

## FICHA TÉCNICA DE ASIGNATURA

### 1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado</b>	Comunicación Digital
<b>Asignatura</b>	<b>Teoría y Estructura de la Publicidad y las RR.PP.</b>
<b>Módulo</b>	Módulo III. Teoría, Técnicas e Investigación en Comunicación
<b>Área Departamental</b>	Ciencias Sociales y de la Salud
<b>Semestre</b>	Cuarto semestre
<b>Créditos totales</b>	6
<b>Curso</b>	2º
<b>Carácter</b>	Formación Obligatoria
<b>Lengua de impartición</b>	Castellano

<b>Modelo de docencia:</b>	<b>Tipo 0</b>
<b>a. Enseñanzas Básicas (EB):</b>	100% (45 horas)
<b>b. Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD):</b>	
<b>c. Actividades Dirigidas (AD)</b>	

## 2. COMPETENCIAS

### 2.1. Competencias Básicas

<b>CB01</b>	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
<b>CB02</b>	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
<b>CB03</b>	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
<b>CB05</b>	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

### 2.2. Competencias Generales

<b>CG02</b>	Capacidad y habilidad para evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa desde la perspectiva de las ciencias sociales
<b>CG06</b>	Desarrollo de capacidades que permitan a los alumnos reflexionar sobre la comunicación, no solo como práctica profesional, sino también a propósito de su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos de lo individual, lo social, cultural y político
<b>CG10</b>	Capacidad para comprender, analizar y aplicar la terminología y las distintas técnicas de la comunicación en su vertiente informativa, persuasiva y audiovisual
<b>CG11</b>	Capacidad para percibir críticamente el nuevo panorama de la comunicación que nos rodea, considerando los mensajes como fruto de una sociedad producto de las condiciones sociopolíticas, económicas y culturales
<b>CG12</b>	Dominio del uso de la lengua española a fin de poder elaborar documentos para la comunicación
<b>CG15</b>	Capacidad para comprender y aplicar los fundamentos de la comunicación persuasiva

### 2.3. Competencias Transversales

<b>CT01</b>	Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora
<b>CT02</b>	Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo
<b>CT05</b>	Capacidad para el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo para la consecución de un objetivo común y previo
<b>CT07</b>	Adquirir habilidades para liderar un equipo
<b>CT09</b>	Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos
<b>CT10</b>	Localizar y gestionar documentación e información
<b>CT11</b>	Capacidad de adaptación a nuevas necesidades y cambios en el entorno tecnológico y empresarial
<b>CT13</b>	Generar ideas emprendedoras e innovadoras con iniciativa en el diseño y la gestión de proyectos

<b>CT15</b>	Conocer y manejar las nuevas tecnologías de la información
<b>2.4. Competencias Específicas</b>	
<b>CE02</b>	Capacidad para comprender, analizar y generar los elementos constituyentes del mensaje y formatos de la comunicación persuasiva
<b>CE05</b>	Capacidad para comprender, analizar, identificar y utilizar los principales formatos de los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) y el lenguaje propio de cada uno de ellos, tanto desde el punto de vista textual como visual
<b>CE07</b>	Capacidad analítica sobre los procesos, funciones, estructura y contenidos de la publicidad y las relaciones públicas y habilidades instrumentales en tales procesos
<b>CE09</b>	Capacidad de sistematizar, comparar y relacionar fenómenos contemporáneos de la comunicación así como habilidad para exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
<b>CE15</b>	Capacidad para entender los mensajes de los medios sociales teniendo en cuenta los modelos y los contextos de la comunicación, conociendo el impacto de las tecnologías de la comunicación en la cultura colaborativa en la Red
<b>CE17</b>	Conciencia del papel que los medios y los profesionales de la comunicación han desempeñado en la defensa de la libertad de expresión a lo largo de la historia
<b>CE20</b>	Capacidad para valorar la incidencia e impacto social de las tecnologías informativas y de la comunicación contemporánea y su influencia en los contenidos de los medios, los géneros, el diseño de la información, y las rutinas profesionales
<b>CE22</b>	Capacidad y habilidad para jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) según las normas del diseño periodístico, publicitario y audiovisual
<b>CE23</b>	Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación con la finalidad de ser difundida, servida o tratada para usos privados o colectivos a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo

### 3. CONTENIDOS

Concepto y tipo de comunicación empresarial. Concepto y funciones de la marca. Estudio del producto. Concepto, tipos y estrategias de posicionamiento. Investigación y objetivos publicitarios. El eje estratégico. Componentes de la estrategia creativa. Géneros publicitarios. Modalidades de instrucciones creativas. Estructura y análisis del mensaje publicitario. Realización del mensaje publicitario. Estrategia y planificación de medios. El briefing de medios. Fases de la planificación de medios. Variables de análisis. Técnicas cualitativas y cuantitativas para la evaluación de la eficacia publicitaria.

## 4. ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	PRESENCIALIDAD
<b>Actividades Presenciales (AP):</b> se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.	45	30%
<b>Actividades Autónomas (AA):</b> El alumno realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura,	90	0
<b>Actividades de Evaluación (AE):</b> Se realizarán un aserie de pruebas orales y escritos. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.	15	0

## 5. METODOLOGÍAS DOCENTES

### METODOLOGÍA

Para la adquisición de conocimientos y evaluación del alumno se realizarán las siguientes acciones:

Clases magistrales/expositivas (AP)  
 Conferencias (AP)  
 Resolución de problemas (AP)  
 Realización de presentaciones en clase (AP)  
 Ejemplificación y estudio de casos (AP)  
 Prácticas de aula (AP)  
 Prácticas en talleres y laboratorio (AP)  
 Seminarios (AP)  
 Debates (AP)  
 Exposición de trabajos en grupo (AP)  
 Ejercicios de simulación (AP)  
 Tutorías programadas (AA)  
 Revisión de trabajos y ejercicios prácticos (AA)  
 Salidas de trabajos de campo (AA)  
 Laboratorios y talleres abiertos (AA)  
 Resolución de casos de forma interactiva (AA)  
 Preparación de trabajos de curso (AA)  
 Estudio personal (AA)  
 Realización de actividades prácticas (AA)  
 Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet (AA)

Preparación de presentaciones (AA)  
Campus virtual (AA)  
Trabajo y permanencia en el centro para realizar las prácticas (AA)  
Conjunto de pruebas orales, escritas, ejercicios y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante (AE)

## 6. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, realización de ejercicios individuales o en equipo.

La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas a través de los siguientes porcentajes:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJES
Prueba objetiva: escrita u oral	<b>70 %</b>
Evaluación de trabajos o proyectos, individuales o en grupo	<b>30 %</b>
Participación en Enseñanzas Básicas, Enseñanzas de Prácticas y Desarrollo o Actividades Dirigidas	

## 7. PROFESORADO

Información disponible en la Guía Docente.