. • Tendrá la capacidad de elaborar y defender argumentos y resolver problemas dentro del ámbito profesional publicitario. • Podrá transmitir información, ideas, problemas, soluciones y resultados a clientes/usuarios, proveedores, responsables directos • Será capaz de trabajar orientado al cliente y a resultados 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Materia 1: Habilidades comunicativas. Los principales contenidos de esta materia son: técnicas para reconocer la importancia de la comunicación en el ejercicio profesional a la vez que para desarrollar las habilidades comunicativas y de comprensión interpersonal; desarrollo de técnicas para que el estudiante sea capaz de comunicarse de manera efectiva, de forma escrita y oral. De la misma forma se incluyen contenidos para el análisis de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como sus métodos de trabajo, documentación, e investigación para permitir un conocimiento y entendimiento globalizado del fenómeno de la información y comunicación. Materia 2: Gestión Empresarial. Los principales contenidos de esta materia son: principios sobre las que se asienta la microeconomía, impacto de la publicidad como actividad económica, sistemas de organización de las empresas y en especial las agencias de publicidad, estructura de la industria publicitaria y sus principales agentes. Se orientan a favorecer especialmente las competencias de trabajo en equipo, responsabilidad, planificación e iniciativa. Materia 3: Ética y Legislación Profesional. Los principales contenidos de esta materia son: fundamentos de la ética y su aplicación en la sociedad, códigos deontológicos que afectan en el ejercicio de la actividad publicitaria, excesos y actividades ilícitas en los medios de comunicación de masas, la autorregulación en publicidad, cuestiones básicas sobre el Derecho, conceptos jurídicos básicos, normativa específica publicitaria, Ley General de Publicidad. Se orientan a favorecer especialmente las competencias de conciencia de los valores éticos y responsabilidad. Materia 4: Inglés. Técnicas para el desarrollo de las destrezas de comprensión y producción oral y escrita en lengua inglesa, con carácter generalista. Inglés general para estudiantes sin conocimientos previos, que proporcionan al estudiante un nivel de competencia lingüística suficiente para desenvolverse en situaciones cotidianas. Se orientan a favorecer especialmente las competencias de comprensión interpersonal, planificación y técnicas comunicativas. Materia 5: Inglés del Negocio Publicitario. Inglés especializado, estudio de vocabulario, sintaxis, gramática, etc., de la lengua inglesa aplicada al negocio de la publicidad. Se orientan a favorecer especialmente las competencias de comprensión interpersonal, competencia profesional, de gestión y técnicas comunicativas. Materia 6: Prácticas externas. El objetivo es situar al estudiante ante un escenario de aprendizaje en un entorno real de trabajo que le permita construir y aplicar el saber de manera integradora e involucrarle en la realidad profesional. Se orientan a favorecer la integración de todas las competencias del plan de estudios.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Materia 1 Habilidades comunicativas 6 ECTS (150 h) Básica Año 1 (Trimestres 1, 2 o 3) Materia 2 Gestión Empresarial 6 ECTS (150 h) Básica Año 1 (Trimestres 1, 2 o 3) Materia 3 Ética y legislación profesional 6 ECTS (150 h) Básica Año 2 (Trimestres 4, 5 o 6) Materia 4 Inglés 6 ECTS (75 h) Básica Año 2 (Trimestres 4, 5 o 6) Materia 5 Inglés del negocio publicitario 6 ECTS (75 h) Obligatoria Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12) Materia 6 Prácticas externas 6 ECTS (150 h) Obligatoria Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12)</p>		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio		
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio		
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética		
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado		
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		



CT1 - Responsabilidad: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.		
CT2 - Autoconfianza: Que el estudiante sea capaz de actuar con seguridad y con la motivación suficiente para conseguir sus objetivos.		
CT3 - Conciencia de los valores éticos: Capacidad del estudiante para sentir, juzgar, argumentar y actuar conforme a valores morales de modo coherente, persistente y autónomo.		
CT4 - Habilidades comunicativas: Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.		
CT5 - Comprensión interpersonal: Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos, utilizando un estilo de comunicación asertivo.		
CT6 - Flexibilidad: Que el estudiante sea capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas diversas. Supone valorar y entender posturas distintas adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera.		
CT7 - Trabajo en equipo: Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.		
CT8 - Iniciativa: Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.		
CT9 - Planificación: Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas.		
CT10 - Innovación-Creatividad: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y en la de Gestión de Proyectos y Clientes, dominando los aspectos económicos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria.		
CE2 - Capacidad para gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso de planificación estratégica. Podrá supervisar con criterio los recursos estéticos aplicados a un proyecto para que cumplan los objetivos estratégicos previstos para el mismo.		
CE5 - Conocimientos para poder utilizar recursos informáticos y herramientas tecnológicas afines a la Publicidad que le sirvan como instrumento de trabajo para la correcta gestión de los clientes así como del correcto desarrollo de proyectos estratégicos y/o creativos de publicidad		
CE6 - Conocimiento para manejar bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de la publicidad.		
CE7 - Capacidad para asumir el liderazgo, la organización, coordinación y temporalización de las tareas en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficazmente y asumiendo principios de responsabilidad, para planificar la correcta ejecución de un proyecto publicitario.		
CE8 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesional que se encarga de la atención al cliente de la agencia / empresa / organismo, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing, así como en temas relacionados con la creatividad y la expresión publicitaria, asegurándose su fidelización a través de su capacidad de relación e interacción fluida y competente.		
CE9 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia). Tendrá capacidad de anticipación al mercado y la habilidad para la creación de nuevos soportes que permitan la mejor ejecución de cualquier campaña publicitaria.		
CE12 - Habilidad y capacidad de transmitir el planteamiento estratégico a todo el equipo, para alinear los recursos humanos en los conceptos, necesidades, y tangibles del anunciantes, y de esta forma de desarrollar una campaña acorde con las necesidades reales de la marca.		
CE13 - Conocimiento de los límites legales y éticos de la publicidad.		
CE14 - Conocimiento de la lengua inglesa, que le capacite para la comprensión oral y escrita de contenidos de carácter general expresados en este idioma y presentes en los medios de comunicación (con sus peculiaridades sintácticas, reglas pragmáticas, etc.).		
CE15 - Capacidad de analizar, sintetizar y comunicar efectivamente contenidos de carácter muy diverso a públicos receptores igualmente diversos, para lograr una mayor efectividad en la campaña publicitaria al emitir un mensaje comercial acorde con las necesidades del anunciante.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD



Seminarios, foros y/o mesas redondas	30	60
Tutorías	50	20
Ejercicios prácticos y participación oral	190	40
Estudio autónomo	100	0
Resolución de problemas/Trabajos dirigidos	155	70
Rol playing / Debates / Coloquios	100	50
Análisis de casos/trabajos en grupo/ investigaciones	200	60
Clases magistrales asíncronas	75	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Método del caso		
Aprendizaje cooperativo		
Aprendizaje basado en problemas (ABP)		
Entorno de simulación en estudios y aulas tecnológicas		
Práctica en laboratorio de medios		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas de conocimiento	10.0	20.0
Exposiciones orales	20.0	30.0
Portafolio	10.0	20.0
Caso/Problema	20.0	30.0
Prácticas en laboratorio	10.0	20.0
Debate	10.0	20.0
Observación del desempeño	20.0	40.0
5.5 NIVEL 1: INTEGRACIÓN		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Integración		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Según Asignaturas	
ECTS NIVEL 2	54	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
36	36	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Taller de creatividad		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Laboratorio de creatividad en entornos multimedia		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



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



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



NIVEL 3: Laboratorio de planificación de medios		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NIVEL 3: Trabajo fin de grado		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado / Máster	12	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
12	12	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> Integrar y aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas en el grado en ámbito de estudio relacionado con el ámbito de la publicidad. Elaborar y defender argumentos y resolver problemas dentro de la publicidad. Reunir e interpretar datos relevantes y emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética relacionados con la publicidad. 		



- Demostrar un alto grado de autonomía y confianza en su propio juicio.
- Desarrollo de la capacidad creativa e innovadora del estudiante.
- Será capaz de utilizar todos los contenidos adquiridos durante los cuatro años de Grado, siendo capaz de aplicarlo a un proyecto publicitario.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Materia 1. Taller de creatividad. Integración práctica del pensamiento creativo aplicado a los distintos campos del sector publicitario.

Materia 2: Laboratorio de Creatividad en Entornos Multimedia. Información teórica y aplicaciones prácticas sobre las posibilidades creativas del entorno on-line. Información teórica sobre los formatos publicitarios on-line. Carencias del lenguaje HTML, y capacidades de Flash CS3. Conceptos Flash: Línea de tiempo, fotogramas, capas. Creación de botones y personalización de comportamientos de fotogramas, botones y clips de película. Comportamientos de navegación, de clips de película, de sonidos y de Web. Conceptos **JavaScript: Modelo de objetos, Eventos. Versiones o Dialectos JavaScript: ECMAScript, ActionScript, JScript, JavaScriptCore.** Conceptos ActionScript: Acciones, Comportamientos, Eventos. Herramientas: uso y manejo Flash CS3. Herramientas: animaciones Flash mediante ActionScript.

Materia 3: Laboratorio de Creatividad en Entornos Gráficos. Combinación de texto y gráficos. Puntos y trazados. Utilización de capas y estilos. Creación de arte más complejo. Formas fusionadas para el sombreado. Diseño de página en FreeHand e Illustrator. Documentos multipágina. Configuración de la animación. Aproximación a los principios de 3D.

Materia 4: Laboratorio de Creación y Desarrollo Visual. Introducción. Canales y Canales alfa. Capas. Capas de ajuste. Máscaras de capa. La herramienta Pluma. El trazado de recorte. La herramienta Fusión y Tijeras. Retoque de imágenes: recolocar un elemento, recolocar partes, definir bordes, limpiar texto y logotipos, añadir y reparar, eliminar elementos no deseados y mejorar otros, etc. Composición. La conexión 3D. Principios básicos del banner y comunicación.

Materia 5: Estrategias Integradoras. Del Marketing tradicional al Marketing actual: Edición de boletines (escritos-digitales, investigación de grupos objetivos). Marketing Inteligente. Bases de datos. Desarrollo de páginas web. Diseño de pantallas amigables. Administración de contenidos en internet. Comercio y negocios por la red. Estrategias de Marketing en línea: Diseño de Vallas electrónicas, Marketing en red, Marketing persona a persona. Herramientas de fidelización. Modelos de negocio.

Materia 6: Laboratorio de Estrategia Publicitaria. Requisitos para la preparación de una Estrategia Publicitaria. Etapas y desarrollo de la Estrategia Publicitaria. Verificación y Control de la Estrategia Publicitaria.

Materia 7: Laboratorio de Planificación de Medios. Medidas de comunicación en la planificación de medios.

Soportes de comunicación en la planificación de medios. Programas informáticos que se utilizan en proceso completo de planificación de medios. Profundización analítica.

Materia 8: Trabajo Fin de Grado. El TFG se realizará, defenderá y evaluará de manera individual. La defensa del TFG será pública, ante un tribunal universitario. El objetivo es situar al estudiante ante un escenario de aprendizaje que le permita construir el saber de manera integradora e involucrarle en la realidad profesional. Podrá elegir el tema a investigar desde diferentes perspectivas del negocio publicitario, pero siempre tratando de mantener un planteamiento y desarrollo integrador. Los contenidos de dicho proyecto incluirán:

- Manejo de las principales herramientas y materias básicas para el desarrollo de una campaña de comunicación estratégica en una empresa
- Desarrollo de contenidos en Comunicación Publicitaria, Comunicación Persuasiva, Comunicación Corporativa, Protocolo y Gestión de Eventos, Planificación de Medios y Formatos Publicitarios, Estrategia Publicitaria, Marketing Estratégico y de Investigación de Mercados, Gestión de Cuentas, Identidad Corporativa, Protocolo y Comunicación Empresarial, etc.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

UNIDAD TEMPORAL Las materias que integran este módulo se imparten en 1º, 2º, 3º y 4º curso. Materia 1 Taller de creatividad 6 ECTS (150 h) Obligatoria Año 1 (Trimestres 1, 2 o 3) Materia 2 Taller de creación integrada 6 ECTS (150 h) Obligatoria Año 2 (Trimestres 4, 5 o 6) Materia 3 Laboratorio de creatividad en entornos multimedia 6 ECTS (150 h) Optativa Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12) Materia 4 Laboratorio de creatividad en entornos gráficos 6 ECTS (150 h) Optativa Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12) Materia 5 Laboratorio de creación y desarrollo visual 6 ECTS (150 h) Optativa Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12) Materia 6 Estrategias integradoras 6 ECTS (150h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 7 Laboratorio de estrategia publicitaria 6 ECTS (150 h) Optativa Año 3 (Trimestres 7, 8 o 9) Materia 8 Laboratorio de planificación de medios 6 ECTS (150 h) Optativa Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12) Materia 9 Trabajo fin de grado 12 ECTS (300 h) Obligatoria Año 4 (Trimestres 10, 11 o 12)

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

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

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

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

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

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

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Responsabilidad: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.



CT2 - Autoconfianza: Que el estudiante sea capaz de actuar con seguridad y con la motivación suficiente para conseguir sus objetivos.
CT3 - Conciencia de los valores éticos: Capacidad del estudiante para sentir, juzgar, argumentar y actuar conforme a valores morales de modo coherente, persistente y autónomo.
CT4 - Habilidades comunicativas: Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.
CT5 - Comprensión interpersonal: Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos, utilizando un estilo de comunicación asertivo.
CT6 - Flexibilidad: Que el estudiante sea capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas diversas. Supone valorar y entender posturas distintas adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera.
CT7 - Trabajo en equipo: Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.
CT8 - Iniciativa: Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.
CT9 - Planificación: Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas.
CT10 - Innovación-Creatividad: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE1 - Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y en la de Gestión de Proyectos y Clientes, dominando los aspectos económicos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria.
CE2 - Capacidad para gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso de planificación estratégica. Podrá supervisar con criterio los recursos estéticos aplicados a un proyecto para que cumplan los objetivos estratégicos previstos para el mismo.
CE3 - Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el Área Creativa siendo capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria. Será capaz de gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso creativo.
CE4 - Capacidad para aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto publicitario.
CE5 - Conocimientos para poder utilizar recursos informáticos y herramientas tecnológicas afines a la Publicidad que le sirvan como instrumento de trabajo para la correcta gestión de los clientes así como del correcto desarrollo de proyectos estratégicos y/o creativos de publicidad
CE6 - Conocimiento para manejar bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de la publicidad.
CE7 - Capacidad para asumir el liderazgo, la organización, coordinación y temporalización de las tareas en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficazmente y asumiendo principios de responsabilidad, para planificar la correcta ejecución de un proyecto publicitario.
CE8 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesional que se encarga de la atención al cliente de la agencia / empresa / organismo, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing, así como en temas relacionados con la creatividad y la expresión publicitaria, asegurándose su fidelización a través de su capacidad de relación e interacción fluida y competente.
CE9 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia). Tendrá capacidad de anticipación al mercado y la habilidad para la creación de nuevos soportes que permitan la mejor ejecución de cualquier campaña publicitaria.
CE10 - Capacidad y habilidad para hacer planteamientos estratégicos que ofrezcan soluciones de comunicación eficaces en el largo plazo, con el objetivo de conseguir el desarrollo sostenido de una marca.
CE11 - Capacidad para elaborar propuestas desarrolladas con pensamiento abstracto, crítico e innovador, basado en esquemas mentales que busquen soluciones a la propuesta comunicativa, y por lo tanto a la mayor eficacia publicitaria.
CE12 - Habilidad y capacidad de transmitir el planteamiento estratégico a todo el equipo, para alinear los recursos humanos en los conceptos, necesidades, y tangibles del anunciantes, y de esta forma de desarrollar una campaña acorde con las necesidades reales de la marca.



CE15 - Capacidad de analizar, sintetizar y comunicar efectivamente contenidos de carácter muy diverso a públicos receptores igualmente diversos, para lograr una mayor efectividad en la campaña publicitaria al emitir un mensaje comercial acorde con las necesidades del anunciante.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Seminarios, foros y/o mesas redondas	70	60
Tutorías	100	20
Ejercicios prácticos y participación oral	300	40
Estudio autónomo	200	0
Resolución de problemas/Trabajos dirigidos	270	70
Rol playing / Debates / Coloquios	50	50
Análisis de casos/trabajos en grupo/ investigaciones	300	60
Clases magistrales asíncronas	60	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral
Método del caso
Aprendizaje cooperativo
Aprendizaje basado en problemas (ABP)
Entorno de simulación en estudios y aulas tecnológicas
Práctica en laboratorio de medios

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Presentación y defensa Proyecto Fin de Grado	20.0	30.0
Pruebas de conocimiento	10.0	20.0
Exposiciones orales	10.0	20.0
Portafolio	10.0	20.0
Caso/Problema	20.0	30.0
Prácticas en laboratorio	10.0	20.0
Debate	5.0	10.0
Observación del desempeño	10.0	20.0



6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Europea de Canarias	Catedrático de Universidad	5.2	100	5
Universidad Europea de Canarias	Profesor Adjunto	25	50	25
Universidad Europea de Canarias	Profesor Titular	16.7	100	18
Universidad Europea de Canarias	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	36.4	0	32
Universidad Europea de Canarias	Ayudante	16.7	0	20
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

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

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
78	17	97
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>La Universidad Europeade Canarias fija la evaluación continua como sistema de valoración de los conocimientos y las competencias genéricas y específicas de un área de estudio, de acuerdo con lo previsto en el Reglamento de Evaluación de la Universidad.</p> <p>La evaluación continua supone valorar el progreso y los resultados de aprendizaje obtenidos por los estudiantes en cada módulo, materia o asignatura, de forma clara y transparente, a través de un conjunto de actividades.</p> <p>La metodología y las actividades de aprendizaje señaladas en los programas de las materias son coherentes con las competencias a desarrollar, así como con los procedimientos de evaluación propuestos, lo que garantiza la comprobación del logro de los objetivos de aprendizaje alcanzados por los estudiantes. Se trata de una evaluación planificada que refleja los progresos del estudiante, que ofrece información sobre su aprendizaje mientras se está produciendo; para ello, cuenta con el establecimiento de continuas sesiones de seguimiento académico.</p> <p>El mapa competencial de las titulaciones organiza y secuencia los objetivos de aprendizaje a lo largo de los diferentes cursos académicos y la superación de éstos en cada uno de los módulos, materias y asignaturas, garantiza el progreso adecuado del estudiante. Este progreso pasa por un momento clave como son las prácticas externas y culmina con la realización del trabajo fin de titulación, cuya superación es imprescindible para obtener el título.</p> <p>Los estudiantes durante sus prácticas externas y los tutores de las mismas son fuente de información imprescindible para valorar si la formación del programa se ajusta a las competencias demandas del mercado laboral, además de aportar datos sobre la evolución de los perfiles profesionales.</p> <p>Por otra parte, los aspectos claves que caracterizan estos trabajos fin de titulación en la UEC, además de los especificados en cada título de grado, giran en torno a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La integración de los aprendizajes adquiridos en las materias cursadas. • La aplicación de conocimientos interdisciplinares en una situación de aprendizaje muy próxima al mundo profesional. • Permitir al estudiante la búsqueda de soluciones abiertas de manera que tenga la libertad de generar nuevo conocimiento. • Permitir que los estudiantes puedan hacer públicos los resultados de los mismos. 		



La participación de profesionales y académicos de otras universidades en las comisiones de evaluación de los trabajos fin de titulación y la valoración directa que sobre ellos realicen, constituye un elemento clave para el seguimiento y el aseguramiento de la calidad del proyecto formativo de los títulos.

Por lo anterior, el sistema de evaluación continua establecido en la Universidad Europea de Canarias es formativo y ofrece una visión integral u holística de los conocimientos, capacidades y habilidades adquiridas por los estudiantes, en coherencia con los objetivos de cada materia o módulo y de la titulación.

La evaluación concluye con un reconocimiento sobre el nivel de aprendizaje conseguido por los estudiantes y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre.

A lo largo de cada curso académico los estudiantes recibirán su calificación final coincidiendo con el fin del semestre al que esté adscrito el módulo o materia. Aquellos estudiantes que no hayan superado los objetivos de aprendizaje del módulo o materia tendrán la posibilidad de hacerlo en un período de seguimiento académico intensivo, coincidiendo con la finalización del curso académico en el que esté matriculado. Todo ello, de acuerdo con lo previsto en el calendario académico que establezca la Universidad anualmente.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://universidadeuropea.es/myfiles/pageposts/PTO%209%20MEMORIA.pdf
--------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2012
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
No procede	
10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIE	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Y4125077H	CRISTIANA DANIELA	PEREIRA	TEIXEIRA DE OLIVEIRA
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ INOCENCIO GARCÍA, 1	38300	Santa Cruz de Tenerife	Orotava, La
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
rectoradouec@universidadeuropea.es	626078948	000000000	Rectora
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
08947646W	JUAN JOSÉ	RODRÍGUEZ	MARTÍN
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Inocencio García, 1	38300	Santa Cruz de Tenerife	Orotava, La
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
juanjose.rodriguez3@universidadeuropea.es	630974958	000000000	Director de Innovación de Títulos y Evaluación de Aprendizajes
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Apartado 11: Anexo 1.			
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
78721738Y	JULIÁN	MINGO	GONZÁLEZ



DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Inocencio García, 1	38300	Santa Cruz de Tenerife	Orotava, La
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
julian.mingo@universidadeuropea.es	661438487	000000000	Técnico de Innovación y Evaluación de Aprendizajes

RESOLUCIÓN AGENCIA DE CALIDAD / INFORME DEL SIGC

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



Apartado 2: Anexo 1

Nombre : 2. Justificación - Alegaciones.pdf

HASH SHA1 : C9BB46F9C134E0BD49EA10FA59D21D142FD9EE4D

Código CSV : 516373843326523117288457

Ver Fichero: 2. Justificación - Alegaciones.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre : 4.1. Sistemas de Información.pdf

HASH SHA1 : 5A41B3F3E7E1DF24D6196FA92C4901B137C6AB58

Código CSV : 485222411205299964318838

Ver Fichero: 4.1. Sistemas de Información.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre : UEC_GR PUBLI - 5.1. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS.pdf

HASH SHA1 : 86AC35CF9455835F65E146ED377906E1431DD330

Código CSV : 716339256340666895290583

Ver Fichero: UEC_GR PUBLI - 5.1. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre : 6.1. Profesorado.pdf

HASH SHA1 : AEF64AB83F19F68E9C8F3ED0FD53016E5728D9CD

Código CSV : 485222981858194215091486

Ver Fichero: 6.1. Profesorado.pdf



Apartado 6: Anexo 2

Nombre : 6.2..pdf

HASH SHA1 : 4BD5C0DE9F99863B17F1F1C00471D5FCB190377D

Código CSV : 103881844109750588516361

Ver Fichero: 6.2..pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre : 7. Recursos Materiales y Servicios post-alegaciones.pdf

HASH SHA1 : 4EF2A629B71499E7C6D392D1F643E88D96C7D390

Código CSV : 516221375864924122763927

Ver Fichero: 7. Recursos Materiales y Servicios post-alegaciones.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre : 8.1. Indicadores.pdf

HASH SHA1 : 6B2F0D8412B86B56A57F938E52533C95670A838F

Código CSV : 485221822352813993284247

Ver Fichero: 8.1. Indicadores.pdf



Apartado 10: Anexo 1

Nombre : 10.1. Calendario de Implantación.pdf

HASH SHA1 : 516E0604DF5470D83ABEA43381CEEA0DEB1A8CB4

Código CSV : 485220868451120330729099

Ver Fichero: 10.1. Calendario de Implantación.pdf



Apartado 11: Anexo 1

Nombre : UEC_Delegación de Firma - Firmado - vFinal.pdf

HASH SHA1 : 49326A83B3C184319082295DF17D740071CE37E3

Código CSV : 409496262959486856331436

Ver Fichero: UEC_Delegación de Firma - Firmado - vFinal.pdf



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

Nombre : report_MOD_UEC_G_Publicidad_12122023.pdf

HASH SHA1 : CC2CD5130E9AD912EDE83AFB1C092A081012DBF2

Código CSV : 716339648053165283373856

Ver Fichero: report_MOD_UEC_G_Publicidad_12122023.pdf



