

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

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

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad Pablo de Olavide		Centro Universitario San Isidoro	41015883
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Grado		Marketing y Comunicación Digital	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Graduado o Graduada en Marketing y Comunicación Digital por la Universidad Pablo de Olavide			
NIVEL MECES			
2			
RAMA DE CONOCIMIENTO	ÁMBITO DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, máquetin, comercio, contabilidad y turismo	No	
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
David Naranjo Gil		Vicerrector de Grado y Máster	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
David Naranjo Gil		Vicerrector de Grado y Máster	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
DAVID POLO SERRANO		Director Académico de Grado en Comunicación Digital	
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
Rectorado, Ctra. de Utrera, km 1	41013	Sevilla	954978008
E-MAIL	PROVINCIA	FAX	
vrgradoymaster@upo.es	Sevilla	954349238	
3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES			
De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.			
El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.			
		En: Sevilla, AM 27 de febrero de 2025	
		Firma: Representante legal de la Universidad	



1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

1.1-1.3 DENOMINACIÓN, ÁMBITO, MENCIONES/ESPECIALIDADES Y OTROS DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Marketing y Comunicación Digital por la Universidad Pablo de Olavide	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
RAMA				
Ciencias Sociales y Jurídicas				
ÁMBITO				
Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo				
AGENCIA EVALUADORA				
Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía				
LISTADO DE MENCIONES				
No existen datos				
MENCIÓN DUAL				
No				

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		
Universidad Pablo de Olavide		
LISTADO DE UNIVERSIDADES		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
058	Universidad Pablo de Olavide	
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
No existen datos		
CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	60	12
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
12	150	6

1.4-1.9 Universidad Pablo de Olavide

1.4-1.9.1 CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS			
CÓDIGO	CENTRO	CENTRO RESPONSABLE	CENTRO ACREDITADO INSTITUCIONALMENTE
41015883	Centro Universitario San Isidoro	Si	Si

1.4-1.9.2 Centro Universitario San Isidoro

1.4-1.9.2.1 Datos asociados al centro

MODALIDADES DE ENSEÑANZA EN LAS QUE SE IMPARTE EL TÍTULO		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL/HÍBRIDA	A DISTANCIA/VIRTUAL
Sí	No	No
PLAZAS POR MODALIDAD		
60		
NÚMERO TOTAL DE PLAZAS	NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO PARA PRIMER CURSO	
240	60	
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA



Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

1.10 JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL TÍTULO Y CONTEXTUALIZACIÓN

Ver Apartado 1: Anexo 6.

1.11-1.13 OBJETIVOS FORMATIVOS, ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y DE INNOVACIÓN DOCENTE

OBJETIVOS FORMATIVOS

1.3.- Objetivos formativos

El Grado en Marketing y Comunicación Digital surge como respuesta a la creciente transformación digital y la evolución del ecosistema comunicativo y empresarial. En un mundo hiperconectado, donde la presencia online y la interacción con los consumidores son claves para el éxito de las organizaciones, este grado proporciona una formación integral en las estrategias de marketing digital, la comunicación persuasiva y la gestión de medios digitales.

El programa combina conocimientos fundamentales en marketing y comunicación digital con el dominio de herramientas digitales, permitiendo a los estudiantes desarrollar habilidades en analítica web, SEO, SEM, gestión de redes sociales, e-commerce y estrategias de marketing de contenidos. La formación se centra en la aplicación de metodologías docentes y el uso de tecnologías emergentes.

Este título se estructura en torno a una combinación equilibrada de teoría y práctica, con asignaturas que abarcan desde el marketing hasta la analítica digital y el desarrollo de estrategias en entornos digitales. Además, fomenta el aprendizaje basado en proyectos y la colaboración con empresas del sector, asegurando que los egresados adquieran competencias adaptadas a las demandas del mercado laboral.

El Grado en Marketing y Comunicación Digital se encuentra alineado con los criterios de calidad académica del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y cumple con los requisitos establecidos por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA). Su plan de estudios garantiza la adquisición de conocimientos sólidos, competencias avanzadas y habilidades prácticas para desempeñarse con éxito en el ámbito del marketing digital, la comunicación estratégica y la gestión de la identidad digital de empresas e instituciones.

Principales objetivos formativos del título

- Comprender los fundamentos del marketing y la comunicación digital, adquiriendo conocimientos de las estrategias de marketing y comunicación en entornos digitales, y comprendiendo su impacto en la sociedad, la economía y la cultura contemporánea.
- Dominar las herramientas y tecnologías digitales aplicadas al marketing y la comunicación, desarrollando competencias en el uso de plataformas digitales, herramientas de análisis de datos, sistemas de gestión de contenidos, software y aplicaciones de marketing en buscadores y redes sociales (SEO y SEM).
- Diseñar y ejecutar estrategias de marketing y branding digital, aprendiendo a planificar y desarrollar estrategias de marketing digital, gestión de marca e identidad corporativa, asegurando una comunicación eficaz y coherente en distintos canales y plataformas.
- Gestionar la comunicación digital en redes sociales y comunidades online, aplicando conocimientos en la administración de redes sociales, monitorización de audiencias, creación de contenidos y gestión de crisis de reputación online.
- Desarrollar habilidades de investigación y análisis de mercados en entornos digitales, adquiriendo así competencias en la identificación de tendencias, el análisis de audiencias y el estudio del comportamiento del consumidor a través de metodologías cuantitativas y cualitativas.
- Optimizar la usabilidad y la experiencia de usuario (UX) en entornos digitales, diseñando interfaces intuitivas, accesibles y atractivas, asegurando la eficacia de las plataformas digitales en la interacción con el público objetivo.
- Aplicar técnicas de posicionamiento web y marketing en buscadores, implementando estrategias avanzadas de SEO y SEM, mejorando la visibilidad de marcas y productos en los motores de búsqueda y optimizando la conversión en plataformas digitales.
- Elaborar y gestionar campañas de marketing de contenidos y publicidad digital, creando estrategias de inbound marketing, storytelling y producción de contenido multimedia para impactar y fidelizar audiencias en el entorno digital.

Objetivos formativos de las menciones o especialidades

No aplica.

ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE INNOVACIÓN DOCENTE

Ver Apartado 1: Anexo 7.

1.14 PERFILES FUNDAMENTALES DE EGRESO Y PROFESIONES REGULADAS

PERFILES DE EGRESO

Profesional en marketing y comunicación digital, capaz de crear, gestionar y analizar estrategias integradas de marketing y comunicación.

HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS

No

NO ES CONDICIÓN DE ACCESO PARA TÍTULO PROFESIONAL



2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE
C01 - Capacidad para comprender y valorar la incidencia del entorno socioeconómico, político, jurídico, cultural, así como la globalización y su influencia en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos
C02 - Capacidad para comprender y aplicar las teorías, los métodos y las técnicas de análisis en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos
C03 - Capacidad para comprender y valorar el marco jurídico de la información comunicación y el marketing, las exigencias de la ética y deontología profesional, y los límites de la libertad de expresión así como los principios generales del derecho del consumo y de la competencia. TIPO: Conocimientos o contenidos
C04 - Capacidad para entender los mensajes de texto, icónicos y audiovisuales de los medios de comunicación, y su aplicación en las campañas de marketing y comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos
C05 - Capacidad para comprender, analizar e identificar la estructura de los medios de comunicación, su gestión, y sus diferentes soportes y formatos a lo largo de la historia y en la actualidad. TIPO: Conocimientos o contenidos
C06 - Capacidad para conocer, identificar y analizar los principales debates y acontecimientos mediáticos y su impacto en la comunicación y en el comportamiento del consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos
C07 - 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. TIPO: Conocimientos o contenidos
C08 - Capacidad para conocer los fundamentos generales del marketing y las herramientas que lo componen. TIPO: Conocimientos o contenidos
C09 - Conocimiento y capacidad analítica sobre los procesos, funciones y estructuras de la comunicación digital, valorando el impacto de las nuevas tecnologías y la cultura colaborativa en la generación de contenidos, en las campañas de marketing y comunicación y en la evolución de los entornos mediáticos. TIPO: Conocimientos o contenidos
C10 - Capacidad para comprender y analizar la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, con especial atención a las empresas que trabajan en entornos digitales. TIPO: Conocimientos o contenidos
C11 - Capacidad para conocer el comportamiento del consumidor y de las organizaciones que operan en los mercados. TIPO: Conocimientos o contenidos
C12 - Capacidad para entender el funcionamiento de una red de afiliación y los diferentes agentes que actúan en el proceso, y su incidencia en las estrategias de marketing y comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos
C13 - 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 estrategias de comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos
C14 - Capacidad para reconocer y conocer el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación digital y social media. TIPO: Conocimientos o contenidos
COM01 - Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos fundamentales; los valores democráticos #la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros#; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión. TIPO: Competencias
COM02 - Capacidad para identificar y definir problemas y necesidades comunicativas desde una perspectiva social y reflexiva, considerando el contexto sociopolítico, cultural y motivacional, así como las implicaciones del ejercicio del marketing y de la comunicación en lo individual y colectivo. TIPO: Competencias
COM03 - Capacidad para aplicar la investigación a todo el proceso de comunicación, diseñar estrategias y metodologías de investigación, formular problemas de conocimiento y desarrollar interpretaciones innovadoras de la realidad comunicativa. TIPO: Competencias
COM04 - Dominio de las técnicas de comunicación escrita en el ámbito del marketing y de la comunicación digital, incluyendo la adaptación de documentos y textos especializados, interpretándolos con eficacia y adecuándolos a distintos públicos y contextos. TIPO: Competencias
COM05 - Capacidad para la localización, gestión y análisis crítico de fuentes documentales e informes de investigación, así como para la interpretación y evaluación de la información y el discurso en distintos medios. TIPO: Competencias



COM06 - Capacidad para elaborar discursos comunicativos en lenguaje audiovisual y digital, jerarquizando la información y aprovechando los recursos hipertextuales, interactivos y visuales. TIPO: Competencias
COM07 - Capacidad para gestionar la comunicación en la Red y en plataformas digitales, incluyendo la administración de comunidades virtuales y el aprovechamiento de las posibilidades que brinda la cultura colaborativa. TIPO: Competencias
COM08 - Capacidad para diseñar y aplicar procesos de planificación de marketing a través del despliegue de sus herramientas operativas y el control de su ejecución. TIPO: Competencias
COM09 - Capacidad para comprender y aplicar los fundamentos de la publicidad y las relaciones públicas, considerando el impacto del entorno digital. TIPO: Competencias
COM10 - Capacidad para diseñar investigaciones motivacionales y sociológicas y comerciales, aplicadas a la comunicación y al marketing, incluyendo la identificación de las necesidades de los consumidores. TIPO: Competencias
COM11 - Capacidad de identificación y diseño de estrategias de marketing y comunicación digital, incluyendo la gestión de clientes y fidelización, incluyendo la dirección de ventas. TIPO: Competencias
COM12 - Capacidad para diseñar un proyecto de marketing desde su organización y planificación hasta su ejecución, seleccionando aquellas herramientas de marketing y de comunicación que permitan lograr el objetivo marcado, considerando los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas. TIPO: Competencias
COM13 - Capacidad para identificar y utilizar los principales formatos de los medios de comunicación en Internet y la blogosfera, así como para la lectura, interpretación y análisis de textos y documentos, aplicando técnicas de síntesis o adaptación al entorno digital. TIPO: Competencias
COM14 - Capacidad para desarrollar técnicas de construcción de mensajes constituidos por imágenes visuales, acústicas y audiovisuales aplicadas a entornos digitales, y redactar contenidos multimedia con un enfoque informativo y promocional. TIPO: Competencias
COM15 - Capacidad para generar procesos de adaptabilidad web de acuerdo con las normativas de accesibilidad y de estructurar contenidos hipertextuales, interactivos y audiovisuales en la Red, conforme a criterios de usabilidad y ordenación de la información. TIPO: Competencias
COM16 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en publicidad online mediante estrategias SEM. TIPO: Competencias
COM17 - Capacidad para reconocer los nuevos paradigmas y procesos estratégicos en la creación de la identidad digital, así como para gestionar la reputación online y la mensajería interna en instituciones públicas y privadas. TIPO: Competencias
COM18 - Capacidad para manejar los conceptos fundamentales de análisis y planificación en marketing online, y para diseñar nuevos modelos estratégicos de marketing de contenidos, implementándolos en campañas y acciones. TIPO: Competencias
COM19 - Capacidad para identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en el comercio electrónico, colaborando en el planteamiento y gestión del e-commerce. TIPO: Competencias
COM20 - Demostrar la capacidad para aplicar e integrar los conocimientos, competencias y habilidades definitorias del grado, mediante la elaboración y defensa de un trabajo final de grado. TIPO: Competencias
HD01 - Habilidad para utilizar con destreza las tecnologías y sistemas de diseño gráfico, audiovisual, infografía, web y entornos multimedia, interactivos y animados, procesando y transmitiendo información y mensajes. TIPO: Habilidades o destrezas
HD02 - Habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información para su uso en el ámbito del marketing y comunicación a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo. TIPO: Habilidades o destrezas
HD03 - Aplicar técnicas basadas en la extracción, transformación y análisis de datos que permitan adoptar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing y la comunicación de la empresa u organización. TIPO: Habilidades o destrezas
HD04 - Habilidad para el uso de las tecnologías y herramientas de la comunicación en el ámbito del diseño, representación visual y creatividad digital, para su aplicación al marketing y a la comunicación digital. TIPO: Habilidades o destrezas
HD05 - Capacidad para editar documentos digitales a través de servicios de almacenamiento en Internet y gestionar entornos colaborativos en la nube, utilizando sistemas abiertos de edición. TIPO: Habilidades o destrezas
HD06 - Aplicación de las técnicas y herramientas de marketing online y social media, y habilidad para estructurar comunidades virtuales gestionando personas, datos y contenidos. TIPO: Habilidades o destrezas
HD07 - Habilidad para aplicar técnicas estadísticas, análisis cuantitativo y cualitativo en los procesos de investigación de mercados. TIPO: Habilidades o destrezas
HD08 - Capacidad para utilizar sistemas de maquetación digital existentes en el mercado y generar productos multimedia mejorando los procesos de optimización de la calidad en archivos de imagen. TIPO: Habilidades o destrezas



HD09 - Capacidad de utilización avanzada de las plataformas de gestión de contenidos, incluyendo la incrustación de objetos multimedia y la inserción de aplicaciones internas afines a la plataforma. TIPO: Habilidades o destrezas
HD10 - Capacidad para la utilización de los diversos protocolos de programación con estilos, separando contenido y formato, y permitiendo la disponibilidad multiplataforma en dispositivos móviles, tabletas u ordenadores. TIPO: Habilidades o destrezas
HD11 - Habilidad para la implementación y optimización de estrategias SEO enfocadas en el análisis de datos, la experiencia de usuario y la mejora del rendimiento en buscadores. TIPO: Habilidades o destrezas
HD12 - Habilidad para la creación de anuncios en buscadores (Search Engine Marketing), mediante la selección de palabras clave adecuadas y la construcción de mensajes sensibles a las marcas. TIPO: Habilidades o destrezas
HD13 - Utilizar las tecnologías digitales para lograr la estrategia establecida en marketing y en comunicación en una organización. TIPO: Habilidades o destrezas
HD14 - Habilidad para el diseño de soportes informativos y nuevos medios de comunicación, aplicando nuevos dispositivos y aplicaciones, incluyendo las aplicaciones móviles. TIPO: Habilidades o destrezas
HD15 - Habilidad para poner en práctica técnicas de seguimiento y monitorización de datos en Internet, así como para la analítica web que permita la elaboración de estrategias de marketing y comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas
HD16 - Capacidad para el pensamiento crítico y para la resolución de problemas y toma de decisiones aplicando una orientación al mercado. TIPO: Habilidades o destrezas
HD17 - Habilidad de comunicación efectiva, trabajo en equipo y liderazgo en entornos profesionales y para la utilización de técnicas en la presentación de proyectos en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas
HD18 - Capacidad de aprendizaje, innovación, creatividad, planificación y adaptación al cambio. TIPO: Habilidades o destrezas
HD19 - Capacidad de organización eficiente del trabajo y gestión del tiempo en el desarrollo de tareas. TIPO: Habilidades o destrezas
HD20 - Aplicación de principios éticos y deontológicos, así como de los principios relativos a la accesibilidad, no discriminación, igualdad de género, libertad sexual y objetivos de desarrollo sostenible en las distintas acciones, proyectos y actividad profesional en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

3.1 REQUISITOS DE ACCESO Y PROCEDIMIENTOS DE ADMISIÓN
<p>3.1.- Requisitos de acceso y procedimientos de admisión</p> <p>Requisitos de acceso</p> <p>El grado se impartirá por un centro adscrito a una universidad pública de Andalucía y se aplicarán los requisitos de acceso y procedimientos de admisión que se contemplan en la normativa universitaria. El acceso y admisión a las enseñanzas oficiales de Grado se regula en el artículo 15 del <i>Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad</i>.</p> <p>También será de aplicación el artículo 38 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, que regula la prueba de acceso a la Universidad, y el <i>Real Decreto 534/2024, de 11 de junio, por el que se regulan los requisitos de acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, las características básicas de la prueba de acceso y la normativa básica de los procedimientos de admisión</i>.</p> <p>Por otro lado, el artículo 73 del <i>Decreto Legislativo 1/2013, de 8 de enero, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley Andaluza de Universidades</i>, establece que las Universidades públicas andaluzas se constituyen en un distrito único para los estudios de grado y máster, mediante acuerdo entre las mismas y la Consejería competente en materia de Universidades, a fin de evitar la exigencia de diversas pruebas de evaluación.</p> <p>Para acceder a la información del Distrito Único Andaluz pueden consultarse los enlaces siguientes:</p> <p>https://www.juntadeandalucia.es/temas/estudiar/universidad/acceso.html</p> <p>https://www.juntadeandalucia.es/economiaconocimientoempresasyuniversidad/sguit/</p> <p>Perfil de acceso</p> <p>El Centro Universitario San Isidoro busca un perfil de alumnos que sienta atracción por el mundo del marketing y por el uso de las tecnologías de la información para, a través de un uso intensivo en las diferentes facetas de la vida cotidiana, para así difundir, transmitir y promocionar contenidos, mensajes e ideas. De este modo, se seleccionará a los alumnos con capacidades de identificar la aplicación práctica con fines comunicativos de las nuevas tecnologías. Éstas serán trabajadas, reforzadas y completadas a lo largo de su estancia en el Centro.</p> <p>Otra cuestión de debida consideración es la motivación previa por el trabajo, por la práctica profesional y por su propio desarrollo personal. También se persigue un alto aprovechamiento de todos los medios y recursos que ponemos a su alcance.</p> <p>Procedimiento y criterios de Admisión</p>



El Centro Universitario garantiza una información transparente y accesible sobre los procedimientos de admisión y dispone de sistemas de orientación al estudiantado. Dicha información tiene en cuenta al estudiantado con discapacidad, o con necesidades específicas, y dispone del servicio de apoyo y asesoramientos adecuados. Concretamente, el Centro cuenta con el Servicio de Diversidad Funcional.

La admisión al grado se produce a través del Distrito Único Andaluz, considerando que el centro responsable de la impartición del título es un centro adscrito a la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla.

El Centro Universitario San Isidoro ofrece información sobre el acceso y admisión en el enlace siguiente:

<https://centrosanisidoro.es/proceso-de-admision/>

Asimismo, la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, ofrece información sobre el acceso y admisión en los enlaces siguientes:

<https://www.upo.es/asistencia-estudiante/acceso-admision/>

<https://www.upo.es/asistencia-estudiante/acceso-admision/preinscripcion/>

Además, la Universidad dispone para la orientación del estudiante el portal digital de información general iPuntOlavide que se puede consultar en el enlace siguiente:

<https://www.upo.es/estudiantes/es/>

Adaptaciones según necesidades educativas específicas

Tanto el diseño de las infraestructuras como la composición de las diversas titulaciones ofertadas por el centro garantizan la igualdad efectiva de hombre y mujeres. Se han tomado las medidas necesarias según lo contemplado en la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario, la Ley 4/2017, de 25 de septiembre, de los Derechos y la Atención a las Personas con Discapacidad en Andalucía, Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y su inclusión social, el Real Decreto 1791/2010, de 30 de diciembre, por el que se aprueba el Estatuto del Estudiante Universitario y otra normativa aplicable.

De modo general, el centro ha adecuado el medio físico del edificio y las distintas aulas a las necesidades de los estudiantes con discapacidad. Para ello, se han realizado las modificaciones arquitectónicas y de comunicación adecuadas, como rampas de inclinación suave y la adaptación de los ascensores al acceso con sillas de ruedas. El centro dispone de mesas adaptables a los estudiantes en sillas de ruedas, así como mecanismos de comunicación para apoyo en el seguimiento de las clases a los estudiantes con necesidades especiales. Se garantizan las adaptaciones curriculares individualizadas de acceso así como la accesibilidad a los materiales de estudio, mediante aplicaciones tecnológicas y softwares tanto para plataformas Apple como Windows, además de creación de tutoriales y material de apoyo audiovisual y subtitulado. A estos efectos, el Centro Universitario San Isidoro cuenta con el Servicio de Atención a la Igualdad y Diversidad Funcional, cuyas actuaciones se plasman en el Plan de Accesibilidad e Inclusión de la Diversidad Funcional.

ECTS de matrícula necesarios según curso y tipo de matrícula:

	Tiempo Completo	Tiempo Parcial		
ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima	
Primer curso	60	60	24	59
Resto de cursos	60	90	24	59

NORMAS DE PERMANENCIA: <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2014/62/14>

3.2 CRITERIOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIAS DE CRÉDITOS

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

MÍNIMO	MÁXIMO
0	36

Adjuntar Convenio

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Adjuntar Título Propio

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

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
--------	--------



0	0
DESCRIPCIÓN	
<p>3.2.- Criterios para el reconocimiento y transferencia de créditos</p> <p>Las bases de los procedimientos de reconocimiento y transferencias de créditos académicos en los títulos universitarios oficiales se recogen en el artículo 10 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad. El artículo 10.7 dispone lo siguiente <i>#En el caso de la suscripción de un convenio entre un centro de formación profesional de grado superior y un centro universitario, aprobado por el órgano de gobierno de la universidad y el Departamento competente en materia de formación profesional de la Comunidad Autónoma, la proporción de créditos reconocibles en un título universitario oficial de Grado podrá ser de hasta el 25 por ciento de la carga crediticia total de dicho título#.</i></p> <p>Para el reconocimiento de créditos cursados en Centros de formación profesional de grado superior será de aplicación el artículo 130 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional. Que en el artículo 130 indica lo siguiente: <i>#Cuando exista una relación directa entre el título alegado y aquel al que conducen las enseñanzas que se pretenden cursar, se garantizará un reconocimiento, que no podrá tener una proporción menor al 15 por ciento ni mayor del 25 por ciento de la carga crediticia total, que se realizará entre el conjunto de módulos de la parte obligatoria del currículo en el caso de formación profesional, o entre las asignaturas o materias de carácter básico, obligatorio y optativo, en el caso de enseñanzas universitarias oficiales de Grado.#</i></p> <p>https://www.boe.es/eli/es/rd/2023/07/18/659</p> <p>En base a ello, será de aplicación la Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos de la Universidad Pablo de Olavide, aprobada por Consejo de Gobierno de 3 de junio de 2013 (BUPO 7/2013, de 14/06/2013) y la normativa de reconocimiento en Grado de otros estudios de educación superior, que pueden consultarse en los enlaces siguientes:</p> <p>Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos:</p> <p>https://centrosanisoro.es/wp-content/uploads/2017/01/csi-normativa-05-reconocimiento-transferencia-creditos.pdf</p> <p>Normativa de reconocimiento en Grado de otros estudios de educación superior https://centrosanisoro.es/wp-content/images/estatuto/csi-normativa-reconocimiento-grado-educacion-superior.pdf</p> <p>En definitiva y en aplicación de la normativa antes mencionada, se reconocerá un mínimo de 0 créditos y un máximo de 36 créditos (15% de 240), según resulta en el cuadro siguiente. En el caso de que en un futuro llegará a suscribirse un convenio de los previstos en el artículo 10.3 del Real Decreto 822/2021, podrá reconocerse hasta un máximo de 60 créditos cursados en Centros de formación profesional superior al amparo de los respectivos convenios autorizados por el departamento competente en materia de formación profesional.</p>	
3.3 MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA	
<p>3.3.- Procedimiento para la organización de la movilidad de estudiantes propios y de acogida</p> <p>En línea con el contenido del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias y el procedimiento de aseguramiento de su calidad, y en el Estatuto del Estudiante Universitario sobre el derecho a la movilidad, la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, de acuerdo a sus estatutos, tiene aprobado un Reglamento de Movilidad Académica Internacional de Estudiantes de Grado en el que se regulan todos los aspectos relativos a la movilidad del estudiantado en ambos sentidos e incluye el reconocimiento académico de los créditos afectados por la movilidad. Esta movilidad puede realizarse a través del Marco de Programas, Acuerdo o Convenios suscritos por la Universidad, o a través de los programas de libre movilidad (Free Mover) a iniciativa del alumnado.</p> <p>Y otros programas <i>ad-hoc</i> que surgen a lo largo del curso académico. Los mencionados programas de movilidad, y aquellos otros que puedan surgir a lo largo del curso académico se publicitan en la página web de la Universidad y en la del propio Centro Adscrito a través de los correspondientes enlaces.</p> <p>En el siguiente enlace a la página web del Centro Universitario San Isidoro, se expone el procedimiento para la movilidad y acogida de estudiantes que se tiene establecido: https://centrosanisoro.es/erasmus-plus/</p> <p>Los acuerdos de movilidad del Centro Universitario San Isidoro formarán parte de los programas de movilidad de la Universidad Pablo de Olavide, sin perjuicio de los requisitos que se establecen en cada uno de los convenios desde el punto de vista del estudiantado. Pueden consultarse en https://centrosanisoro.es/erasmus-plus/</p> <p>El Centro Universitario San Isidoro cuenta con un departamento de Movilidad y Relaciones Internacionales, que recibe la asistencia y asesoramiento necesario por parte de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, que tiene como finalidad:</p>	



- Informar sobre los distintos programas de intercambio y las condiciones necesarias para acceder a una plaza. Esta información incluye las características de cada Institución y la mayor o menor adecuación al perfil de cada estudiante.

- Gestión de las solicitudes recibidas y la realización de los trámites administrativos precisos para garantizar la efectividad de los desplazamientos.

- Evaluar, valorar y convalidar los resultados académicos obtenidos por el alumnado durante el periodo de estancia en otras Instituciones, tras la aprobación previa de la propuesta de formación presentada por el/la estudiante y aprobada por la comisión establecida al respecto.

- Facilitar información para el desarrollo de los programas de acogida a través de acuerdos con diferentes instituciones y empresas residenciales.

Además, el Centro apoya a aquellos alumnos que solicitan becas de movilidad, en el sentido de tratar de facilitar y de orientar los trámites necesarios para la obtención de las mismas, frente a las entidades que las conceden u otorgan, no contemplándose inicialmente la concesión de becas de movilidad por parte del Centro.

El seguimiento de los alumnos que realizan los diferentes programas de movilidad es llevado a cabo por los tutores docentes de movilidad.

El Centro tiene suscritos 63 convenios de movilidad Erasmus+, con universidades en 10 países para un total de 145 plazas. Si bien se está tratando de fomentar la movilidad de los alumnos del Centro, estas cifras satisfacen las demandas de movilidad de los alumnos. Las Universidades con las que se han concertado, y se concertarán, plazas de movilidad son centros de reconocido prestigio y las estancias en los mismos permiten a los estudiantes profundizar en conocimientos y aplicaciones que complementan su formación, su capacitación en las competencias lingüísticas y promover las competencias de adaptación a nuevas realidades y trabajo en contextos multiculturales.

En la página web del Centro se puede acceder a toda la información relativa al programa Erasmus+ (<https://centrosanidoro.es/erasmus-plus/>).

En el capítulo de estudiantes procedentes de otros centros, se cuenta con una unidad específica de atención al estudiante con información relativa al alojamiento, servicios de transporte, manutención, así como acuerdos con un gran número de residencias y centros de acogida de la comunidad educativa.

Con el objetivo de promocionar la movilidad de los estudiantes, el centro dispone de un Servicio de Idiomas con el objetivo de ofrecer, a sus alumnos, con carácter extracurricular, un programa de formación lingüística complementaria que, a través del aprendizaje de idiomas y el desarrollo de habilidades y estrategias interpersonales, amplíe sus perspectivas profesionales en un entorno laboral cada vez más competitivo y dinámico a la vez que les facilite la movilidad. En el Servicio de Idiomas se imparten diferentes niveles de enseñanza en distintos idiomas y se prepara para la obtención de los principales diplomas de acreditación, particularmente se imparten enseñanzas para la obtención del nivel B1 exigible para la obtención del título de Grado

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1 ESTRUCTURA BÁSICA DE LAS ENSEÑANZAS		
DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 4: Anexo 1.		
NIVEL 1: Fundamentos de Marketing y Comunicación		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	60	
NIVEL 2: Comunicación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	ÁMBITO	
Básica	28 Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	
ECTS NIVEL2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
12	12	
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
NIVEL 3: Teoría de la comunicación		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3



6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Técnicas de comunicación escrita		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Tecnología de la comunicación		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Fundamentos de la publicidad		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C01 - Capacidad para comprender y valorar la incidencia del entorno socioeconómico, político, jurídico, cultural, así como la globalización y su influencia en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C02 - Capacidad para comprender y aplicar las teorías, los métodos y las técnicas de análisis en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C06 - Capacidad para conocer, identificar y analizar los principales debates y acontecimientos mediáticos y su impacto en la comunicación y en el comportamiento del consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C07 - 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. TIPO: Conocimientos o contenidos		



C09 - Conocimiento y capacidad analítica sobre los procesos, funciones y estructuras de la comunicación digital, valorando el impacto de las nuevas tecnologías y la cultura colaborativa en la generación de contenidos, en las campañas de marketing y comunicación y en la evolución de los entornos mediáticos. TIPO: Conocimientos o contenidos
C03 - Capacidad para comprender y valorar el marco jurídico de la información comunicación y el marketing, las exigencias de la ética y deontología profesional, y los límites de la libertad de expresión así como los principios generales del derecho del consumo y de la competencia. TIPO: Conocimientos o contenidos
C04 - Capacidad para entender los mensajes de texto, icónicos y audiovisuales de los medios de comunicación, y su aplicación en las campañas de marketing y comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos
C05 - Capacidad para comprender, analizar e identificar la estructura de los medios de comunicación, su gestión, y sus diferentes soportes y formatos a lo largo de la historia y en la actualidad. TIPO: Conocimientos o contenidos
C13 - 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 estrategias de comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos
C14 - Capacidad para reconocer y conocer el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación digital y social media. TIPO: Conocimientos o contenidos
COM02 - Capacidad para identificar y definir problemas y necesidades comunicativas desde una perspectiva social y reflexiva, considerando el contexto sociopolítico, cultural y motivacional, así como las implicaciones del ejercicio del marketing y de la comunicación en lo individual y colectivo. TIPO: Competencias
COM03 - Capacidad para aplicar la investigación a todo el proceso de comunicación, diseñar estrategias y metodologías de investigación, formular problemas de conocimiento y desarrollar interpretaciones innovadoras de la realidad comunicativa. TIPO: Competencias
COM04 - Dominio de las técnicas de comunicación escrita en el ámbito del marketing y de la comunicación digital, incluyendo la adaptación de documentos y textos especializados, interpretándolos con eficacia y adecuándolos a distintos públicos y contextos. TIPO: Competencias
COM05 - Capacidad para la localización, gestión y análisis crítico de fuentes documentales e informes de investigación, así como para la interpretación y evaluación de la información y el discurso en distintos medios. TIPO: Competencias
COM06 - Capacidad para elaborar discursos comunicativos en lenguaje audiovisual y digital, jerarquizando la información y aprovechando los recursos hipertextuales, interactivos y visuales. TIPO: Competencias
COM13 - Capacidad para identificar y utilizar los principales formatos de los medios de comunicación en Internet y la blogosfera, así como para la lectura, interpretación y análisis de textos y documentos, aplicando técnicas de síntesis o adaptación al entorno digital. TIPO: Competencias
COM01 - Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos fundamentales; los valores democráticos #la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros#; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión. TIPO: Competencias
COM09 - Capacidad para comprender y aplicar los fundamentos de la publicidad y las relaciones públicas, considerando el impacto del entorno digital. TIPO: Competencias
HD04 - Habilidad para el uso de las tecnologías y herramientas de la comunicación en el ámbito del diseño, representación visual y creatividad digital, para su aplicación al marketing y a la comunicación digital. TIPO: Habilidades o destrezas
HD01 - Habilidad para utilizar con destreza las tecnologías y sistemas de diseño gráfico, audiovisual, infografía, web y entornos multimedia, interactivos y animados, procesando y transmitiendo información y mensajes. TIPO: Habilidades o destrezas
HD03 - Aplicar técnicas basadas en la extracción, transformación y análisis de datos que permitan adoptar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing y la comunicación de la empresa u organización. TIPO: Habilidades o destrezas
HD05 - Capacidad para editar documentos digitales a través de servicios de almacenamiento en Internet y gestionar entornos colaborativos en la nube, utilizando sistemas abiertos de edición. TIPO: Habilidades o destrezas
HD08 - Capacidad para utilizar sistemas de maquetación digital existentes en el mercado y generar productos multimedia mejorando los procesos de optimización de la calidad en archivos de imagen. TIPO: Habilidades o destrezas



HD11 - Habilidad para la implementación y optimización de estrategias SEO enfocadas en el análisis de datos, la experiencia de usuario y la mejora del rendimiento en buscadores. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD17 - Habilidad de comunicación efectiva, trabajo en equipo y liderazgo en entornos profesionales y para la utilización de técnicas en la presentación de proyectos en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD14 - Habilidad para el diseño de soportes informativos y nuevos medios de comunicación, aplicando nuevos dispositivos y aplicaciones, incluyendo las aplicaciones móviles. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD16 - Capacidad para el pensamiento crítico y para la resolución de problemas y toma de decisiones aplicando una orientación al mercado. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD18 - Capacidad de aprendizaje, innovación, creatividad, planificación y adaptación al cambio. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD19 - Capacidad de organización eficiente del trabajo y gestión del tiempo en el desarrollo de tareas. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD20 - Aplicación de principios éticos y deontológicos, así como de los principios relativos a la accesibilidad, no discriminación, igualdad de género, libertad sexual y objetivos de desarrollo sostenible en las distintas acciones, proyectos y actividad profesional en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Audiovisual		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	ÁMBITO	
Básica	21 Industrias Culturales: diseño, animación, cinematografía y producción audiovisual	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Tecnología audiovisual		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
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
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C04 - Capacidad para entender los mensajes de texto, icónicos y audiovisuales de los medios de comunicación, y su aplicación en las campañas de marketing y comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C13 - 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 estrategias de comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM05 - Capacidad para la localización, gestión y análisis crítico de fuentes documentales e informes de investigación, así como para la interpretación y evaluación de la información y el discurso en distintos medios. TIPO: Competencias		
COM06 - Capacidad para elaborar discursos comunicativos en lenguaje audiovisual y digital, jerarquizando la información y aprovechando los recursos hipertextuales, interactivos y visuales. TIPO: Competencias		
COM01 - Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos		



fundamentales; los valores democráticos #la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros#; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión. TIPO: Competencias

COM14 - Capacidad para desarrollar técnicas de construcción de mensajes constituidos por imágenes visuales, acústicas y audiovisuales aplicadas a entornos digitales, y redactar contenidos multimedia con un enfoque informativo y promocional. TIPO: Competencias

COM15 - Capacidad para generar procesos de adaptabilidad web de acuerdo con las normativas de accesibilidad y de estructurar contenidos hipertextuales, interactivos y audiovisuales en la Red, conforme a criterios de usabilidad y ordenación de la información. TIPO: Competencias

HD01 - Habilidad para utilizar con destreza las tecnologías y sistemas de diseño gráfico, audiovisual, infografía, web y entornos multimedia, interactivos y animados, procesando y transmitiendo información y mensajes. TIPO: Habilidades o destrezas

HD03 - Aplicar técnicas basadas en la extracción, transformación y análisis de datos que permitan adoptar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing y la comunicación de la empresa u organización. TIPO: Habilidades o destrezas

HD08 - Capacidad para utilizar sistemas de maquetación digital existentes en el mercado y generar productos multimedia mejorando los procesos de optimización de la calidad en archivos de imagen. TIPO: Habilidades o destrezas

HD17 - Habilidad de comunicación efectiva, trabajo en equipo y liderazgo en entornos profesionales y para la utilización de técnicas en la presentación de proyectos en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas

HD16 - Capacidad para el pensamiento crítico y para la resolución de problemas y toma de decisiones aplicando una orientación al mercado. TIPO: Habilidades o destrezas

HD18 - Capacidad de aprendizaje, innovación, creatividad, planificación y adaptación al cambio. TIPO: Habilidades o destrezas

HD19 - Capacidad de organización eficiente del trabajo y gestión del tiempo en el desarrollo de tareas. TIPO: Habilidades o destrezas

HD20 - Aplicación de principios éticos y deontológicos, así como de los principios relativos a la accesibilidad, no discriminación, igualdad de género, libertad sexual y objetivos de desarrollo sostenible en las distintas acciones, proyectos y actividad profesional en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Marketing y empresa

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	ÁMBITO
Básica	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
ECTS NIVEL2	30

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
12	6	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

NIVEL 3: Fundamentos del marketing

4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		



ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Fundamentos de administración de empresa		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Estadística aplicada al marketing		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Marketing digital		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Psicología y comportamiento del consumidor		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
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
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C01 - Capacidad para comprender y valorar la incidencia del entorno socioeconómico, político, jurídico, cultural, así como la globalización y su influencia en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C02 - Capacidad para comprender y aplicar las teorías, los métodos y las técnicas de análisis en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C06 - Capacidad para conocer, identificar y analizar los principales debates y acontecimientos mediáticos y su impacto en la comunicación y en el comportamiento del consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C08 - Capacidad para conocer los fundamentos generales del marketing y las herramientas que lo componen. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C09 - Conocimiento y capacidad analítica sobre los procesos, funciones y estructuras de la comunicación digital, valorando el impacto de las nuevas tecnologías y la cultura colaborativa en la generación de contenidos, en las campañas de marketing y comunicación y en la evolución de los entornos mediáticos. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Capacidad para comprender y valorar el marco jurídico de la información comunicación y el marketing, las exigencias de la ética y deontología profesional, y los límites de la libertad de expresión así como los principios generales del derecho del consumo y de la competencia. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C04 - Capacidad para entender los mensajes de texto, icónicos y audiovisuales de los medios de comunicación, y su aplicación en las campañas de marketing y comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C10 - Capacidad para comprender y analizar la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, con especial atención a las empresas que trabajan en entornos digitales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C11 - Capacidad para conocer el comportamiento del consumidor y de las organizaciones que operan en los mercados. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C12 - Capacidad para entender el funcionamiento de una red de afiliación y los diferentes agentes que actúan en el proceso, y su incidencia en las estrategias de marketing y comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C14 - Capacidad para reconocer y conocer el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación digital y social media. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM02 - Capacidad para identificar y definir problemas y necesidades comunicativas desde una perspectiva social y reflexiva, considerando el contexto sociopolítico, cultural y motivacional, así como las implicaciones del ejercicio del marketing y de la comunicación en lo individual y colectivo. TIPO: Competencias		
COM04 - Dominio de las técnicas de comunicación escrita en el ámbito del marketing y de la comunicación digital, incluyendo la adaptación de documentos y textos especializados, interpretándolos con eficacia y adecuándolos a distintos públicos y contextos. TIPO: Competencias		
COM08 - Capacidad para diseñar y aplicar procesos de planificación de marketing a través del despliegue de sus herramientas operativas y el control de su ejecución. TIPO: Competencias		
COM13 - Capacidad para identificar y utilizar los principales formatos de los medios de comunicación en Internet y la blogosfera, así como para la lectura, interpretación y análisis de textos y documentos, aplicando técnicas de síntesis o adaptación al entorno digital. TIPO: Competencias		
COM01 - Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos fundamentales; los valores democráticos #la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros#; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión. TIPO: Competencias		
COM11 - Capacidad de identificación y diseño de estrategias de marketing y comunicación digital, incluyendo la gestión de clientes y fidelización, incluyendo la dirección de ventas. TIPO: Competencias		
COM12 - Capacidad para diseñar un proyecto de marketing desde su organización y planificación hasta su ejecución, seleccionando aquellas herramientas de marketing y de comunicación que permitan lograr el objetivo marcado, considerando los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas. TIPO: Competencias		



COM10 - Capacidad para diseñar investigaciones motivacionales y sociológicas y comerciales, aplicadas a la comunicación y al marketing, incluyendo la identificación de las necesidades de los consumidores. TIPO: Competencias		
COM16 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en publicidad online mediante estrategias SEM. TIPO: Competencias		
COM17 - Capacidad para reconocer los nuevos paradigmas y procesos estratégicos en la creación de la identidad digital, así como para gestionar la reputación online y la mensajería interna en instituciones públicas y privadas. TIPO: Competencias		
COM18 - Capacidad para manejar los conceptos fundamentales de análisis y planificación en marketing online, y para diseñar nuevos modelos estratégicos de marketing de contenidos, implementándolos en campañas y acciones. TIPO: Competencias		
COM19 - Capacidad para identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en el comercio electrónico, colaborando en el planteamiento y gestión del e-commerce. TIPO: Competencias		
HD04 - Habilidad para el uso de las tecnologías y herramientas de la comunicación en el ámbito del diseño, representación visual y creatividad digital, para su aplicación al marketing y a la comunicación digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD02 - Habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información para su uso en el ámbito del marketing y comunicación a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD03 - Aplicar técnicas basadas en la extracción, transformación y análisis de datos que permitan adoptar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing y la comunicación de la empresa u organización. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD06 - Aplicación de las técnicas y herramientas de marketing online y social media, y habilidad para estructurar comunidades virtuales gestionando personas, datos y contenidos. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD07 - Habilidad para aplicar técnicas estadísticas, análisis cuantitativo y cualitativo en los procesos de investigación de mercados. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD11 - Habilidad para la implementación y optimización de estrategias SEO enfocadas en el análisis de datos, la experiencia de usuario y la mejora del rendimiento en buscadores. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD17 - Habilidad de comunicación efectiva, trabajo en equipo y liderazgo en entornos profesionales y para la utilización de técnicas en la presentación de proyectos en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD12 - Habilidad para la creación de anuncios en buscadores (Search Engine Marketing), mediante la selección de palabras clave adecuadas y la construcción de mensajes sensibles a las marcas. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD13 - Utilizar las tecnologías digitales para lograr la estrategia establecida en marketing y en comunicación en una organización. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD16 - Capacidad para el pensamiento crítico y para la resolución de problemas y toma de decisiones aplicando una orientación al mercado. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD15 - Habilidad para poner en práctica técnicas de seguimiento y monitorización de datos en Internet, así como para la analítica web que permita la elaboración de estrategias de marketing y comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD18 - Capacidad de aprendizaje, innovación, creatividad, planificación y adaptación al cambio. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD19 - Capacidad de organización eficiente del trabajo y gestión del tiempo en el desarrollo de tareas. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD20 - Aplicación de principios éticos y deontológicos, así como de los principios relativos a la accesibilidad, no discriminación, igualdad de género, libertad sexual y objetivos de desarrollo sostenible en las distintas acciones, proyectos y actividad profesional en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 1: Derecho		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	6	
NIVEL 2: Derecho		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	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
NIVEL 3: Derecho de la Comunicación		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C01 - Capacidad para comprender y valorar la incidencia del entorno socioeconómico, político, jurídico, cultural, así como la globalización y su influencia en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C07 - 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. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Capacidad para comprender y valorar el marco jurídico de la información comunicación y el marketing, las exigencias de la ética y deontología profesional, y los límites de la libertad de expresión así como los principios generales del derecho del consumo y de la competencia. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM02 - Capacidad para identificar y definir problemas y necesidades comunicativas desde una perspectiva social y reflexiva, considerando el contexto sociopolítico, cultural y motivacional, así como las implicaciones del ejercicio del marketing y de la comunicación en lo individual y colectivo. TIPO: Competencias		
COM01 - Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos fundamentales; los valores democráticos #la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros#; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión. TIPO: Competencias		
HD17 - Habilidad de comunicación efectiva, trabajo en equipo y liderazgo en entornos profesionales y para la utilización de técnicas en la presentación de proyectos en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD16 - Capacidad para el pensamiento crítico y para la resolución de problemas y toma de decisiones aplicando una orientación al mercado. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD18 - Capacidad de aprendizaje, innovación, creatividad, planificación y adaptación al cambio. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD19 - Capacidad de organización eficiente del trabajo y gestión del tiempo en el desarrollo de tareas. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD20 - Aplicación de principios éticos y deontológicos, así como de los principios relativos a la accesibilidad, no discriminación, igualdad de género, libertad sexual y objetivos de desarrollo sostenible en las distintas acciones, proyectos y actividad profesional en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 1: Teoría, Técnicas e Investigación en Comunicación		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	36	
NIVEL 2: Teoría, técnicas e investigación en comunicación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		



CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	36	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		12
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
12	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Teoría de la comunicación audiovisual		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Teoría y estructura de la publicidad		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Teoría y estructura de las relaciones públicas		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Teoría y estructura de la comunicación digital		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		



CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Documentación digital y big data		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Técnicas de investigación		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C01 - Capacidad para comprender y valorar la incidencia del entorno socioeconómico, político, jurídico, cultural, así como la globalización y su influencia en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C02 - Capacidad para comprender y aplicar las teorías, los métodos y las técnicas de análisis en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C06 - Capacidad para conocer, identificar y analizar los principales debates y acontecimientos mediáticos y su impacto en la comunicación y en el comportamiento del consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C09 - Conocimiento y capacidad analítica sobre los procesos, funciones y estructuras de la comunicación digital, valorando el impacto de las nuevas tecnologías y la cultura colaborativa en la generación de contenidos, en las campañas de marketing y comunicación y en la evolución de los entornos mediáticos. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Capacidad para comprender y valorar el marco jurídico de la información comunicación y el marketing, las exigencias de la ética y deontología profesional, y los límites de la libertad de expresión así como los principios generales del derecho del consumo y de la competencia. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C04 - Capacidad para entender los mensajes de texto, icónicos y audiovisuales de los medios de comunicación, y su aplicación en las campañas de marketing y comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C05 - Capacidad para comprender, analizar e identificar la estructura de los medios de comunicación, su gestión, y sus diferentes soportes y formatos a lo largo de la historia y en la actualidad. TIPO: Conocimientos o contenidos		



C13 - 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 estrategias de comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos	
C14 - Capacidad para reconocer y conocer el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación digital y social media. TIPO: Conocimientos o contenidos	
COM02 - Capacidad para identificar y definir problemas y necesidades comunicativas desde una perspectiva social y reflexiva, considerando el contexto sociopolítico, cultural y motivacional, así como las implicaciones del ejercicio del marketing y de la comunicación en lo individual y colectivo. TIPO: Competencias	
COM03 - Capacidad para aplicar la investigación a todo el proceso de comunicación, diseñar estrategias y metodologías de investigación, formular problemas de conocimiento y desarrollar interpretaciones innovadoras de la realidad comunicativa. TIPO: Competencias	
COM04 - Dominio de las técnicas de comunicación escrita en el ámbito del marketing y de la comunicación digital, incluyendo la adaptación de documentos y textos especializados, interpretándolos con eficacia y adecuándolos a distintos públicos y contextos. TIPO: Competencias	
COM05 - Capacidad para la localización, gestión y análisis crítico de fuentes documentales e informes de investigación, así como para la interpretación y evaluación de la información y el discurso en distintos medios. TIPO: Competencias	
COM06 - Capacidad para elaborar discursos comunicativos en lenguaje audiovisual y digital, jerarquizando la información y aprovechando los recursos hipertextuales, interactivos y visuales. TIPO: Competencias	
COM13 - Capacidad para identificar y utilizar los principales formatos de los medios de comunicación en Internet y la blogosfera, así como para la lectura, interpretación y análisis de textos y documentos, aplicando técnicas de síntesis o adaptación al entorno digital. TIPO: Competencias	
COM01 - Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos fundamentales; los valores democráticos #la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros#; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión. TIPO: Competencias	
COM09 - Capacidad para comprender y aplicar los fundamentos de la publicidad y las relaciones públicas, considerando el impacto del entorno digital. TIPO: Competencias	
COM10 - Capacidad para diseñar investigaciones motivacionales y sociológicas y comerciales, aplicadas a la comunicación y al marketing, incluyendo la identificación de las necesidades de los consumidores. TIPO: Competencias	
HD02 - Habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información para su uso en el ámbito del marketing y comunicación a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo. TIPO: Habilidades o destrezas	
HD03 - Aplicar técnicas basadas en la extracción, transformación y análisis de datos que permitan adoptar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing y la comunicación de la empresa u organización. TIPO: Habilidades o destrezas	
HD17 - Habilidad de comunicación efectiva, trabajo en equipo y liderazgo en entornos profesionales y para la utilización de técnicas en la presentación de proyectos en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas	
HD16 - Capacidad para el pensamiento crítico y para la resolución de problemas y toma de decisiones aplicando una orientación al mercado. TIPO: Habilidades o destrezas	
HD18 - Capacidad de aprendizaje, innovación, creatividad, planificación y adaptación al cambio. TIPO: Habilidades o destrezas	
HD19 - Capacidad de organización eficiente del trabajo y gestión del tiempo en el desarrollo de tareas. TIPO: Habilidades o destrezas	
HD20 - Aplicación de principios éticos y deontológicos, así como de los principios relativos a la accesibilidad, no discriminación, igualdad de género, libertad sexual y objetivos de desarrollo sostenible en las distintas acciones, proyectos y actividad profesional en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas	
NIVEL 1: Tecnologías y Herramientas de la Comunicación	
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1	
ECTS NIVEL1	30



NIVEL 2: Tecnologías y Herramientas de la Comunicación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
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
6		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
12		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Diseño gráfico y cultura visual		
4.1.1.1.1 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
NIVEL 3: Diseño gráfico y tratamiento digital de la imagen		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Diseño web		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12



NIVEL 3: Edición y gestión de plataformas de contenidos		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Usabilidad y experiencia de usuario (UX)		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Monitorización y analítica web		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C06 - Capacidad para conocer, identificar y analizar los principales debates y acontecimientos mediáticos y su impacto en la comunicación y en el comportamiento del consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C09 - Conocimiento y capacidad analítica sobre los procesos, funciones y estructuras de la comunicación digital, valorando el impacto de las nuevas tecnologías y la cultura colaborativa en la generación de contenidos, en las campañas de marketing y comunicación y en la evolución de los entornos mediáticos. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C04 - Capacidad para entender los mensajes de texto, icónicos y audiovisuales de los medios de comunicación, y su aplicación en las campañas de marketing y comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C11 - Capacidad para conocer el comportamiento del consumidor y de las organizaciones que operan en los mercados. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C12 - Capacidad para entender el funcionamiento de una red de afiliación y los diferentes agentes que actúan en el proceso, y su incidencia en las estrategias de marketing y comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		



C13 - 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 estrategias de comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos
C14 - Capacidad para reconocer y conocer el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación digital y social media. TIPO: Conocimientos o contenidos
COM04 - Dominio de las técnicas de comunicación escrita en el ámbito del marketing y de la comunicación digital, incluyendo la adaptación de documentos y textos especializados, interpretándolos con eficacia y adecuándolos a distintos públicos y contextos. TIPO: Competencias
COM05 - Capacidad para la localización, gestión y análisis crítico de fuentes documentales e informes de investigación, así como para la interpretación y evaluación de la información y el discurso en distintos medios. TIPO: Competencias
COM06 - Capacidad para elaborar discursos comunicativos en lenguaje audiovisual y digital, jerarquizando la información y aprovechando los recursos hipertextuales, interactivos y visuales. TIPO: Competencias
COM07 - Capacidad para gestionar la comunicación en la Red y en plataformas digitales, incluyendo la administración de comunidades virtuales y el aprovechamiento de las posibilidades que brinda la cultura colaborativa. TIPO: Competencias
COM13 - Capacidad para identificar y utilizar los principales formatos de los medios de comunicación en Internet y la blogosfera, así como para la lectura, interpretación y análisis de textos y documentos, aplicando técnicas de síntesis o adaptación al entorno digital. TIPO: Competencias
COM01 - Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos fundamentales; los valores democráticos #la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros#; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión. TIPO: Competencias
COM11 - Capacidad de identificación y diseño de estrategias de marketing y comunicación digital, incluyendo la gestión de clientes y fidelización, incluyendo la dirección de ventas. TIPO: Competencias
COM12 - Capacidad para diseñar un proyecto de marketing desde su organización y planificación hasta su ejecución, seleccionando aquellas herramientas de marketing y de comunicación que permitan lograr el objetivo marcado, considerando los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas. TIPO: Competencias
COM10 - Capacidad para diseñar investigaciones motivacionales y sociológicas y comerciales, aplicadas a la comunicación y al marketing, incluyendo la identificación de las necesidades de los consumidores. TIPO: Competencias
COM14 - Capacidad para desarrollar técnicas de construcción de mensajes constituidos por imágenes visuales, acústicas y audiovisuales aplicadas a entornos digitales, y redactar contenidos multimedia con un enfoque informativo y promocional. TIPO: Competencias
COM15 - Capacidad para generar procesos de adaptabilidad web de acuerdo con las normativas de accesibilidad y de estructurar contenidos hipertextuales, interactivos y audiovisuales en la Red, conforme a criterios de usabilidad y ordenación de la información. TIPO: Competencias
COM16 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en publicidad online mediante estrategias SEM. TIPO: Competencias
HD04 - Habilidad para el uso de las tecnologías y herramientas de la comunicación en el ámbito del diseño, representación visual y creatividad digital, para su aplicación al marketing y a la comunicación digital. TIPO: Habilidades o destrezas
HD01 - Habilidad para utilizar con destreza las tecnologías y sistemas de diseño gráfico, audiovisual, infografía, web y entornos multimedia, interactivos y animados, procesando y transmitiendo información y mensajes. TIPO: Habilidades o destrezas
HD02 - Habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información para su uso en el ámbito del marketing y comunicación a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo. TIPO: Habilidades o destrezas
HD03 - Aplicar técnicas basadas en la extracción, transformación y análisis de datos que permitan adoptar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing y la comunicación de la empresa u organización. TIPO: Habilidades o destrezas
HD05 - Capacidad para editar documentos digitales a través de servicios de almacenamiento en Internet y gestionar entornos colaborativos en la nube, utilizando sistemas abiertos de edición. TIPO: Habilidades o destrezas



HD06 - Aplicación de las técnicas y herramientas de marketing online y social media, y habilidad para estructurar comunidades virtuales gestionando personas, datos y contenidos. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD07 - Habilidad para aplicar técnicas estadísticas, análisis cuantitativo y cualitativo en los procesos de investigación de mercados. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD08 - Capacidad para utilizar sistemas de maquetación digital existentes en el mercado y generar productos multimedia mejorando los procesos de optimización de la calidad en archivos de imagen. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD09 - Capacidad de utilización avanzada de las plataformas de gestión de contenidos, incluyendo la incrustación de objetos multimedia y la inserción de aplicaciones internas afines a la plataforma. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD10 - Capacidad para la utilización de los diversos protocolos de programación con estilos, separando contenido y formato, y permitiendo la disponibilidad multiplataforma en dispositivos móviles, tabletas u ordenadores. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD11 - Habilidad para la implementación y optimización de estrategias SEO enfocadas en el análisis de datos, la experiencia de usuario y la mejora del rendimiento en buscadores. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD17 - Habilidad de comunicación efectiva, trabajo en equipo y liderazgo en entornos profesionales y para la utilización de técnicas en la presentación de proyectos en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD12 - Habilidad para la creación de anuncios en buscadores (Search Engine Marketing), mediante la selección de palabras clave adecuadas y la construcción de mensajes sensibles a las marcas. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD13 - Utilizar las tecnologías digitales para lograr la estrategia establecida en marketing y en comunicación en una organización. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD14 - Habilidad para el diseño de soportes informativos y nuevos medios de comunicación, aplicando nuevos dispositivos y aplicaciones, incluyendo las aplicaciones móviles. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD16 - Capacidad para el pensamiento crítico y para la resolución de problemas y toma de decisiones aplicando una orientación al mercado. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD15 - Habilidad para poner en práctica técnicas de seguimiento y monitorización de datos en Internet, así como para la analítica web que permita la elaboración de estrategias de marketing y comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD18 - Capacidad de aprendizaje, innovación, creatividad, planificación y adaptación al cambio. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD19 - Capacidad de organización eficiente del trabajo y gestión del tiempo en el desarrollo de tareas. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD20 - Aplicación de principios éticos y deontológicos, así como de los principios relativos a la accesibilidad, no discriminación, igualdad de género, libertad sexual y objetivos de desarrollo sostenible en las distintas acciones, proyectos y actividad profesional en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 1: Marketing		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	24	
NIVEL 2: Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	12	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Política de productos, precios y distribución		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL



Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Plan de marketing		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Investigación de mercados		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Modelos de negocio en entornos digitales		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C01 - Capacidad para comprender y valorar la incidencia del entorno socioeconómico, político, jurídico, cultural, así como la globalización y su influencia en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C02 - Capacidad para comprender y aplicar las teorías, los métodos y las técnicas de análisis en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		



C08 - Capacidad para conocer los fundamentos generales del marketing y las herramientas que lo componen. TIPO: Conocimientos o contenidos
C09 - Conocimiento y capacidad analítica sobre los procesos, funciones y estructuras de la comunicación digital, valorando el impacto de las nuevas tecnologías y la cultura colaborativa en la generación de contenidos, en las campañas de marketing y comunicación y en la evolución de los entornos mediáticos. TIPO: Conocimientos o contenidos
C03 - Capacidad para comprender y valorar el marco jurídico de la información comunicación y el marketing, las exigencias de la ética y deontología profesional, y los límites de la libertad de expresión así como los principios generales del derecho del consumo y de la competencia. TIPO: Conocimientos o contenidos
C04 - Capacidad para entender los mensajes de texto, icónicos y audiovisuales de los medios de comunicación, y su aplicación en las campañas de marketing y comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos
C10 - Capacidad para comprender y analizar la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, con especial atención a las empresas que trabajan en entornos digitales. TIPO: Conocimientos o contenidos
C11 - Capacidad para conocer el comportamiento del consumidor y de las organizaciones que operan en los mercados. TIPO: Conocimientos o contenidos
C12 - Capacidad para entender el funcionamiento de una red de afiliación y los diferentes agentes que actúan en el proceso, y su incidencia en las estrategias de marketing y comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos
COM02 - Capacidad para identificar y definir problemas y necesidades comunicativas desde una perspectiva social y reflexiva, considerando el contexto sociopolítico, cultural y motivacional, así como las implicaciones del ejercicio del marketing y de la comunicación en lo individual y colectivo. TIPO: Competencias
COM08 - Capacidad para diseñar y aplicar procesos de planificación de marketing a través del despliegue de sus herramientas operativas y el control de su ejecución. TIPO: Competencias
COM01 - Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos fundamentales; los valores democráticos #la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros#; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión. TIPO: Competencias
COM11 - Capacidad de identificación y diseño de estrategias de marketing y comunicación digital, incluyendo la gestión de clientes y fidelización, incluyendo la dirección de ventas. TIPO: Competencias
COM12 - Capacidad para diseñar un proyecto de marketing desde su organización y planificación hasta su ejecución, seleccionando aquellas herramientas de marketing y de comunicación que permitan lograr el objetivo marcado, considerando los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas. TIPO: Competencias
COM10 - Capacidad para diseñar investigaciones motivacionales y sociológicas y comerciales, aplicadas a la comunicación y al marketing, incluyendo la identificación de las necesidades de los consumidores. TIPO: Competencias
COM18 - Capacidad para manejar los conceptos fundamentales de análisis y planificación en marketing online, y para diseñar nuevos modelos estratégicos de marketing de contenidos, implementándolos en campañas y acciones. TIPO: Competencias
COM19 - Capacidad para identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en el comercio electrónico, colaborando en el planteamiento y gestión del e-commerce. TIPO: Competencias
HD02 - Habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información para su uso en el ámbito del marketing y comunicación a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo. TIPO: Habilidades o destrezas
HD03 - Aplicar técnicas basadas en la extracción, transformación y análisis de datos que permitan adoptar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing y la comunicación de la empresa u organización. TIPO: Habilidades o destrezas
HD07 - Habilidad para aplicar técnicas estadísticas, análisis cuantitativo y cualitativo en los procesos de investigación de mercados. TIPO: Habilidades o destrezas
HD17 - Habilidad de comunicación efectiva, trabajo en equipo y liderazgo en entornos profesionales y para la utilización de técnicas en la presentación de proyectos en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas
HD16 - Capacidad para el pensamiento crítico y para la resolución de problemas y toma de decisiones aplicando una orientación al mercado. TIPO: Habilidades o destrezas



HD15 - Habilidad para poner en práctica técnicas de seguimiento y monitorización de datos en Internet, así como para la analítica web que permita la elaboración de estrategias de marketing y comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD18 - Capacidad de aprendizaje, innovación, creatividad, planificación y adaptación al cambio. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD19 - Capacidad de organización eficiente del trabajo y gestión del tiempo en el desarrollo de tareas. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD20 - Aplicación de principios éticos y deontológicos, así como de los principios relativos a la accesibilidad, no discriminación, igualdad de género, libertad sexual y objetivos de desarrollo sostenible en las distintas acciones, proyectos y actividad profesional en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 1: Estrategias de Comunicación y Marketing Digital		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	48	
NIVEL 2: Estrategias de comunicación y marketing digital		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	48	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	12	24
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Redacción para medios digitales		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Posicionamiento en buscadores (SEO)		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	3	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
NIVEL 3: Marketing en buscadores (SEM)		



4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Marketing para redes sociales		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	3	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
NIVEL 3: Marketing de influencers		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Identidad digital y reputación online		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Entornos colaborativos en la red		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL



Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Comercio electrónico		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C01 - Capacidad para comprender y valorar la incidencia del entorno socioeconómico, político, jurídico, cultural, así como la globalización y su influencia en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C02 - Capacidad para comprender y aplicar las teorías, los métodos y las técnicas de análisis en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C06 - Capacidad para conocer, identificar y analizar los principales debates y acontecimientos mediáticos y su impacto en la comunicación y en el comportamiento del consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C09 - Conocimiento y capacidad analítica sobre los procesos, funciones y estructuras de la comunicación digital, valorando el impacto de las nuevas tecnologías y la cultura colaborativa en la generación de contenidos, en las campañas de marketing y comunicación y en la evolución de los entornos mediáticos. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C04 - Capacidad para entender los mensajes de texto, icónicos y audiovisuales de los medios de comunicación, y su aplicación en las campañas de marketing y comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C11 - Capacidad para conocer el comportamiento del consumidor y de las organizaciones que operan en los mercados. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C12 - Capacidad para entender el funcionamiento de una red de afiliación y los diferentes agentes que actúan en el proceso, y su incidencia en las estrategias de marketing y comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM04 - Dominio de las técnicas de comunicación escrita en el ámbito del marketing y de la comunicación digital, incluyendo la adaptación de documentos y textos especializados, interpretándolos con eficacia y adecuándolos a distintos públicos y contextos. TIPO: Competencias		
COM05 - Capacidad para la localización, gestión y análisis crítico de fuentes documentales e informes de investigación, así como para la interpretación y evaluación de la información y el discurso en distintos medios. TIPO: Competencias		
COM06 - Capacidad para elaborar discursos comunicativos en lenguaje audiovisual y digital, jerarquizando la información y aprovechando los recursos hipertextuales, interactivos y visuales. TIPO: Competencias		
COM07 - Capacidad para gestionar la comunicación en la Red y en plataformas digitales, incluyendo la administración de comunidades virtuales y el aprovechamiento de las posibilidades que brinda la cultura colaborativa. TIPO: Competencias		
COM08 - Capacidad para diseñar y aplicar procesos de planificación de marketing a través del despliegue de sus herramientas operativas y el control de su ejecución. TIPO: Competencias		
COM13 - Capacidad para identificar y utilizar los principales formatos de los medios de comunicación en Internet y la blogosfera, así como para la lectura, interpretación y análisis de textos y documentos, aplicando técnicas de síntesis o adaptación al entorno digital. TIPO: Competencias		



COM01 - Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos fundamentales; los valores democráticos #la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros#; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión. TIPO: Competencias
COM11 - Capacidad de identificación y diseño de estrategias de marketing y comunicación digital, incluyendo la gestión de clientes y fidelización, incluyendo la dirección de ventas. TIPO: Competencias
COM12 - Capacidad para diseñar un proyecto de marketing desde su organización y planificación hasta su ejecución, seleccionando aquellas herramientas de marketing y de comunicación que permitan lograr el objetivo marcado, considerando los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas. TIPO: Competencias
COM09 - Capacidad para comprender y aplicar los fundamentos de la publicidad y las relaciones públicas, considerando el impacto del entorno digital. TIPO: Competencias
COM10 - Capacidad para diseñar investigaciones motivacionales y sociológicas y comerciales, aplicadas a la comunicación y al marketing, incluyendo la identificación de las necesidades de los consumidores. TIPO: Competencias
COM14 - Capacidad para desarrollar técnicas de construcción de mensajes constituidos por imágenes visuales, acústicas y audiovisuales aplicadas a entornos digitales, y redactar contenidos multimedia con un enfoque informativo y promocional. TIPO: Competencias
COM16 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en publicidad online mediante estrategias SEM. TIPO: Competencias
COM17 - Capacidad para reconocer los nuevos paradigmas y procesos estratégicos en la creación de la identidad digital, así como para gestionar la reputación online y la mensajería interna en instituciones públicas y privadas. TIPO: Competencias
COM18 - Capacidad para manejar los conceptos fundamentales de análisis y planificación en marketing online, y para diseñar nuevos modelos estratégicos de marketing de contenidos, implementándolos en campañas y acciones. TIPO: Competencias
COM19 - Capacidad para identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en el comercio electrónico, colaborando en el planteamiento y gestión del e-commerce. TIPO: Competencias
HD04 - Habilidad para el uso de las tecnologías y herramientas de la comunicación en el ámbito del diseño, representación visual y creatividad digital, para su aplicación al marketing y a la comunicación digital. TIPO: Habilidades o destrezas
HD02 - Habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información para su uso en el ámbito del marketing y comunicación a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo. TIPO: Habilidades o destrezas
HD03 - Aplicar técnicas basadas en la extracción, transformación y análisis de datos que permitan adoptar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing y la comunicación de la empresa u organización. TIPO: Habilidades o destrezas
HD05 - Capacidad para editar documentos digitales a través de servicios de almacenamiento en Internet y gestionar entornos colaborativos en la nube, utilizando sistemas abiertos de edición. TIPO: Habilidades o destrezas
HD06 - Aplicación de las técnicas y herramientas de marketing online y social media, y habilidad para estructurar comunidades virtuales gestionando personas, datos y contenidos. TIPO: Habilidades o destrezas
HD07 - Habilidad para aplicar técnicas estadísticas, análisis cuantitativo y cualitativo en los procesos de investigación de mercados. TIPO: Habilidades o destrezas
HD09 - Capacidad de utilización avanzada de las plataformas de gestión de contenidos, incluyendo la incrustación de objetos multimedia y la inserción de aplicaciones internas afines a la plataforma. TIPO: Habilidades o destrezas
HD10 - Capacidad para la utilización de los diversos protocolos de programación con estilos, separando contenido y formato, y permitiendo la disponibilidad multiplataforma en dispositivos móviles, tabletas u ordenadores. TIPO: Habilidades o destrezas
HD11 - Habilidad para la implementación y optimización de estrategias SEO enfocadas en el análisis de datos, la experiencia de usuario y la mejora del rendimiento en buscadores. TIPO: Habilidades o destrezas
HD17 - Habilidad de comunicación efectiva, trabajo en equipo y liderazgo en entornos profesionales y para la utilización de técnicas en la presentación de proyectos en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas
HD12 - Habilidad para la creación de anuncios en buscadores (Search Engine Marketing), mediante la selección de palabras clave adecuadas y la construcción de mensajes sensibles a las marcas. TIPO: Habilidades o destrezas



HD13 - Utilizar las tecnologías digitales para lograr la estrategia establecida en marketing y en comunicación en una organización. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD14 - Habilidad para el diseño de soportes informativos y nuevos medios de comunicación, aplicando nuevos dispositivos y aplicaciones, incluyendo las aplicaciones móviles. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD16 - Capacidad para el pensamiento crítico y para la resolución de problemas y toma de decisiones aplicando una orientación al mercado. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD15 - Habilidad para poner en práctica técnicas de seguimiento y monitorización de datos en Internet, así como para la analítica web que permita la elaboración de estrategias de marketing y comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD18 - Capacidad de aprendizaje, innovación, creatividad, planificación y adaptación al cambio. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD19 - Capacidad de organización eficiente del trabajo y gestión del tiempo en el desarrollo de tareas. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD20 - Aplicación de principios éticos y deontológicos, así como de los principios relativos a la accesibilidad, no discriminación, igualdad de género, libertad sexual y objetivos de desarrollo sostenible en las distintas acciones, proyectos y actividad profesional en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 1: Prácticas en Empresa		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	12	
NIVEL 2: Prácticas en empresa		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
12		
NIVEL 3: Prácticas en Empresa		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Prácticas Externas	12	Anual
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
12		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C01 - Capacidad para comprender y valorar la incidencia del entorno socioeconómico, político, jurídico, cultural, así como la globalización y su influencia en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C08 - Capacidad para conocer los fundamentos generales del marketing y las herramientas que lo componen. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C09 - Conocimiento y capacidad analítica sobre los procesos, funciones y estructuras de la comunicación digital, valorando el impacto de las nuevas tecnologías y la cultura colaborativa en la generación de contenidos, en las campañas de marketing y comunicación y en la evolución de los entornos mediáticos. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Capacidad para comprender y valorar el marco jurídico de la información comunicación y el marketing, las exigencias de la ética y deontología profesional, y los límites de la libertad de expresión así como los principios generales del derecho del consumo y de la competencia. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos fundamentales; los valores democráticos #la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros#; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva		



de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión. TIPO: Competencias		
HD17 - Habilidad de comunicación efectiva, trabajo en equipo y liderazgo en entornos profesionales y para la utilización de técnicas en la presentación de proyectos en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD16 - Capacidad para el pensamiento crítico y para la resolución de problemas y toma de decisiones aplicando una orientación al mercado. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD18 - Capacidad de aprendizaje, innovación, creatividad, planificación y adaptación al cambio. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD19 - Capacidad de organización eficiente del trabajo y gestión del tiempo en el desarrollo de tareas. TIPO: Habilidades o destrezas		
HD20 - Aplicación de principios éticos y deontológicos, así como de los principios relativos a la accesibilidad, no discriminación, igualdad de género, libertad sexual y objetivos de desarrollo sostenible en las distintas acciones, proyectos y actividad profesional en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 1: Trabajo Fin de Grado		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	6	
NIVEL 2: Trabajo fin de grado		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Trabajo fin de grado		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado / Máster	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C02 - Capacidad para comprender y aplicar las teorías, los métodos y las técnicas de análisis en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C03 - Capacidad para comprender y valorar el marco jurídico de la información comunicación y el marketing, las exigencias de la ética y deontología profesional, y los límites de la libertad de expresión así como los principios generales del derecho del consumo y de la competencia. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM01 - Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos fundamentales; los valores democráticos #la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto		



a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros#; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión. TIPO: Competencias

COM20 - Demostrar la capacidad para aplicar e integrar los conocimientos, competencias y habilidades definitorias del grado, mediante la elaboración y defensa de un trabajo final de grado. TIPO: Competencias

HD17 - Habilidad de comunicación efectiva, trabajo en equipo y liderazgo en entornos profesionales y para la utilización de técnicas en la presentación de proyectos en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas

HD16 - Capacidad para el pensamiento crítico y para la resolución de problemas y toma de decisiones aplicando una orientación al mercado. TIPO: Habilidades o destrezas

HD18 - Capacidad de aprendizaje, innovación, creatividad, planificación y adaptación al cambio. TIPO: Habilidades o destrezas

HD19 - Capacidad de organización eficiente del trabajo y gestión del tiempo en el desarrollo de tareas. TIPO: Habilidades o destrezas

HD20 - Aplicación de principios éticos y deontológicos, así como de los principios relativos a la accesibilidad, no discriminación, igualdad de género, libertad sexual y objetivos de desarrollo sostenible en las distintas acciones, proyectos y actividad profesional en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 1: Optatividad

4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1

ECTS NIVEL1	24
-------------	----

NIVEL 2: Optatividad

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
----------	----------

ECTS NIVEL 2	24
--------------	----

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

NIVEL 3: Sistemas de información para la empresa

4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

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

NIVEL 3: Gestión de marca

4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral



DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Dirección de ventas		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NIVEL 3: Edición audiovisual		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
C01 - Capacidad para comprender y valorar la incidencia del entorno socioeconómico, político, jurídico, cultural, así como la globalización y su influencia en el marketing y la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C06 - Capacidad para conocer, identificar y analizar los principales debates y acontecimientos mediáticos y su impacto en la comunicación y en el comportamiento del consumidor. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C09 - Conocimiento y capacidad analítica sobre los procesos, funciones y estructuras de la comunicación digital, valorando el impacto de las nuevas tecnologías y la cultura colaborativa en la generación de contenidos, en las campañas de marketing y comunicación y en la evolución de los entornos mediáticos. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C10 - Capacidad para comprender y analizar la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, con especial atención a las empresas que trabajan en entornos digitales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
C12 - Capacidad para entender el funcionamiento de una red de afiliación y los diferentes agentes que actúan en el proceso, y su incidencia en las estrategias de marketing y comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
COM04 - Dominio de las técnicas de comunicación escrita en el ámbito del marketing y de la comunicación digital, incluyendo la adaptación de documentos y textos especializados, interpretándolos con eficacia y adecuándolos a distintos públicos y contextos. TIPO: Competencias		
COM05 - Capacidad para la localización, gestión y análisis crítico de fuentes documentales e informes de investigación, así como para la interpretación y evaluación de la información y el discurso en distintos medios. TIPO: Competencias		
COM06 - Capacidad para elaborar discursos comunicativos en lenguaje audiovisual y digital, jerarquizando la información y aprovechando los recursos hipertextuales, interactivos y visuales. TIPO: Competencias		



COM07 - Capacidad para gestionar la comunicación en la Red y en plataformas digitales, incluyendo la administración de comunidades virtuales y el aprovechamiento de las posibilidades que brinda la cultura colaborativa. TIPO: Competencias
COM08 - Capacidad para diseñar y aplicar procesos de planificación de marketing a través del despliegue de sus herramientas operativas y el control de su ejecución. TIPO: Competencias
COM01 - Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos fundamentales; los valores democráticos #la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros#; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión. TIPO: Competencias
COM11 - Capacidad de identificación y diseño de estrategias de marketing y comunicación digital, incluyendo la gestión de clientes y fidelización, incluyendo la dirección de ventas. TIPO: Competencias
COM12 - Capacidad para diseñar un proyecto de marketing desde su organización y planificación hasta su ejecución, seleccionando aquellas herramientas de marketing y de comunicación que permitan lograr el objetivo marcado, considerando los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas. TIPO: Competencias
COM10 - Capacidad para diseñar investigaciones motivacionales y sociológicas y comerciales, aplicadas a la comunicación y al marketing, incluyendo la identificación de las necesidades de los consumidores. TIPO: Competencias
COM14 - Capacidad para desarrollar técnicas de construcción de mensajes constituidos por imágenes visuales, acústicas y audiovisuales aplicadas a entornos digitales, y redactar contenidos multimedia con un enfoque informativo y promocional. TIPO: Competencias
COM17 - Capacidad para reconocer los nuevos paradigmas y procesos estratégicos en la creación de la identidad digital, así como para gestionar la reputación online y la mensajería interna en instituciones públicas y privadas. TIPO: Competencias
HD01 - Habilidad para utilizar con destreza las tecnologías y sistemas de diseño gráfico, audiovisual, infografía, web y entornos multimedia, interactivos y animados, procesando y transmitiendo información y mensajes. TIPO: Habilidades o destrezas
HD02 - Habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información para su uso en el ámbito del marketing y comunicación a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo. TIPO: Habilidades o destrezas
HD03 - Aplicar técnicas basadas en la extracción, transformación y análisis de datos que permitan adoptar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing y la comunicación de la empresa u organización. TIPO: Habilidades o destrezas
HD17 - Habilidad de comunicación efectiva, trabajo en equipo y liderazgo en entornos profesionales y para la utilización de técnicas en la presentación de proyectos en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas
HD13 - Utilizar las tecnologías digitales para lograr la estrategia establecida en marketing y en comunicación en una organización. TIPO: Habilidades o destrezas
HD16 - Capacidad para el pensamiento crítico y para la resolución de problemas y toma de decisiones aplicando una orientación al mercado. TIPO: Habilidades o destrezas
HD18 - Capacidad de aprendizaje, innovación, creatividad, planificación y adaptación al cambio. TIPO: Habilidades o destrezas
HD19 - Capacidad de organización eficiente del trabajo y gestión del tiempo en el desarrollo de tareas. TIPO: Habilidades o destrezas
HD20 - Aplicación de principios éticos y deontológicos, así como de los principios relativos a la accesibilidad, no discriminación, igualdad de género, libertad sexual y objetivos de desarrollo sostenible en las distintas acciones, proyectos y actividad profesional en el ámbito del marketing y la comunicación. TIPO: Habilidades o destrezas
4.2 ACTIVIDADES Y METODOLOGÍAS DOCENTES
ACTIVIDADES FORMATIVAS
<p>4.2.- Actividades y metodologías Docentes</p> <p>El presente plan de estudios comprende cinco modelos de actividad formativa presencial, con coincidencia del profesor con el estudiante, a las que se unen el trabajo autónomo, individualmente o en equipo, y la evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enseñanzas Básicas: actividad presencial que se imparte sobre el grupo completo, e incorpora la enseñanza teórica, los fundamentos metodológicos y los conceptos esenciales de la disciplina. Esta enseñanza comprende la lección magistral del profesor y el proceso de debate y el análisis de supuestos. Podrán incorporarse: conferencias, proyección, visitas, etc.



- **Enseñanzas de Prácticas y de Desarrollo:** actividad presencial que se imparten sobre grupos reducidos y su contenido versa sobre las prácticas de índole tecnológico y, fundamentalmente, sobre el desarrollo de supuestos prácticos y procesos que faciliten la adquisición de competencias por parte del estudiante. Estas actividades se impartirán habitualmente en los laboratorios de prácticas.
- **Actividades Dirigidas:** se imparten sobre grupos muy reducidos. Están destinadas a funcionar como seminarios en los que se dirija por parte del profesor el proceso de resolución autónoma por el estudiante de problemas relacionados con los contenidos de la materia.
- **Trabajo Final de Grado.** Requiere de la tutoría personal del alumno por parte del profesor en orden al desarrollo y elaboración del mismo.
- **Prácticas Académicas Externas.** Son prácticas pre-profesionales en empresas conveniadas bajo una adecuada supervisión, tanto por el tutor profesional como por el tutor académico del centro. Requieren la tutoría personal del alumnado por parte del profesor.

Estas actividades formativas presenciales, que se basan en el carácter presencial de las enseñanzas del Grado, se complementan con el trabajo particular y autónomo del alumno, hasta alcanzar el número de horas de trabajo correspondientes a cada crédito ECTS.

Distribución de la carga de trabajo en el crédito europeo (ECTS):

La aplicación de los créditos ECTS en las diferentes actividades formativas de cada materia se distribuye de la siguiente forma:

- 1 crédito supone 25 horas de trabajo del estudiante
- Trabajo presencial: trabajo coincidente del profesor y del estudiante: 30%. Esto supone la dedicación, por crédito, de 7,5 horas de clase por crédito de actividad presencial, en sus diferentes modalidades. Según el carácter práctico de las enseñanzas, la actividad presencial se distribuirá porcentualmente en la proporción adecuada entre Enseñanzas Básicas, Enseñanzas Prácticas y de Desarrollo y Actividades Dirigidas, distribución, que, a su vez, incidirá en los sistemas de evaluación del alumno. En el caso de las prácticas tuteladas la presencialidad será del 90% en la empresa en la que se desarrollan las prácticas y el resto se dedicará a la elaboración de una Memoria de Prácticas (Cuaderno de Prácticas o Trabajo de Prácticas), tutorías y evaluación, que reforzará y acreditará la adquisición de las competencias correspondientes. En el TFG, la presencialidad es del 10%.
- Trabajo particular del estudiante: 60% cuando la presencialidad sea del 30%. Esto supone la dedicación, por crédito, de 15 horas de trabajo autónomo del alumno dedicado al estudio, la realización de trabajos, individuales o en equipo, y otras tareas.
- Evaluación: 10%. Se dedicarán 2,5 horas por crédito a la evaluación, tanto de los contenidos como de las competencias.

A continuación, se desglosan las actividades docentes y metodologías de enseñanza-aprendizaje que se emplearán en el presente grado:

ACTIVIDADES DOCENTES Y METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	
AF01- Lecciones magistrales participativas en el aula o en seminarios (actividad presencial)	<i>MD01 - Clases presenciales teóricas diseñadas para abordar de manera integral y dinámica los contenidos establecidos en la guía docente. Estas sesiones expositivas adoptan un enfoque colaborativo, pudiendo integrar sistemas informáticos, proyecciones multimedia y recursos digitales avanzados. Se fomenta la participación estudiantil, incentivando el análisis, la discusión y el debate de documentación científica y casos prácticos, fortaleciendo así el pensamiento crítico y las habilidades comunicativas efectivas de los estudiantes.</i>
AF02 - Prácticas de laboratorio o taller (actividad presencial)	<i>MD02 - Combinación de explicación, demostración y práctica de contenidos, técnicas y procedimientos específicos en un entorno seguro, controlado y tecnológicamente avanzado. Los estudiantes trabajan de forma individual o en equipo utilizando simulaciones de prácticas, métodos o procedimientos que pueden integrar tecnologías digitales y programas de software. Estas actividades se desarrollan en laboratorios o talleres, bajo la guía del profesor, para promover la resolución autónoma de problemas. El objetivo es que los estudiantes desarrollen la comprensión profunda de los conceptos teóricos, adquieran habilidades técnicas fundamentales, y puedan aplicarlas efectivamente en situaciones prácticas.</i>
AF03 - Ejercicios individuales (trabajo autónomo)	<i>MD03 - Ejercicios individuales dirigidos y planteados por el profesorado de la asignatura que promueven el desarrollo autónomo y permiten certificar la asunción de los contenidos y la consecución de competencias críticas, analíticas y de resolución de problemas. Son ejercicios no presenciales pero tutorizados por el profesorado con soporte impreso o informático.</i>
AF04 - Trabajos individuales y en equipo para el estudio de casos y la resolución de problemas (trabajo autónomo)	<i>MD04 - Aplicación práctica y detallada de casos y problemas planteados por el profesorado. Los estudiantes, ya sea de manera individual o en equipo, abordan estas tareas para lograr la asimilación de los contenidos. Mediante la organización estructurada de grupos y la ejecución de proyectos colaborativos, se fortalecen habilidades comunicativas y se desarrollan competencias esenciales. Estos proyectos, diseñados para cumplir objetivos específicos y evaluados según criterios definidos por el profesorado, promueven la valoración crítica de propuestas externas y la defensa efectiva de ideas propias.</i>
AF05 - Estudio y preparación de pruebas para evaluaciones (trabajo autónomo)	<i>MD05 - Revisión exhaustiva de apuntes de clase, lectura del material recomendado por el profesorado, y búsqueda de información adicional en la bibliografía propuesta. Este enfoque permite a los estudiantes profundizar en los temas abordados, integrando teoría con ejemplos prácticos y desarrollos recientes de la disciplina. Mediante la sistematización y estructuración de la materia, los alumnos consolidan su comprensión de los conocimientos adquiridos. Esta metodología no solo prepara eficazmente a los estudiantes para las evaluaciones, sino que también fortalece su capacidad de estudio autónomo, facilitando una asimilación integral y duradera de los conceptos clave.</i>
AF06 - Pruebas evaluación (evaluación)	<i>MD06 - Realización de exámenes diseñados para comprobar la asimilación de los conocimientos teóricos y prácticos impartidos. Esta metodología proporciona una evaluación precisa y continua, enfocándose en la validación del progreso académico y en la consolidación de competencias esenciales de la materia, evaluando tanto la comprensión analítica como la capacidad para resolver problemas. Se mide de forma integral el aprendizaje y el desarrollo de habilidades, asegurando la capacidad de los estudiantes para aplicar el conocimiento de manera efectiva en diversos contextos.</i>
AF07 - Prácticas Externas (Prácticas académicas externas)	<i>MD07 - Bajo la supervisión del tutor académico y el tutor profesional. Permite aplicar los conocimientos teóricos y habilidades adquiridas de forma integrada. Durante estas prácticas, se fomenta el desarrollo de competencias en comunicación, trabajo en equipo y toma de decisiones en un entorno profesional.</i>
AF08 - Trabajo Fin de Grado (trabajo autónomo y trabajo tutorizado)	<i>MD08 - Se enfoca en capacitar al estudiante para demostrar conocimientos críticos y utilizar el lenguaje técnico especializado, gestionando la información y buscando fuentes documentales pertinentes. Este proceso permite la aplicación práctica de los conocimientos teóricos adquiridos. Durante la elaboración y desarrollo del proyecto, el estudiante debe mantener un rigor constante en la revisión de su trabajo, garantizando su calidad final y asegurando una exposición clara y una defensa efectiva de los objetivos y resultados alcanzados. La supervisión del profesorado asegura la integración de teorías con aplicaciones prácticas, y el proyecto se evalúa mediante un sistema de valoración adaptado a las competencias adquiridas, promoviendo el desarrollo de habilidades analíticas, la capacidad de síntesis discursiva y la calidad en la presentación, facilitando así la aplicación profesional de los conocimientos.</i>



METODOLOGÍAS DOCENTES	
ACTIVIDADES DOCENTES Y METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	
AF01 - Lecciones magistrales participativas en el aula o en seminarios (actividad presencial)	MD01 - Clases presenciales teóricas diseñadas para abordar de manera integral y dinámica los contenidos establecidos en la guía docente. Estas sesiones expositivas adoptan un enfoque colaborativo, pudiendo integrar sistemas informáticos, proyecciones multimedia y recursos digitales avanzados. Se fomenta la participación estudiantil, incentivando el análisis, la discusión y el debate de documentación científica y casos prácticos, fortaleciendo así el pensamiento crítico y las habilidades comunicativas efectivas de los estudiantes.
AF02 - Prácticas de laboratorio o taller (actividad presencial)	MD02 - Combinación de explicación, demostración y práctica de contenidos, técnicas y procedimientos específicos en un entorno seguro, controlado y tecnológicamente avanzado. Los estudiantes trabajan de forma individual o en equipo utilizando simulaciones de prácticas, métodos o procedimientos que pueden integrar tecnologías digitales y programas de software. Estas actividades se desarrollan en laboratorios o talleres, bajo la guía del profesor, para promover la resolución autónoma de problemas. El objetivo es que los estudiantes desarrollen la comprensión profunda de los conceptos teóricos, adquieran habilidades técnicas fundamentales, y puedan aplicarlas efectivamente en situaciones prácticas.
AF03 - Ejercicios individuales (trabajo autónomo)	MD03 - Ejercicios individuales dirigidos y planteados por el profesorado de la asignatura que promueven el desarrollo autónomo y permiten certificar la asimilación de los contenidos y la consecución de competencias críticas, analíticas y de resolución de problemas. Son ejercicios no presenciales pero tutorizados por el profesorado con soporte impreso o informático.
AF04 - Trabajos individuales y en equipo para el estudio de casos y la resolución de problemas (trabajo autónomo)	MD04 - Aplicación práctica y detallada de casos y problemas planteados por el profesorado. Los estudiantes, ya sea de manera individual o en equipo, abordan estas tareas para lograr la asimilación de los contenidos. Mediante la organización estructurada de grupos y la ejecución de proyectos colaborativos, se fortalecen habilidades comunicativas y se desarrollan competencias esenciales. Estos proyectos, diseñados para cumplir objetivos específicos y evaluados según criterios definidos por el profesorado, promueven la valoración crítica de propuestas externas y la defensa efectiva de ideas propias.
AF05 - Estudio y preparación de pruebas para evaluaciones (trabajo autónomo)	MD05 - Revisión exhaustiva de apuntes de clase, lectura del material recomendado por el profesorado, y búsqueda de información adicional en la bibliografía propuesta. Este enfoque permite a los estudiantes profundizar en los temas abordados, integrando teoría con ejemplos prácticos y desarrollos recientes de la disciplina. Mediante la sistematización y estructuración de la materia, los alumnos consolidan su comprensión de los conocimientos adquiridos. Esta metodología no solo prepara eficazmente a los estudiantes para las evaluaciones, sino que también fortalece su capacidad de estudio autónomo, facilitando una asimilación integral y duradera de los conceptos clave.
AF06 - Pruebas evaluación (evaluación)	MD06 - Realización de exámenes diseñados para comprobar la asimilación de los conocimientos teóricos y prácticos impartidos. Esta metodología proporciona una evaluación precisa y continua, enfocándose en la validación del progreso académico y en la consolidación de competencias esenciales de la materia, evaluando tanto la comprensión analítica como la capacidad para resolver problemas. Se mide de forma integral el aprendizaje y el desarrollo de habilidades, asegurando la capacidad de los estudiantes para aplicar el conocimiento de manera efectiva en diversos contextos.
AF07 - Prácticas Externas (Prácticas académicas externas)	MD07 - Bajo la supervisión del tutor académico y el tutor profesional. Permite aplicar los conocimientos teóricos y habilidades adquiridas de forma integrada. Durante estas prácticas, se fomenta el desarrollo de competencias en comunicación, trabajo en equipo y toma de decisiones en un entorno profesional.
AF08 - Trabajo Fin de Grado (trabajo autónomo y trabajo tutorizado)	MD08 - Se enfoca en capacitar al estudiante para demostrar conocimientos críticos y utilizar el lenguaje técnico especializado, gestionando la información y buscando fuentes documentales pertinentes. Este proceso permite la aplicación práctica de los conocimientos teóricos adquiridos. Durante la elaboración y desarrollo del proyecto, el estudiante debe mantener un rigor constante en la revisión de su trabajo, garantizando su calidad final y asegurando una exposición clara y una defensa efectiva de los objetivos y resultados alcanzados. La supervisión del profesorado asegura la integración de teorías con aplicaciones prácticas, y el proyecto se evalúa mediante un sistema de valoración adaptado a las competencias adquiridas, promoviendo el desarrollo de habilidades analíticas, la capacidad de síntesis discursiva y la calidad en la presentación, facilitando así la aplicación profesional de los conocimientos.
4.3 SISTEMAS DE EVALUACIÓN	
<p>4.3.- Sistemas de evaluación</p> <p>La evaluación de todas las asignaturas que forman las distintas materias se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades académicas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, incluyendo las actividades formativas presenciales, las pruebas de evaluación y el trabajo particular del alumno.</p> <p>La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas mediante la evaluación de las siguientes acciones:</p>	
SEV01	SEV01 - Pruebas escritas u orales: test de respuesta breve, de respuesta larga, de desarrollo o problemas
SEV02	SEV02 - Pruebas de carácter práctico: mediante la demostración de habilidades y competencias individuales o en grupo, presentación de temas o trabajos
SEV03	SEV03 - Trabajos y proyectos individuales o en grupo
SEV04	SEV04 - Ejercicios desarrollados individualmente por el estudiante
SEV05	SEV05 - Participación en enseñanzas de prácticas y desarrollo o actividades dirigidas
SEV06	SEV06 - Contenido y defensa del Trabajo Fin de Grado
SEV07	SEV07 - Evaluación de las prácticas académicas externas por el tutor de la entidad colaboradora y el tutor académico del centro, considerando este último la memoria de prácticas elaborada por el alumno/a y el informe del tutor de la entidad colaboradora.



4.4 ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS

Ver Apartado 4: Anexo 2



5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

PERSONAL ACADÉMICO
Ver Apartado 5: Anexo 1.
OTROS RECURSOS HUMANOS
Ver Apartado 5: Anexo 2.

6. RECURSOS MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

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

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN
CURSO DE INICIO 2014
Ver Apartado 7: Anexo 1.

7.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN																																																																																																																																																																																										
7.2.- Procedimiento de adaptación																																																																																																																																																																																										
Tabla de reconocimientos de la modificación propuesta presentada en febrero de 2025																																																																																																																																																																																										
<table border="1"> <thead> <tr> <th>PLAN DE ESTUDIO ACTUAL</th> <th></th> <th></th> <th>PLAN DE ESTUDIO NUEVO MODIFICA</th> <th></th> <th></th> </tr> <tr> <th>Asignatura</th> <th>ECTS</th> <th>CA</th> <th>Asignatura</th> <th>ECTS</th> <th>CA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Técnicas de Comunicación Escrita</td> <td>6</td> <td>FB</td> <td>Técnicas de comunicación escrita</td> <td>6</td> <td>FB</td> </tr> <tr> <td>Teoría de la Comunicación</td> <td>6</td> <td>FB</td> <td>Teoría de la comunicación</td> <td>6</td> <td>FB</td> </tr> <tr> <td>Diseño Vectorial</td> <td>6</td> <td></td> <td>Diseño gráfico y cultura visual</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mundo Actual y Relaciones Internacionales</td> <td>6</td> <td>FB</td> <td>#</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Marketing</td> <td>6</td> <td>FB</td> <td>Fundamentos del marketing</td> <td>6</td> <td>FB</td> </tr> <tr> <td>Derecho de la Comunicación</td> <td>6</td> <td>FB</td> <td>Derecho de la comunicación</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Fundamentos de la Publicidad</td> <td>6</td> <td>FB</td> <td>Fundamentos de la publicidad</td> <td>6</td> <td>FB</td> </tr> <tr> <td>Diseño Gráfico y Cultura Visual</td> <td>6</td> <td></td> <td>Diseño gráfico y cultura visual</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tecnología de la Comunicación</td> <td>6</td> <td>FB</td> <td>Tecnología de la comunicación</td> <td>6</td> <td>FB</td> </tr> <tr> <td>Almacenamiento y Edición de Documentos en la Nube</td> <td>6</td> <td>FB</td> <td>#</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Redacción para Medios Digitales</td> <td>6</td> <td></td> <td>Redacción para medios digitales</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Historia y Estructura de los Medios de Comunicación</td> <td>6</td> <td></td> <td>#</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Diseño Gráfico y Tratamiento Digital de las Imágenes</td> <td>6</td> <td></td> <td>Diseño gráfico y tratamiento digital de la imagen</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Teoría de la Comunicación Audiovisual</td> <td>6</td> <td></td> <td>Teoría de la comunicación audiovisual</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Teoría y Estructura de la Publicidad</td> <td>6</td> <td></td> <td>Teoría y estructura de la publicidad</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tecnología Audiovisual</td> <td>6</td> <td>FB</td> <td>Tecnología audiovisual</td> <td>6</td> <td>FB</td> </tr> <tr> <td>Tipografía y Maquetación Digital</td> <td>6</td> <td></td> <td>#</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Psicología Social de la Comunicación</td> <td>6</td> <td>FB</td> <td>Psicología y comportamiento del consumidor</td> <td>6</td> <td>FB</td> </tr> <tr> <td>Programación Web</td> <td>6</td> <td></td> <td>Diseño web</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Teoría y Estructura de la Comunicación Digital</td> <td>6</td> <td></td> <td>Teoría y estructura de la comunicación digital</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Documentación Digital y Big Data</td> <td>6</td> <td></td> <td>Documentación digital y big data</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Edición de Plataformas de Contenidos</td> <td>6</td> <td></td> <td>Edición y gestión de plataformas de contenidos</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Entornos Colaborativos en la Red</td> <td>6</td> <td></td> <td>Entornos colaborativos en la red</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Posicionamiento en Buscadores (SEO)</td> <td>6</td> <td></td> <td>Posicionamiento en buscadores (SEO)</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Marketing Online</td> <td>6</td> <td></td> <td>Marketing digital</td> <td>6</td> <td>FB</td> </tr> <tr> <td>Diseño Web</td> <td>6</td> <td></td> <td>Diseño web</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Identidad Digital y Reputación Online</td> <td>3</td> <td></td> <td>Identidad digital y reputación online</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Marketing de Influencers</td> <td>3</td> <td></td> <td>Marketing de influencers</td> <td>6</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Gestión de Plataformas de Contenidos</td> <td>6</td> <td></td> <td>Edición y gestión de plataformas de contenidos</td> <td>6</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	PLAN DE ESTUDIO ACTUAL			PLAN DE ESTUDIO NUEVO MODIFICA			Asignatura	ECTS	CA	Asignatura	ECTS	CA	Técnicas de Comunicación Escrita	6	FB	Técnicas de comunicación escrita	6	FB	Teoría de la Comunicación	6	FB	Teoría de la comunicación	6	FB	Diseño Vectorial	6		Diseño gráfico y cultura visual	6		Mundo Actual y Relaciones Internacionales	6	FB	#	6		Marketing	6	FB	Fundamentos del marketing	6	FB	Derecho de la Comunicación	6	FB	Derecho de la comunicación	6		Fundamentos de la Publicidad	6	FB	Fundamentos de la publicidad	6	FB	Diseño Gráfico y Cultura Visual	6		Diseño gráfico y cultura visual	6		Tecnología de la Comunicación	6	FB	Tecnología de la comunicación	6	FB	Almacenamiento y Edición de Documentos en la Nube	6	FB	#	6		Redacción para Medios Digitales	6		Redacción para medios digitales	6		Historia y Estructura de los Medios de Comunicación	6		#	6		Diseño Gráfico y Tratamiento Digital de las Imágenes	6		Diseño gráfico y tratamiento digital de la imagen	6		Teoría de la Comunicación Audiovisual	6		Teoría de la comunicación audiovisual	6		Teoría y Estructura de la Publicidad	6		Teoría y estructura de la publicidad	6		Tecnología Audiovisual	6	FB	Tecnología audiovisual	6	FB	Tipografía y Maquetación Digital	6		#	6		Psicología Social de la Comunicación	6	FB	Psicología y comportamiento del consumidor	6	FB	Programación Web	6		Diseño web	6		Teoría y Estructura de la Comunicación Digital	6		Teoría y estructura de la comunicación digital	6		Documentación Digital y Big Data	6		Documentación digital y big data	6		Edición de Plataformas de Contenidos	6		Edición y gestión de plataformas de contenidos	6		Entornos Colaborativos en la Red	6		Entornos colaborativos en la red	6		Posicionamiento en Buscadores (SEO)	6		Posicionamiento en buscadores (SEO)	6		Marketing Online	6		Marketing digital	6	FB	Diseño Web	6		Diseño web	6		Identidad Digital y Reputación Online	3		Identidad digital y reputación online	6		Marketing de Influencers	3		Marketing de influencers	6		Gestión de Plataformas de Contenidos	6		Edición y gestión de plataformas de contenidos	6	
PLAN DE ESTUDIO ACTUAL			PLAN DE ESTUDIO NUEVO MODIFICA																																																																																																																																																																																							
Asignatura	ECTS	CA	Asignatura	ECTS	CA																																																																																																																																																																																					
Técnicas de Comunicación Escrita	6	FB	Técnicas de comunicación escrita	6	FB																																																																																																																																																																																					
Teoría de la Comunicación	6	FB	Teoría de la comunicación	6	FB																																																																																																																																																																																					
Diseño Vectorial	6		Diseño gráfico y cultura visual	6																																																																																																																																																																																						
Mundo Actual y Relaciones Internacionales	6	FB	#	6																																																																																																																																																																																						
Marketing	6	FB	Fundamentos del marketing	6	FB																																																																																																																																																																																					
Derecho de la Comunicación	6	FB	Derecho de la comunicación	6																																																																																																																																																																																						
Fundamentos de la Publicidad	6	FB	Fundamentos de la publicidad	6	FB																																																																																																																																																																																					
Diseño Gráfico y Cultura Visual	6		Diseño gráfico y cultura visual	6																																																																																																																																																																																						
Tecnología de la Comunicación	6	FB	Tecnología de la comunicación	6	FB																																																																																																																																																																																					
Almacenamiento y Edición de Documentos en la Nube	6	FB	#	6																																																																																																																																																																																						
Redacción para Medios Digitales	6		Redacción para medios digitales	6																																																																																																																																																																																						
Historia y Estructura de los Medios de Comunicación	6		#	6																																																																																																																																																																																						
Diseño Gráfico y Tratamiento Digital de las Imágenes	6		Diseño gráfico y tratamiento digital de la imagen	6																																																																																																																																																																																						
Teoría de la Comunicación Audiovisual	6		Teoría de la comunicación audiovisual	6																																																																																																																																																																																						
Teoría y Estructura de la Publicidad	6		Teoría y estructura de la publicidad	6																																																																																																																																																																																						
Tecnología Audiovisual	6	FB	Tecnología audiovisual	6	FB																																																																																																																																																																																					
Tipografía y Maquetación Digital	6		#	6																																																																																																																																																																																						
Psicología Social de la Comunicación	6	FB	Psicología y comportamiento del consumidor	6	FB																																																																																																																																																																																					
Programación Web	6		Diseño web	6																																																																																																																																																																																						
Teoría y Estructura de la Comunicación Digital	6		Teoría y estructura de la comunicación digital	6																																																																																																																																																																																						
Documentación Digital y Big Data	6		Documentación digital y big data	6																																																																																																																																																																																						
Edición de Plataformas de Contenidos	6		Edición y gestión de plataformas de contenidos	6																																																																																																																																																																																						
Entornos Colaborativos en la Red	6		Entornos colaborativos en la red	6																																																																																																																																																																																						
Posicionamiento en Buscadores (SEO)	6		Posicionamiento en buscadores (SEO)	6																																																																																																																																																																																						
Marketing Online	6		Marketing digital	6	FB																																																																																																																																																																																					
Diseño Web	6		Diseño web	6																																																																																																																																																																																						
Identidad Digital y Reputación Online	3		Identidad digital y reputación online	6																																																																																																																																																																																						
Marketing de Influencers	3		Marketing de influencers	6																																																																																																																																																																																						
Gestión de Plataformas de Contenidos	6		Edición y gestión de plataformas de contenidos	6																																																																																																																																																																																						



Formatos Publicitarios Interactivos (SEM)	6		Marketing en buscadores (SEM)	6	
Planificación de los Medios Digitales	6		Plan de marketing	6	
Transformación Digital para la Empresa	6		Modelos de negocio en entornos digitales	6	
Técnicas de Investigación en Comunicación	6		Técnicas de investigación	6	
Monitorización y analítica Web	6		Monitorización y analítica web	6	
Usabilidad y experiencia de usuario (UX)	6		Usabilidad y experiencia de usuario (UX)	6	
Realidad Aumentada	6	OP	#		
Sistemas de Consumo Colaborativo en Red	6	OP	#		
Género y NTIC	6	OP	#		
Gestión de Redes Sociales	6		Marketing para redes sociales	6	
Comercio Electrónico	6		Comercio electrónico	6	
Trabajo fin de grado	6		#		
Prácticas en Empresa	6		#		
Desarrollo de Aplicaciones Móviles	6	OP	#		
Sistemas de Información para la Empresa	6	OP	Sistemas de información para la empresa	6	OP
Ciberseguridad	6	OP	#	6	

Tabla de reconocimiento de modificaciones anteriores

10.2	<p>Procedimiento de adaptación de los estudiantes existentes al nuevo plan de estudio</p> <p>Modificaciones a implantar en el curso 2022-2023 En relación con las modificaciones propuestas, en el supuesto de evaluación favorable por la Dirección de Evaluación y Acreditación de la Agencia Andaluza del Conocimiento, éstas serán implantadas durante el curso académico 2022/2023. Para salvaguardar el derecho de los estudiantes, quienes estuvieran matriculados en el plan de estudios anterior a la implantación de la modificación, podrán solicitar su adaptación al nuevo plan de estudios durante los dos siguientes cursos académicos.</p>
------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
--------	------------------

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD Y ANEXOS

8.1 SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

ENLACE	https://centrosanisoro.es/calidad
--------	-----------------------------------------------------------------------------------

8.2 INFORMACIÓN PÚBLICA

8.2.- Medios para la información pública

El Centro Universitario San Isidoro ofrece información pública a través de su web y redes sociales:

WEB: <https://centrosanisoro.es> Ahí, se incluyen las redes sociales LINKEDIN, FACEBOOK, X (antes TWITTER), INSTAGRAM y YOUTUBE.

En el ámbito de la calidad (<https://centrosanisoro.es/calidad>), el Centro dispone en su Manual de Calidad de un Procedimiento Clave PC14 #Información pública#. Asimismo, diseña y organiza acciones generales a nivel institucional con el objeto de difundir los Títulos de Grado a futuros/as estudiantes como indica el Procedimiento Clave PC04 #Perfiles de Ingreso y Captación de Estudiantes#. Estos procedimientos se publican en el Manual de Procedimientos del SAIC del Centro (<https://centrosanisoro.es/calidad>).

El Centro cuenta además con un Plan de Comunicación propio: <https://centrosanisoro.es/wp-content/images/calidad/cusi-plan-comunicacion-2023.pdf>

El sistema de aseguramiento interno de calidad del Centro se encuentra certificado por Aneca: <https://centrosanisoro.es/wp-content/images/calidad-v2/cusi-calidad-certificado-audit-2021.pdf>

El Centro dispone de la acreditación institucional de la ANECA: <https://centrosanisoro.es/wp-content/images/calidad-v2/cusi-calidad-cusi-resolucion-favorable-acreditacion-consejo-universidades-2021.pdf>

Apoyo y orientación a estudiantes, una vez matriculados

El Centro cuenta con un servicio de Orientación al estudiantado matriculado cuyas acciones específicas pueden consultarse en el siguiente enlace:



<https://centrosanisoro.es/vida-universitaria-servicios-orientacion-academica-profesional>

Además, con el objetivo de establecer el modo en el que el Centro mejora los procedimientos relacionados con la orientación académica y profesional del estudiantado, se aplica el Procedimiento Clave PC05 #Orientación Académica y Profesional al estudiantado#, publicado en el Manual de Procedimientos del SAIC del Centro: <https://centrosanisoro.es/calidad>

Plan de acción tutorial

El Centro tiene publicado en su web un **Plan de Acción Tutorial (PAT)**:
<https://centrosanisoro.es/wp-content/images/estatuto/csi-plan-accion-tutorial.pdf>

Cuenta también con un **Plan de tutorización**:
<https://centrosanisoro.es/wp-content/images/estatuto/csi-plan-tutorizacion.pdf>

El Centro cuenta además con un **Plan de Accesibilidad e inclusión de la Diversidad Funcional**:
<https://centrosanisoro.es/wp-content/images/estatuto/csi-plan-diversidad-funcional.pdf>

8.3 ANEXOS

Ver Apartado 8: Anexo 1.

PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

RESPONSABLE DEL TÍTULO			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Director Académico de Grado en Comunicación Digital	DAVID	POLO	SERRANO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Av. Leonardo Da Vinci 17B, Isla de La Cartuja	41092	Sevilla	Sevilla
EMAIL	FAX		
dpolo@centrosanisoro.es	954349234		
REPRESENTANTE LEGAL			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Vicerrector de Grado y Máster	David	Naranjo	Gil
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Rectorado, Ctra. de Utrera, km 1	41013	Sevilla	Sevilla
EMAIL	FAX		
vrgradomaster@upo.es	954349238		
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1.			
SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Vicerrector de Grado y Máster	David	Naranjo	Gil
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Rectorado, Ctra. de Utrera, km 1	41013	Sevilla	Sevilla
EMAIL	FAX		
calidad@upo.es	954349238		

INFORME DEL SIGC

Informe del SIGC: Ver Apartado del SIGC: Anexo 1.



Apartado 1: Anexo 6

Nombre :Apartado 1.2_v2.pdf

HASH SHA1 :2F959D8158C5388867B43657AE015B7633C2F2FC

Código CSV :875254068640504126991787

Ver Fichero: Apartado 1.2_v2.pdf



Apartado 1: Anexo 7

Nombre :Apartado 1.3_v2.pdf

HASH SHA1 :1542FEC277E40C79D2ADF79724050B01C6B0867

Código CSV :875253879565459324207578

Ver Fichero: Apartado 1.3_v2.pdf



Apartado 3: Anexo 1

Nombre : Carta Intenciones Reconocimiento firmada_20241011.pdf

HASH SHA1 : 0F6B9542784F845F46BE43FD0E39102E84067C98

Código CSV : 836098213566578917640509

Ver Fichero: Carta Intenciones Reconocimiento firmada_20241011.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre : Apartado 4.1._v2.pdf

HASH SHA1 : 5AAE39A1114297BC50B65D83D6FE72A13AD68509

Código CSV : 875254351827743427003265

Ver Fichero: Apartado 4.1._v2.pdf



Apartado 4: Anexo 2

Nombre :Doble grado (plan 2026) .pdf

HASH SHA1 :FEB7F84A2F50A1859604455C818E6B8DA15B3EB6

Código CSV :835924548916654175029564

Ver Fichero: Doble grado (plan 2026) .pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre : Apartado 5.1_v2.pdf

HASH SHA1 : 0BC04549F6B72E4CA59321CC4A3D390CFB6C40D5

Código CSV : 875254527235045471140315

Ver Fichero: Apartado 5.1_v2.pdf



Apartado 5: Anexo 2

Nombre : Apartado 5.2_v2.pdf

HASH SHA1 : 956508311C10E364216834D16A11EA9A076E6281

Código CSV : 875254568893887734536832

Ver Fichero: Apartado 5.2_v2.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre : Apartado 6_v2.pdf

HASH SHA1 : 59B0A4E56F9AE073B52FEC4C1C0D41AAC29BD092

Código CSV : 875254867276804561213861

Ver Fichero: Apartado 6_v2.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre : Apartado 7.1_v2.pdf

HASH SHA1 : E727EC5C1EB43EB8222B986F6AE8D24550846961

Código CSV : 875255221813085892056855

Ver Fichero: Apartado 7.1_v2.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre : Apartado 8.3 Respuesta al informe prov.pdf

HASH SHA1 : AE379E58C9BAC67B3750E2605934F71A76D752CD

Código CSV : 875566286436378235278168

Ver Fichero: Apartado 8.3 Respuesta al informe prov.pdf



Apartado Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1

Nombre : Delg firma Vr Grado y Master 24_09_24.report.pdf

HASH SHA1 : AA2BA5B5910FF69C98ECF68E064EFD6489EA60EF

Código CSV : 835926074213059431424541

Ver Fichero: Delg firma Vr Grado y Master 24_09_24.report.pdf



Apartado Informe del SIGC: Anexo 1

Nombre :7.2024-25-INFORME DE ADECUACIÓN MODIFICACIÓN SUSTANCIAL GRADO EN COMUNICACIÓN DIGITAL.pdf

HASH SHA1 :E80CD5243FD015BDEFFE5F48E853EBCA6F6F2919

Código CSV :835926133175090765933005

Ver Fichero: 7.2024-25-INFORME DE ADECUACIÓN MODIFICACIÓN SUSTANCIAL GRADO EN COMUNICACIÓN DIGITAL.pdf



