

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 Cardenal Herrera-CEU	Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación	46035665
NIVEL	DENOMINACIÓN CORTA	
Grado	Publicidad y Relaciones Públicas	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA		
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Cardenal Herrera-CEU		
NIVEL MECES		
2		
RAMA DE CONOCIMIENTO	CAMPO DE ESTUDIO	CONJUNTO
Ciencias Sociales y Jurídicas	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	No
SOLICITANTE		
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	
JOSE MANUEL AMIGUET ESTEBAN	DECANO FACULTAD HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACION	
REPRESENTANTE LEGAL		
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	
HIGINIO MARÍN PEDREÑO	RECTOR	
RESPONSABLE DEL TÍTULO		
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	
JOSE MANUEL AMIGUET ESTEBAN	DECANO FACULTAD HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACION	

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
CARRER ASSEGADORS, 2	46115	Alfara del Patriarca	961369000
E-MAIL	PROVINCIA	FAX	
udec@uchceu.es	Valencia/València	961395272	

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: Valencia/València, AM 29 de mayo de 2025
	Firma: Representante legal de la Universidad



1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

1.1-1.3 DENOMINACIÓN, CAMPO DE ESTUDIO, MENCIONES/ESPECIALIDADES Y OTROS DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Cardenal Herrera-CEU	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
RAMA				
Ciencias Sociales y Jurídicas				
CAMPO DE ESTUDIO				
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas				
AGENCIA EVALUADORA				
Agència Valenciana d'Avaluació i Prospectiva				
LISTADO DE MENCIONES				
No existen datos				
MENCIÓN DUAL				
No				

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		
Universidad Cardenal Herrera-CEU		
LISTADO DE UNIVERSIDADES		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
067	Universidad Cardenal Herrera-CEU	
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
No existen datos		
CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	82	6
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
12	134	6

1.4-1.9 Universidad Cardenal Herrera-CEU

1.4-1.9.1 CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS			
CÓDIGO	CENTRO	CENTRO RESPONSABLE	CENTRO ACREDITADO INSTITUCIONALMENTE
46035665	Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación	Si	Si

1.4-1.9.2 Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación

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		
95		
NÚMERO TOTAL DE PLAZAS	NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO PARA PRIMER CURSO	
400	95	



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
Los principales objetivos formativos son: 1. Comprender las concepciones socioculturales del ser humano y su relación con la comunicación social y la acción de la publicidad y las relaciones públicas. 2. Conocer las teorías de la belleza desde el arte visual y escrito, saber cómo aplicarlas a la comunicación publicitaria. 3. Comprender y saber aplicar los principios teóricos de la comunicación publicitaria y de la comunicación de relaciones públicas a diferentes contextos de trabajo y ante diferentes tipos de públicos de interés. 4. Conocer la historia y el contexto presente social y profesional de la disciplina de la comunicación, así como la influencia en la misma de los hechos históricos contemporáneos. 5. Comprender y saber aplicar los principios teóricos del marketing, en particular en su relación con la comunicación y la dirección de marcas, así como los principios de la teoría económica que explican el comportamiento de los mercados. 6. Comprender y saber aplicar los principios teóricos del lenguaje visual en la fotografía y la producción audiovisual, incluyendo la creación publicitaria audiovisual. 7. Comprender y saber aplicar los fundamentos de la creatividad, tanto neurológicos como culturales, y su aplicación en la conceptualización y producción de mensajes persuasivos en diferentes formatos. 8. Comprender los principios del derecho general y del derecho de la comunicación necesarios para el ejercicio profesional, así como los principios teóricos de la ética aplicables a la comunicación social. 9. Entender los mecanismos para la construcción efectiva de proyectos de comunicación en soportes multimedia y <i>transmedia</i>, integrando en su aplicación lo digital y no digital. 10. Comprender las principales corrientes de la psicología y la sociología que permiten comprender la dimensión del ser humano como consumidor y su aplicación en la comunicación. 11. Comprender y aplicar modelos estratégicos e innovadores en la comunicación de marcas, integrando investigación cultural, social y de mercado. 12. Comprender cómo se analizan y gestionan las necesidades de comunicación de una organización, incluyendo la comunicación interna y la gestión de la reputación ante diferentes públicos. Saber dirigir la comunicación de las organizaciones y empresas. 13. Fomentar en el estudiantado una conciencia crítica y comprometida con los valores democráticos, la igualdad de género, la erradicación de la violencia sexual y la promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, integrando estos principios en su formación académica, profesional y ciudadana.
ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE INNOVACIÓN DOCENTE

1.14 PERFILES FUNDAMENTALES DE EGRESO Y PROFESIONES REGULADAS

PERFILES DE EGRESO
Personas con capacidad para analizar los objetivos de un emisor y crear una comunicación con capacidad de influencia en determinados públicos.
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
OPT1 - Conocer las bases teóricas del uso de la lengua española o la valenciana. TIPO: Conocimientos o contenidos
OPT5 - Conocer la estructura y las tendencias en el ámbito de la comunicación de los mercados internacionales. TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 01 - Conocer las distintas concepciones socioculturales del hombre y la mujer TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 02 - Comprender el estatuto, objeto y método de la antropología TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 03 - Conocer la investigación de los fundamentos de la noción de persona TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 04 - Conocer las teorías de la belleza desde el arte TIPO: Conocimientos o contenidos



RAC 05 - Conocer los principios teóricos de la comunicación publicitaria al servicio de las marcas TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 07 - Conocer la historia (personas, hechos, grandes hitos) y el contexto presente social y profesional de la propia disciplina TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 08 - Comprender las causas por los que la disciplina está configurada de un determinado modo en la actualidad, tanto a nivel científico como profesional TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 09 - Conocer los principios teóricos del marketing y su relación con la comunicación, así como los procesos de gestión de ambas disciplinas en la empresa TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 10 - Conocer la estructura de las principales tipologías de empresas y sus respectivos modelos de negocio TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 100 - Conocer las principales teorías de pensamiento político, así como los fundamentos de la Política que son necesarios para el ejercicio profesional de la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 11 - Comprender los principios de la teoría económica que explican el comportamiento de los mercados. TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 12 - Conocer los fundamentos teóricos de la comunicación en relaciones públicas, analizando cómo se articulan con la producción y circulación del hecho informativo TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 13 - Conocer los principios teóricos del lenguaje visual con aplicación a la fotografía, tanto en su dimensión de imagen estática como en la de fundamento de la imagen audiovisual TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 14 - Conocer el pensamiento de grandes creadores y comprender los principios teóricos de la creación humana, con especial foco en la comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 15 - Comprender la influencia de hechos históricos contemporáneos en la configuración actual de la sociedad, la economía y la geopolítica TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 16 - Conocer los principios del lenguaje y de la producción audiovisual TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 17 - Conocer los referentes estilísticos y culturales de la dirección de arte en comunicación publicitaria para identificar los elementos de la buena expresión gráfica, discerniendo de los que corresponden a una expresión gráfica deficiente TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 18 - Conocer las principales referencias literarias que han configurado la narrativa artística en los últimos años para saber cómo identificar los aspectos relevantes de su influencia en la cultura contemporánea TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 19 - Comprender cómo se analizan y se gestionan las necesidades de comunicación de una organización TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 20 - Entender los mecanismos para la construcción efectiva y eficaz de proyectos de comunicación en soportes multimedia y con lógica #transmedia#, integrando lo digital y no digital TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 21 - Conocer las principales corrientes de la psicología que permiten comprender la dimensión del ser humano como consumidor, para discernir qué principios teóricos de la psicología se aplican a diferentes perfiles de consumidores en diferentes contextos personales y de mercado TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 22 - Conocer los principales referentes teóricos que permiten comprender la sociedad de comunicación de masas y confrontar con su validez para explicar el fenómeno de la comunicación social en el actual contexto TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 23 - Conocer los principios teóricos de la ética aplicables a la comunicación social y aplicarlos en un debate sobre cuestiones de deontología profesional TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 24 - Comprender los principios del derecho general que son necesarios para un adecuado ejercicio profesional de la comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 25 - Conocer los principios del derecho de la comunicación y conocer las referencias de consulta técnica para resolver conflictos en este ámbito TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 26 - Conocer y aplicar modelos estratégicos de planificación en comunicación de marca, identificación criterios de decisión según objetivos empresariales, audiencias y contextos competitivos TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 27 - Comprender los fundamentos de la creatividad, en particular los que tienen una base neurológica y una base cultural, para ser capaz de conceptualizar una idea en términos de comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 28 - Conocer políticas estratégicas de relaciones públicas, seleccionando el modelo de gestión y las herramientas adecuadas para cada público y justificando las decisiones según los objetivos y el entorno institucional o corporativo TIPO: Conocimientos o contenidos



RAC 29 - Conocer el sentido y principios del humanismo cristiano como base de la realidad cultural de occidente y fundamento de los derechos humanos TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 30 - Comprender cómo interpretar los fundamentos de la doctrina social de la iglesia en los diferentes ámbitos de la comunicación social, la cultura y la economía TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 31 - Conocer las lógicas organizativas y profesionales en las empresas de comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 32 - Conocer el mercado de los medios, canales y soportes para la comunicación publicitaria TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 33 - Comprender los fundamentos teóricos del valor de marca como factor de diferenciación y competitividad empresarial TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 34 - Conocer las funciones, procesos y responsabilidades de la dirección de comunicación en las organizaciones TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 35 - Conocer las políticas de gestión de personas en las empresas, en particular en su relación con las dinámicas de comunicación interna TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 36 - Conocer la estructura y procesos de la producción audiovisual publicitaria TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 37 - Comprender las especificidades para la comunicación de marca en sectores de mercado que reúnen particularidades singulares por su configuración, por su tipo de público o por la naturaleza del producto/servicio TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 38 - Conocer y comprender estructuras, valores y estéticas de realidades culturales y sociales de las que la comunicación puede adoptar ideas, procedimientos y estrategias TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 39 - Conocer los fundamentos y procesos del diseño de productos y servicios TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 90 - Conocer las técnicas más relevantes para producir innovación en productos y servicios. TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 91 - Saber cómo producir de forma eficiente contenidos y soluciones digitales en comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 92 - Comprender los principios y estrategias de la creación de contenidos de marca, incluyendo la integración de los valores y la personalidad de la marca en diversos formatos de contenido de entretenimiento. TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 93 - Conocer las distintas formas jurídicas de profesionales y empresas de la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 94 - Conocer los procesos del periodismo de investigación, que incluye comprender las formas de abordar la investigación y publicación en soportes de información. TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 95 - Conocer los fundamentos para el diseño, estructura y dirección de contenidos en diferentes formatos televisivos. TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 96 - Conocer los fundamentos y herramientas del formato documental TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 97 - Conocer los procesos de generación de contenidos para la comunicación sobre la gastronomía y los viajes. TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 98 - Conocer la vinculación con el arte desde el cine experimental y la videocreación. TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC 99 - Conocer las rutinas productivas del periodismo de corresponsalía internacional y las fuentes de información para la elaboración de información internacional. TIPO: Conocimientos o contenidos
RAC40 - Conocer los principios fundamentales del Estado de Derecho, la igualdad, la justicia social y la participación democrática, en particular en lo relativo a sus implicaciones en el ámbito de la comunicación social. TIPO: Conocimientos o contenidos
RACOM 70 - Saber cómo comprender la fenomenología específica del comportamiento humano: Lenguaje; arte; ciencia, religión, etc. TIPO: Competencias
RACOM 71 - Construir una comunicación visual que entiende, integra y aprovecha los referentes del lenguaje artístico TIPO: Competencias
RACOM 73 - Comprender la relación entre la belleza y la fotografía aplicándola en la creación de propuestas de imágenes con potencial para generar emociones en el ser humano TIPO: Competencias
RACOM 74 - Integrar los conocimientos sobre la noción de persona, la escritura de textos con corrección y precisión expresiva, las teorías de la comunicación social y la expresión de la belleza visual-fotográfica para desarrollar una metodología de trabajo para la comprensión de un cambio cultural TIPO: Competencias
RACOM 75 - Mostrar que se es capaz de resolver un problema técnico, un problema social y un problema de comunicación aplicando lógicas de innovación que generan resultados diferentes al estándar o al generado por la inercia social, económica, cultural o empresarial TIPO: Competencias



RACOM 76 - Mostrar que se es capaz de completar un proceso de producción audiovisual completo llegando a un resultado final que se ajuste a un estándar de uso profesional TIPO: Competencias
RACOM 77 - Mostrar cómo resolver un problema a través de la influencia en la vida pública usando como expresión una comunicación de base escrita, construida desde las conclusiones de una investigación social, validada por un estudio sobre el receptor/consumidor, contrastada con los referentes éticos aplicables y que tiene como eje una idea innovadora, en comparación con el estándar habitual o esperable TIPO: Competencias
RACOM 78 - Mostrar capacidad para proponer un plan estratégico de comunicación en diferentes escenarios y ámbitos de aplicación para una marca TIPO: Competencias
RACOM 79 - Mostrar capacidad para proponer y desarrollar una idea en diferentes lenguajes y soportes, partiendo de la aplicación de diferentes técnicas creativas TIPO: Competencias
RACOM 80 - Demostrar capacidad para proponer un mensaje persuasivo y producirlo en formato escrito, audiovisual y sonoro TIPO: Competencias
RACOM 81 - Mostrar cómo ayudar resolver un problema social o empresarial a través de una comunicación publicitaria y de relaciones públicas notoria, eficaz y que respete los principios morales de convivencia TIPO: Competencias
RACOM 82 - Demostrar capacidad para idear una estrategia de marca generadora de valor añadido y para desarrollar el capital intangible de la empresa TIPO: Competencias
RACOM 83 - Mostrar capacidad para proponer soluciones a problemas de comunicación de una marca en un entorno de simulación profesional TIPO: Competencias
RACOM 84 - Mostrar capacidad para proponer, argumentar y planificar programas de innovación para marcas basados en ideas culturales-artísticas, en mejoras en procesos de relación y en innovación de propuesta de valor TIPO: Competencias
RACOM 85 - Mostrar la madurez intelectual del que es capaz de actuar evaluando el proceso y el objeto de la acción TIPO: Competencias
RACOM 86 - Demostrar que se sabe aplicar conocimientos, habilidades y competencias en contextos diferentes a aquellos en los que se aprendieron TIPO: Competencias
RACOM 87 - Mostrar capacidad para dar solución a un problema técnico de una marca aplicando razonamiento y planificación, o mostrar capacidad para analizar y comprender con voz propia una temática relevante de la disciplina TIPO: Competencias
RACOM88 - Diseñar y ejecutar proyectos de comunicación que fomenten la participación ciudadana y la cultura democrática, evaluando su eficacia mediante indicadores de impacto social. TIPO: Competencias
RAHD 40 - Saber cómo discernir entre diferentes referentes artísticos utilizados en un lenguaje visual en comunicación social, identificando su origen, estilo y carga semiótica TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 41 - Saber cómo aplicar principios de persuasión a la configuración de un contenido o discurso en un proceso de comunicación#. TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 42 - Identificar objetos teóricos en supuestos de comunicación social TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 44 - Aplicar las herramientas conceptuales del marketing para la comprensión de un mercado, de un tipo de cliente y para la configuración de su relación comunicativa con una marca TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 45 - Interpretar información empresarial y económica para analizar movimientos pasados del mercado y para saber cómo comprender tendencias de cambio en el mismo TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 46 - Identificar el uso de formatos informativos en la construcción de comunicación de interés o influencia y de la comunicación en las organizaciones TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 47 - Saber cómo aplicar las herramientas de uso general en la dirección de arte en comunicación publicitaria, considerando y aplicando al efecto las más avanzadas de las disponibles en la realidad profesional TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 48 - Saber cómo se articula historia escrita y demostrar que se ha aplicado la escritura creativa en textos relativos a varios retos/debates de la sociedad, la cultura y/o la propia disciplina TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 49 - Saber cómo se configura la reputación pública de una organización a través de las políticas de comunicación, profundizando en la comprensión de las principales técnicas validadas por la literatura académica al respecto TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 50 - Demostrar capacidad para desarrollar acciones de comunicación multimedia y proyectos con lógica #transmedia# TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 51 - Diseñar una investigación en el ámbito de la psicología del consumidor TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 52 - Saber cómo diseñar una investigación en el ámbito de la sociología de la comunicación y el consumo TIPO: Habilidades o destrezas



RAHD 53 - Saber cómo contrastar piezas de comunicación y argumentar, con base en los códigos deontológicos vigentes, si cumplen los estándares éticos profesionales, con especial foco en la protección de los derechos de las víctimas TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 54 - Saber cómo diseñar políticas de comunicación digital basadas en algoritmos, mediciones de datos e integración de principios teóricos de comunicación TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 55 - Saber cómo interpretar datos del ámbito de la comunicación digital para obtener conclusiones validas TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 56 - Saber cómo integrar la investigación cultural, social y de mercado en la estrategia de comunicación TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 57 - Demostrar capacidad para planificar acciones de relaciones públicas como parte integrada de una política de comunicación de un emisor empresarial o institucional TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 58 - Saber cómo aplicar las herramientas de gestión y dirección en procesos profesionales en el marco de las relaciones de una empresa de comunicación con sus clientes TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 59 - Saber cómo aplicar la retórica a nivel verbal y visual para contar historias y comprender cómo cada parte constituyente del mensaje contribuye al potencial de influencia de este en el receptor TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 60 - Saber cómo articular políticas de comunicación especializadas en circunstancias de crisis reputacional TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 61 - Saber cómo articular una política de relaciones con públicos de interés que no son clientes comerciales TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 62 - Saber cómo diseñar, presentar y ejecutar, incluyendo la analítica de resultados de impacto, un plan de medios de comunicación para una marca TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 63 - Saber cómo dirigir un equipo de comunicación en una empresa, entidad social o institución TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 64 - Saber cómo diseñar una política de comunicación interna y liderar su implantación en una organización TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 65 - Aplicar los recursos de comunicación del lenguaje sonoro a mensajes publicitarios TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 66 - Demostrar capacidad para la creación y producción sonora y audiovisual publicitaria TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 67 - Aplicar los principios y procesos de la organización de eventos como instrumento de comunicación a diferentes supuestos TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 68 - Saber cómo diseñar, ejecutar y evaluar programas de experiencia de cliente TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD 69 - Saber cómo planificar, ejecutar y evaluar acciones de comunicación en sectores de alta especialización TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD70 - Saber cómo integrar los objetivos de desarrollo sostenible en la comunicación de empresas e instituciones. TIPO: Habilidades o destrezas
RAHD71 - Saber cómo detectar y eliminar estereotipos de género o representaciones sexistas en la comunicación, así como elementos relacionados con las violencias sexuales, para colaborar a la creación y difusión de mensajes respetuosos con la dignidad de las personas y la igualdad efectiva. TIPO: Habilidades o destrezas

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

3.1 REQUISITOS DE ACCESO Y PROCEDIMIENTOS DE ADMISIÓN
El proceso de admisión a la CEU-UCH se desarrolla como se describe en nuestro Proceso PC03 de admisión del estudiante de nuevo ingreso. https://www.uchceu.es/docs/calidad/mapa-procesos/PC03-admision-nuevo-ingreso.pdf ACCESO Y ADMISIÓN El proceso de admisión de estudiantes se regirá por los principios de publicidad, igualdad, mérito y capacidad, tal como regula el artículo 85 de las Normas de Organización y Funcionamiento de la Universidad CEU Cardenal Herrera. Toda la información relativa al proceso de admisión se encontrará a disposición del alumnado en los medios habituales de comunicación y promoción propios de la Universidad, especialmente en su página web, en donde la información está siempre actualizada. El uso de los formularios existentes en dicha web facilitará al estudiante el proceso de inscripción y matriculación sin tener que desplazarse físicamente al centro. El proceso de admisión a la CEU-UCH se desarrolla como se describe en nuestro Proceso PC03 de admisión del estudiante de nuevo ingreso.



<https://www.uchceu.es/docs/calidad/mapa-procesos/PC03-admision-nuevo-ingreso.pdf>

VÍAS Y REQUISITOS DE ACCESO

Los estudiantes que acceden a la presente titulación deberán cumplir los requisitos marcados por el RD 822/2021 y el RD 534/2024.

No obstante, dado que esta titulación se encuadra en la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas, se establece la siguiente prioridad de acceso a la titulación desde el Bachillerato y la Formación Profesional:

Bachillerato Modalidad Ciencias Sociales y Humanidades

Ciclo Formativo de Grado Superior. Técnico Superior, Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o Técnico Deportivo Superior.

Nivel de idioma vehicular de la titulación:

Los estudiantes procedentes de países de habla no hispana deberán acreditar el conocimiento de idioma español con Nivel, según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

Para acreditar el dominio de dichas competencias en español, el estudiante podrá presentar la documentación de reconocimiento de nivel idiomático comúnmente aceptada en los estándares internacionales al efecto. Aquellos estudiantes que no puedan acreditar el nivel mediante documentación podrán realizar una prueba de nivel de idioma español a través del Servicio de Idiomas de la Universidad. Tendrán que superar dicha prueba para ser poder ser admitidos. La Universidad CEU Cardenal Herrera es centro examinador del examen DELE (Diploma de Español como Lengua Extranjera), examen realizado por el Instituto Cervantes. Los diplomas DELE están reconocidos a nivel internacional. En muchos países los DELE han sido adoptados por autoridades educativas y centros de enseñanza reglada como complemento a sus propios programas de evaluación.

REQUISITOS, NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DE ADMISIÓN

El proceso de admisión a la CEU UCH se desarrolla como se describe en los siguientes enlaces:

[Normativa de admisión en grado de la Universidad CEU Cardenal Herrera](#)

[Normativa de permanencia y condiciones de matrícula para titulaciones de Grado.](#)

[Normas Administrativas y Económicas de Admisión y Matrícula en los Grados de la Universidad CEU Cardenal Herrera para el curso 2024/25](#)

SOLICITUD DE ADMISIÓN

El futuro estudiante completará un formulario de solicitud de admisión a través de la página web de la Universidad CEU Cardenal Herrera. Nótese que podrá elegir dos titulaciones de preferencia en una misma solicitud.

ENTREVISTA PERSONAL

El futuro estudiante realizará una entrevista con un profesor de la titulación escogida como primera opción. Esta entrevista tiene un doble objetivo: por un lado, que el candidato tenga un contacto directo con la Universidad y con la titulación a la que solicita el acceso. En esta entrevista se ofrecerá al candidato una información completa sobre los estudios y la metodología de trabajo y estudio en la Universidad CEU Cardenal Herrera, sirviendo como ayuda en su proceso de toma de decisiones. Por otro lado, a través de la entrevista se pueden conocer de forma personal y directa las aptitudes y motivaciones del futuro estudiante, lo cual puede ser útil en el proceso de admisión del candidato como estudiante de la Universidad. En cualquier caso, es importante resaltar que esta entrevista solo sigue principios académicos y que los criterios que se utilizan en el proceso de admisión se encuentran en la [Normativa de admisión en grado de la Universidad CEU Cardenal Herrera](#).

CRITERIOS DE ADMISIÓN

Según se indica en el artículo 3 de la normativa de admisión en grado de la Universidad CEU Cardenal Herrera, el proceso de admisión se realizará teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

- Opción preferente del candidato/a.
- Criterios de admisión de aplicación al candidato/a en la titulación elegida, que podrán ser los generales o los particulares de la misma.
- Perfil académico del candidato, considerando los cupos por colectivos recogidos en esta normativa y según la titulación de acceso.



d. Fases temporales de adjudicación de plazas.

Para poder realizar la admisión en condiciones de igualdad de oportunidades y valorar, a su vez, el esfuerzo académico del candidato, las plazas se adjudicarán siguiendo los siguientes criterios:

- a. Para quienes hayan superado la prueba de acceso a la universidad, según la regulación aplicable al efecto, se tendrá en cuenta la calificación final obtenida en dicha prueba, ordenándose de mayor a menor entre los candidatos. En caso de no poder aportar la nota media de bachillerato y/o de la citada prueba de acceso por no haber finalizado el curso y/o no haber realizado todavía la prueba, la solicitud del candidato se valorará con un cinco. En el supuesto en que hubiera más solicitudes que plazas ofertadas en la fase temporal de adjudicación, la asignación se hará teniendo en cuenta: la fecha en la que presentó su solicitud de admisión y la nota media obtenida de bachillerato y/o prueba de acceso a la universidad.
- b. Para quienes estén en posesión del título de Bachillerato Internacional, Bachillerato Europeo, estudiantes procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales y tengan en su poder un título equivalente al bachiller: Se tendrá en cuenta la calificación final reflejada en la correspondiente credencial de acceso o documento equivalente, ordenándose de mayor a menor.
- c. Para quienes estén en posesión de un título Ciclo Formativo de Grado Superior, Técnico Superior de Formación Profesional, Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño o de Técnico Deportivo Superior, realizados en España, o estén en posesión de un título equivalente a los citados, realizado en el extranjero (dentro o fuera de la UE): Se tendrá en cuenta la calificación final obtenida en dichos estudios (en caso de estudiantes extranjeros, se tomará como tal la nota reflejada en la correspondiente credencial de acceso o documento equivalente) ordenándose de mayor a menor, así como la mayor afinidad entre el ámbito de conocimiento/familia profesional en la que ha cursado sus estudios preuniversitarios y el grado que pretende estudiar en la Universidad CEU Cardenal Herrera.
- d. Para quienes estén en posesión de un título extranjero, equivalente al Bachillerato español, emitido por centro educativo de un país ajeno a la Unión Europea: Se tendrá en cuenta la nota media reflejada en el documento de homologación emitido por el Ministerio de Educación. Si el candidato no cuenta con la resolución definitiva y se matricula de forma condicional, su nota de acceso será de cinco puntos.
- e. Para quienes estén en posesión de un título extranjero, equivalente al ciclo formativo de grado superior, emitido por centro educativo de un país ajeno a la Unión Europea: Se tendrá en cuenta la nota media reflejada en el documento de homologación emitido por el Ministerio de Educación. Si el candidato no cuenta con la resolución definitiva y se matricula de forma condicional, su nota de acceso será de cinco puntos. De igual modo, se valorará la mayor afinidad entre el ámbito de conocimiento/familia profesional en la que ha cursado sus estudios preuniversitarios y el grado que pretende estudiar en la Universidad CEU Cardenal Herrera.
- f. Para quienes estén en posesión de un título universitario español o extranjero de grado o máster oficial: Se tendrá en cuenta la nota media obtenida en esa titulación. Si no constara o no fuera aportada por el interesado, se reflejará una puntuación de referencia al baremar de cinco puntos.
- g. Para quienes soliciten traslado de expediente y/o convalidación parcial de estudios extranjeros: Se tendrá en cuenta la nota media con la que accedió a la universidad española y/o la nota media del expediente académico que habrá de aportar para realizar, en su caso, la convalidación de, al menos, 30 créditos ECTS. A los efectos de estas solicitudes se aplicará como criterio la semejanza entre las competencias formativas del título de origen y el de destino, así como la similitud entre el perfil de egreso de ambas titulaciones.
- h. Para quienes hayan realizado la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25/45 años y/o para quienes tengan más de 40 años y acrediten experiencia laboral: se tendrá en cuenta el informe favorable de admisión del Decanato correspondiente a la titulación solicitada, la afinidad de los estudios y/o experiencia laboral previa, así como la nota obtenida en dicha prueba de acceso. Cuando esta no existiera, se computará como cinco, sin perjuicio de poder someter al candidato a otras pruebas de selección, a criterio de cada Facultad/Escuela, que será público y anunciado con la suficiente antelación. En todos los supuestos citados anteriormente, en caso de no existir plazas suficientes y entre candidatos con idéntica calificación, la admisión se hará en función de la fecha de solicitud de admisión.

RESERVA DE PLAZA Y MATRÍCULA

Una vez realizada la entrevista de admisión, se iniciará el proceso para la reserva de plaza. Con carácter general, y salvo circunstancias especiales, 24 horas después de la entrevista el candidato recibe una notificación vía correo electrónico y en la intranet de admisión. En dicha notificación se le pueden indicar al candidato tres supuestos:

- Que ha sido seleccionado y hay una plaza disponible para su solicitud. En tal caso la notificación viene acompañada de un documento de reserva de plaza personalizado en el que se le indica lo que debe hacer para seguir con el proceso. Siguiendo las sencillas instrucciones de ese documento el candidato puede tener reservada una plaza en la titulación que desea estudiar en la Universidad CEU Cardenal Herrera.
- Que entra en la lista de espera de acceso a la titulación. En tal caso se le informa de cuáles serán los siguientes pasos para seguir.
- Que no ha sido seleccionado por no quedar plazas disponibles, y no tener previsión de disponibilidad, o por motivos relacionados con la valoración que se ha realizado de la solicitud del candidato.

En el caso de que haya sido seleccionado, el estudiante debe inscribirse para formalizar su reserva de plaza:

- Podrá imprimirse desde la intranet de futuro estudiante la documentación necesaria para realizar el pago de la cuota de inscripción.
- A partir de las 24 horas de haber realizado dicho ingreso, deberá cumplimentar el formulario de inscripción en la intranet de futuro estudiante.

Tanto el abono de la cuota como la cumplimentación del formulario de inscripción serán imprescindibles para que la reserva de plaza sea efectiva y así poder solicitar cita de matrícula que se formalizará en la Secretaría General de la Universidad. En nuestro proceso de selección la nota de Selectividad no se tiene en cuenta a estos efectos (excepto en Medicina/Medicine), si bien la matrícula definitiva solo se podrá formalizar una vez cumplidos todos los requisitos legales para el ingreso en la Universidad.

Toda la información relativa al proceso de admisión se encuentra a disposición del alumnado en los medios habituales de comunicación y promoción propios de la Universidad, especialmente en su página web, en donde la información está siempre actualizada. El uso de los formularios existentes en dicha web facilita al estudiante el proceso de inscripción y matriculación sin tener que desplazarse físicamente al centro.



El Servicio de Orientación Universitaria prestará especial interés a los estudiantes con necesidades educativas y discapacidades especiales en este tipo de modalidad y promoverán las acciones necesarias para el buen aprovechamiento de su formación, incluyendo la adecuación de materiales y recursos educativos.

4.2 Acceso y Admisión

La Universidad CEU Cardenal Herrera, para el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, desea atraer a alumnos y alumnas con un buen potencial para lograr la excelencia académica y la profesional, una vez se incorporen al mercado de trabajo.

Para ello, seleccionamos a los alumnos con actitudes orientadas al cliente, al liderazgo, al trabajo en equipo. Estas actitudes serán trabajadas, reforzadas y completadas a lo largo de su estancia en la Universidad.

También deseamos que los alumnos tengan una alta motivación por el trabajo, por la práctica profesional, por su desarrollo personal y profesional.

VÍAS Y REQUISITOS DE ACCESO AL TÍTULO

De acuerdo con el Art. 14 del R.D. 1393/2007 del 29 de octubre sobre Organización de las Enseñanzas Universitarias Oficiales, para el acceso a las enseñanzas oficiales de Grado se requerirá estar en posesión del título de bachiller o equivalente y la superación de la prueba a la que se refiere el Art. 42 de la Ley 6/2001 Orgánica de Universidades, modificada por la Ley 4/2007, de 12 de abril, sin perjuicio de los demás mecanismos de acceso previstos por la normativa vigente.

El proceso de admisión a la CEU-UCH se desarrolla como se describe a continuación:

1. Solicitud de admisión

La solicitud se puede realizar a través de la web (www.uch.ceu.es), por correo, o personándose en la Oficina de Nuevo Alumno y Promoción Universitaria de la CEU-UCH. Sólo deberá utilizarse uno de los procedimientos propuestos. Con carácter general el proceso de admisión se abrirá durante el mes de febrero.

Una vez presentada la solicitud de admisión, el alumno será citado para la realización de una entrevista personal con un profesor de la titulación. Una vez realizada la entrevista se podrá entregar en Secretaría General la documentación que se detalla a continuación y que debe acompañar toda solicitud.

- Fotocopia del DNI.
- Normas de Admisión firmadas.
- Resguardo de haber realizado la entrevista.
- Si procede de BUP: Certificado o fotocopia del Libro de Escolaridad con las notas de Bachillerato y fotocopia de la Tarjeta de Selectivo.
- Si procede de BACH. LOGSE: Certificado o fotocopia del Libro de Escolaridad con las notas de 1º de Bachiller, Certificado de las asignaturas matriculadas en 2º y fotocopia de la Tarjeta de Selectivo en el momento de su obtención.
- Si procede de C.F.G.S. /F.P.: Certificado o fotocopia del Libro de Escolaridad con las notas de cada uno de los dos últimos cursos o nota media del Ciclo Formativo de Grado Superior y fotocopia del título o del depósito del mismo.
- Titulados universitarios: Fotocopia del certificado académico, en base 0-10, y fotocopia del título o del depósito del mismo.
- Prueba de acceso para mayores de 25 años: Fotocopia de la resolución de la universidad.

Entrevista

Tal y como se ha descrito, la presentación de la solicitud de admisión, por cualquiera de los medios detallados más arriba, dará lugar a una cita previa para la realización de una entrevista con un profesor de la Universidad. La comparecencia del alumno a dicha entrevista será requisito imprescindible para poder participar en el proceso de admisión posterior. Realizada la misma, el profesor entregará al alumno un resguardo que deberá presentar junto a la documentación detallada en el apartado anterior.

Selección

Realizada la entrevista, la selección de alumnos se llevará a cabo mediante la valoración del historial académico del alumno y de su situación personal y familiar. Se tendrá en cuenta también la fecha de presentación de la solicitud. Dado que la Universidad CEU Cardenal Herrera tiene un sistema propio de selección, la nota de Selectividad no se tendrá en cuenta a estos efectos, sí será tenida en cuenta la nota media de Bachillerato. No obstante, la legislación vigente exige la superación de las Pruebas de Acceso a la Universidad (selectivo) para el ingreso en la misma, por tanto la matrícula sólo se podrá formalizar a partir del momento en que se cumplan dichos requisitos, (con las excepciones previstas en la ley).

Inscripción



Los alumnos admitidos recibirán una Carta de Admisión, con la documentación e instrucciones precisas para efectuar la inscripción.

Matrícula

La fecha de matrícula se comunicará al alumno individualmente en función del cumplimiento de los requisitos académicos de ingreso en la Universidad que establece la legislación vigente. La matrícula se realizará en el centro que corresponda.

El nivel de inglés exigido a los alumnos de nuevo ingreso para la formación en inglés es B2

Según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER), en el nivel B2 el alumno ha desarrollado las siguientes competencias:

- Es capaz de entender las ideas principales de textos complejos que traten de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico siempre que estén dentro de su campo de especialización.
- Puede relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez y naturalidad de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de ninguno de los interlocutores.
- Puede producir textos claros y detallados sobre temas diversos así como defender un punto de vista sobre temas generales indicando los pros y los contras de las distintas opciones.

Los alumnos tendrán que realizar una prueba de inglés o español, según corresponda, en unas fechas programadas con antelación, antes de la formalización de la matrícula en el Grado. Dicha prueba es realizada por el Servicio de Idiomas de la Universidad y evalúa las cuatro destrezas: comprensión lectora, redacción escrita, expresión oral y comprensión auditiva. Si el alumno supera dicha prueba, se considerará acreditado el nivel B2 necesario para la formalización del ingreso en el Grado.

Aquellos alumnos que posean alguno de los certificados o diplomas que a continuación se enumeran, quedarán exentos de realizar dicha prueba de admisión de inglés. Los títulos a los que se hace referencia son:

–Licenciatura en Filología Inglesa, o Grado Universitario afín.

–Traductor Jurado en Inglés.

- Certificado de superación de la prueba de certificación de idioma inglés, nivel B2, de la UCH-CEU, según el artículo único, punto 2 de la Orden 93/2013, de 11 de noviembre de la Conselleria de Educación, Cultura y Deporte de la Generalitat Valenciana (DOCV núm. 7151, 13/11/2013). (Pruebas realizadas en 2013).
- Certificado de superación de la prueba de certificación de idioma inglés, nivel B2, de la UCH-CEU, según el artículo único, punto 2 de la Orden 93/2013, de 11 de noviembre de la Conselleria de Educación, Cultura y Deporte de la Generalitat Valenciana (DOCV núm. 7151, 13/11/2013). (Pruebas realizadas en 2013).
- University of Cambridge ESOL examinations: First Certificate of English (FCE)
- University of Cambridge ESOL examinations / British Council: International English Language Testing System (IELTS): 5.0-6.0
- University of Cambridge ESOL examinations: Business English Certificate (BEC): BEC 2: Vantage
- University of Cambridge ESOL examinations: International Legal English Certificate (ILEC): Vantage
- University of Cambridge ESOL examinations: International Certificate in Financial English (ICFE): Vantage
- Business Language Testing Service (BULATS) four skills: 60-74
- Escuela Oficial de Idiomas (R.D. 1629/2006): Avanzado 2.
- Escuela Oficial de Idiomas (R.D. 967/1988): 2º Curso Ciclo Superior.
- Test of English as a Foreign Language-Internet based (TOEFL iBT): 87-109.
- Test of English for International Communication (TOEIC): 785-945
- Trinity College: Integrated Skills in English (ISE): ISE II
- ACLES: B2 CERT
- The European Language Certificates (telc): telc English B2
- Pearson Test of English (PTE): General level 3

Certificado de superación de la prueba de certificación de idioma inglés, nivel B2, según el artículo único, punto 2 de la Orden 93/2013, de 11 de noviembre de la Conselleria de Educación, Cultura y Deporte de la Generalitat Valenciana (DOCV núm. 7151, 13/11/2013), de las siguientes instituciones: Universidad de Valencia, Universidad Miguel Hernández, Valencian International University (VIU), Florida Universitaria, Universitat Catòlica de Valencia, Cámara de Comercio de Valencia, Cámara de Comercio de Castellón, Cámara de Comercio de Orihuela, Complejo Educativo Mas Camarena. (Pruebas realizadas en 2013).

Fras haber completado el Grado, con las correspondientes horas de docencia en inglés, el nivel de egreso de dicho idioma será aproximado al nivel C1. Para este nivel, el MCER, a escala global, establece que el alumno ha desarrollado las siguientes competencias:

Es capaz de comprender una amplia variedad de textos extensos y con cierto nivel de exigencia, así como reconocer en ellos sentidos implícitos.

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	60

Adjuntar Convenio

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
--------	--------



0	36
Adjuntar Título Propio	
Ver Apartado 3: Anexo 2.	
Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	36
DESCRIPCIÓN	
La Universidad CEU Cardenal Herrera cumple la normativa sobre reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior, según RD 1618/2011 de 14 de noviembre y el RD 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. Normativa sobre el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos. Reconocimiento de créditos por experiencia profesional <u>Perfiles:</u> El candidato que acredite experiencia profesional en alguno de los siguientes ámbitos podrá solicitar el reconocimiento de créditos: creatividad publicitaria, gestor/a de cuentas, director/a de comunicación y/o relaciones públicas, gestor/a estratégica de la comunicación, investigador/a de mercados (funciones específicas para entender e interpretar de manera crítica un entorno comunicativo complejo), planificador/a de medios, diseñador/a artístico o gráfico, analista de datos aplicados a comunicación, diseñador/a de experiencias de usuarios, gestor/a de comunidades digitales, gestor/a y productor/a de la imagen (fija y en movimiento) y gestor/a de seguridad de marca y riesgo reputacional. <u>Requisitos:</u> Se establecen 2#años de experiencia profesional a tiempo completo o 4#años a tiempo parcial (##20#h/sem) en puestos directamente vinculados. <u>Documentación acreditativa de la experiencia:</u> Certificación de la empresa o documento oficial acreditativo por parte de la Administración Pública competente. <u>Procedimiento:</u> El interesado/a debe: 1. Presentar la solicitud con la documentación acreditativa en la Secretaría que indique la Facultad. 2. La Secretaría dará traslado de la solicitud a la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de la Facultad. 3. La Comisión de Reconocimiento y Transferencia de la Facultad valorará y resolverá, comunicando la respuesta en los siguientes 30#días hábiles. En la resolución se aplicará la legislación vigente. A la fecha lo dictado por el Real Decreto 822/2021 que señala que se podrán reconocer hasta el 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios, siendo posible reconocer materias básicas, obligatorias y optativas, y nunca el Trabajo Final de Grado. Criterios generales de reconocimiento Relación directa con el ámbito de la publicidad. La experiencia debe estar estrechamente vinculada con las competencias, conocimientos y habilidades del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas Duración mínima: Se exige al menos 12 meses de experiencia profesional a tiempo completo para el reconocimiento total de la asignatura de prácticas externas (6 ECTS). Cada crédito ECTS equivale a 2 meses de experiencia a tiempo completo Ámbito profesional adecuado: Se valoran puestos que impliquen funciones publicitarias y de relaciones públicas:	



Documentación requerida:

Certificados de empresa con funciones detalladas.

Vida laboral.

Memoria explicativa de las tareas realizadas.

En algunos casos, entrevistas o informes complementarios.

Límites legales:

El reconocimiento por experiencia laboral **no puede superar el 15% del total de créditos del grado**

No se otorga calificación numérica, por lo que **no computa en la nota media** del expediente.

3.3 MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA

Nuestra universidad es una institución innovadora, moderna y de carácter marcadamente internacional.

La movilidad podrá ofertarse para realizar parte de los estudios, cursando materias o asignaturas en otra u otras instituciones universitarias nacionales o extranjeras con las que exista correspondencia de competencias y un convenio de colaboración académica #o mediante la participación del o la estudiante en programas oficiales nacionales o internacionales de movilidad.

La Universidad tiene establecida la siguiente normativa para la gestión de la movilidad de los estudiantes:

<https://www.uchceu.es/docs/normativa/normativa-programa-erasmus-grado.pdf>

Gestión Programa Erasmus+, Sicue e Iberoamérica Estudios de Grado

La Universidad CEU Cardenal Herrera asigna a la movilidad la misión de promover entre su alumnado el intercambio de conocimiento, la incorporación de referentes innovadores y, en general, la apertura de la comunidad universitaria al entorno exterior.

La implantación de los principios y recomendaciones de la Convergencia Europea para la creación de un Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y el desarrollo de una normativa de calidad en las universidades españolas fomenta la movilidad de los estudiantes, con especial atención en el acceso a los estudios de otras universidades europeas y a las diferentes oportunidades de formación y servicios relacionados.

A partir de estas premisas, la Universidad impulsa la movilidad de su propio alumnado a través de los programas específicos de intercambio, y la acogida de alumnado ajeno, para lo cual publicita en su página Web, de forma actualizada y bilingüe, la información institucional (organización, funcionamiento, normativas, etc.); y la información de todas las titulaciones que ofrece la Universidad, con la descripción detallada de las materias y sus programas, así como una información básica sobre la ciudad y la cultura del país que puede guiar al alumnado en su elección.

La Universidad CEU Cardenal Herrera, a través de la Oficina de Relaciones Internacionales, dependiente del Vicerrectorado de Internacionalización y Vida Universitaria, promueve y facilita la movilidad de sus estudiantes.

Para ello respeta y observa los principios de los programas internacionales de cada centro con relación a la movilidad, garantizando el apoyo a los proyectos internacionales e informando a la comunidad universitaria de las condiciones y los requisitos que se deben tener en cuenta para ofrecer una movilidad de calidad.

Cabe resaltar también que la Universidad fomenta la movilidad de los estudiantes en el marco del programa Lifelong Learning y los convenios bilaterales de intercambio, permitiéndoles llevar a cabo un período de estudios en otra Universidad con la que se haya establecido el correspondiente acuerdo bilateral y recibir un reconocimiento pleno de dichos estudios en la Universidad de origen, aplicando el Sistema Europeo de Transferencia de Créditos.

Alumnos incoming

Alumnos outgoing

Programas internacionales y de movilidad para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Erasmus

La titulación de Publicidad y Relaciones Públicas cuenta con una amplia red de convenios que fomentan la movilidad de nuestros estudiantes, permitiéndoles enriquecer su formación académica y personal a través de experiencias interculturales.

Los convenios activos actualmente abarcan países tanto del ámbito europeo como de otros continentes. En el caso de Europa, se mantienen convenios con universidades de Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Finlandia, Francia, Holanda, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Noruega, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumanía, Suecia, Turquía y Ucrania.

Fuera del ámbito europeo, se mantienen convenios con universidades de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Estados Unidos, México y Perú.

Se presenta a continuación un listado de universidades con las que mantenemos acuerdos de movilidad Erasmus, aunque debe tenerse en cuenta que se trata de una lista cambiante que va actualizándose cada curso:



Europa

- Artevelde Hogeschool
- Freie Universität Berlin
- Hogeschool Van Utrecht
- Inholland University Alkmaar
- Instituto Superior De Novas Profissoes
- Plantijn Hogeschool
- Universidade Católica Portuguesa
- Universidade Lusófona De Humanidades E Tecnologia
- Università Cattolica Del Sacro Cuore
- Université Catholique De Lille (Istc)
- Nancy 2 Université
- Volda University College
- Libera Università Di Lingue E Comunicazione Iulm
- Universität Der Künste Berlin
- Université Catholique De L#ouest
- Université De Fribourg
- Universiteit Gent
- Universiteit Antwerpen
- Libera Università Assunta-Lumsa
- Univerza V Ljubljani
- University Of Bologna
- Anadolu University
- Fachhochschule Gelsenkirchen
- Universitatea Din Bucuresti
- Université De Savoie
- University College West Flanders
- Saint Pölten University of Applied Sciences

Latino-América

- Universidad del Salvador
- Universidad Católica de Salta
- Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales
- Universidad Regional de Blumenau
- Universidad del Desarrollo
- Universidad Espíritu Santo
- Universidad Panamericana UP
- Universidad Santo Tomás
- Universidad de Santander
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
- Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA)
- Universidad Cuauhtemoc Plantel Aguascalientes
- Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

El criterio de actualización de la oferta es poder ofrecer al menos un 10% más de plazas en destino que las movilidades solicitadas de media en los tres años anteriores.

Intensive Programmes

Desde 2003 nuestros estudiantes participan en diferentes formatos de programas intensivos en Europa.

Uno de ellos son las experiencias intensivas de movilidad conocidas como *Intensive Programmes* (IP CECACC, IP EUTA, IP Ecommotive, etc.), que recientemente incorporan un componente virtual y se convierten en *Blended Intensive Program* (BIP). De hecho, el curso 23/24 se celebró con sesiones de trabajo *online* y la parte presencial en Darmstadt (Alemania) el IP EUTA. También participamos en el BIP con la Universidad Fontys de Holanda.

Otra experiencia formativa es la competición publicitaria ADventure, de carácter internacional organizada. Este concurso europeo lo organiza la Fundación Europea de Educación en Comunicación Comercial (EFCCE), de la que nuestra Facultad es entidad fundadora. ADventure da la oportunidad de trabajar como una agencia de comunicación en el desarrollo de una campaña de comunicación. De hecho, la primera edición fue ganada por un equipo de cuatro jóvenes valencianos de nuestra titulación.

Nuestra universidad ha sido anfitriona de estos programas intensivos de Publicidad y Relaciones Públicas en los años 2010, 2017, 2020, 2021 y 2025. En ellos, nuestros estudiantes han convivido con alumnos de universidades provenientes de países como Alemania, Bélgica, Holanda, Turquía, Inglaterra, Chequia, entre otros.

Estos BIP combinan una fase online (dos días) y una fase presencial (una semana). Durante la etapa online, los estudiantes interactúan y realizan tareas preparatorias que sirven como base para la parte presencial. La etapa presencial se celebra cada año en un país diferente y permite a los participantes desarrollar proyectos en equipos transnacionales. Además del aprendizaje específico en Publicidad y Relaciones Públicas, uno de los objetivos centrales de estas iniciativas es fomentar el sentimiento de pertenencia europea entre los estudiantes.

El grado de satisfacción con estos programas es muy alto, tanto a nivel académico, como en la creación de conexiones internacionales.

Redes internacionales



Somos parte de la EACA (European Association of Communications Agencies): <https://eaca.eu>

Somos parte de Euprera, la asociación Europea de Educación e Investigación en Relaciones Públicas.

Somos parte de la red SPACE (European Network for Languages & Business Studies), una asociación internacional sin ánimo de lucro que busca establecer lazos entre la comunidad empresarial y la académica, para que ambas puedan nutrirse de su conocimiento. Es decir, las empresas disponen de una plataforma con Space para transmitir sus necesidades a las universidades, y que éstas puedan formar a profesionales en cuestiones reales y útiles para las compañías. Además, mediante la red Space, las universidades y centros de formación asociados pueden crear grados de formación conjuntos, compartir exámenes y cursos por la Red, entre otras interesantes actividades.

Hemos participado en la IP EUTA, (Creating a Cross Cultural Communication Campaign). Está organizado por varias universidades europeas, a razón de una por cada país participante. Participan además universidades de Francia (Nancy-2, Univ. Savoie), Alemania (Fachhochschule Darmstadt-University of Applied Sciences), Reino Unido (Southampton Solent Institute), Bélgica (Plantijn Hogeschool Antwerpen), Suecia (School of Education and Communication # Jönköping University), Finlandia (Pirkanmaa Polytechnic University of Applied Sciences) y Holanda (Inholland Hogeschool- Alkmaar)

Programas internacionales de mejora curricular

Se ofrecen diferentes programas internacionales para la mejora curricular de los estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Una enumeración ilustrativa de esta iniciativa de movilidad internacional es la siguiente:

1. Programa con la Universidad de Riverside en California sobre gestión de eventos, hospitalidad y experiencias de cliente.
2. Programa CEU The University of California Los Ángeles en Digital Media & Strategic Communications
3. Programa CEU-The University of California Los Ángeles en Film & TV Development
4. Programa CEU Boston University en International Business
5. Programa CEU-Boston University en Database Management & Business Intelligence
6. Programa CEU-Boston University en Data Analytics

Carácter internacional de la universidad y de la titulación

La Universidad CEU Cardenal Herrera presenta en la actualidad una de las tasas más notables de internacionalización en estudiantado de España. Mientras que la media de estudiantes de grado en una universidad española se sitúa en el 4%, en el caso de nuestra Universidad ese dato es del 33%, y esto sin contar los estudiantes *incoming*. El dato solo refiere a estudiantes internacionales matriculados para cursar el grado completo en nuestra universidad.

En ese contexto la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas de nuestra Facultad sigue creciendo en su atractivo para estudiantes internacionales. Desde el curso 2014 al 2024, el dato de estudiantes de nuevo ingreso internacionales que se matriculan para cursar el grado completo de esta titulación en nuestra Facultad ha pasado de un 2% a un 25%.

Acreditación internacional

El Consorcio Europeo para la Acreditación en la Educación Superior (ECA) ha concedido a la Universidad CEU Cardenal Herrera el *Certificate for Quality in Internationalisation*, CeQUINT, por el que destaca la dimensión internacional e intercultural de nuestra universidad, y evidencia la calidad de nuestros programas de internacionalización. Desde su creación en 2013 y hasta el logro por parte de nuestra universidad, sólo 5 universidades europeas más habían obtenido este certificado a nivel institucional.

La evidencia de esta acreditación puede comprobarse en: <https://cequint.eu/awarded-certificates/ceu-cardenal-herrera-university/>

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1 ESTRUCTURA BÁSICA DE LAS ENSEÑANZAS		
DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 4: Anexo 1.		
4.1 SIN NIVEL 1		
NIVEL 2: Persona y Mundo Moderno		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO	
Básica	20 Historia, arqueología, geografía, filosofía y humanidades	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12



NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 01 - Conocer las distintas concepciones socioculturales del hombre y la mujer TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAC 02 - Comprender el estatuto, objeto y método de la antropología TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAC 03 - Conocer la investigación de los fundamentos de la noción de persona TIPO: Conocimientos o contenidos		
RACOM 70 - Saber cómo comprender la fenomenología específica del comportamiento humano: Lenguaje; arte; ciencia, religión, etc. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Arte: belleza y emoción		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO	
Básica	19 Historia del arte y de la expresión artística, y bellas artes	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 04 - Conocer las teorías de la belleza desde el arte TIPO: Conocimientos o contenidos		
RACOM 71 - Construir una comunicación visual que entiende, integra y aprovecha los referentes del lenguaje artístico TIPO: Competencias		
RAHD 40 - Saber cómo discernir entre diferentes referentes artísticos utilizados en un lenguaje visual en comunicación social, identificando su origen, estilo y carga semiótica TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Fundamentos de publicidad y de la comunicación de marca		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO	
Básica	28 Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 05 - Conocer los principios teóricos de la comunicación publicitaria al servicio de las marcas TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAHD 41 - Saber cómo aplicar principios de persuasión a la configuración de un contenido o discurso en un proceso de comunicación#. TIPO: Habilidades o destrezas		
RAHD 42 - Identificar objetos teóricos en supuestos de comunicación social TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Lengua y Comunicación en Español		



4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
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
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
OPT1 - Conocer las bases teóricas del uso de la lengua española o la valenciana. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Lengua y Comunicación en Valenciano		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
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
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
OPT1 - Conocer las bases teóricas del uso de la lengua española o la valenciana. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Cultura de la Comunicación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO	
Básica	28 Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 07 - Conocer la historia (personas, hechos, grandes hitos) y el contexto presente social y profesional de la propia disciplina TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAC 08 - Comprender las causas por los que la disciplina está configurada de un determinado modo en la actualidad, tanto a nivel científico como profesional TIPO: Conocimientos o contenidos		



NIVEL 2: Pensamiento en Comunicación y en Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO	
Básica	28 Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 09 - Conocer los principios teóricos del marketing y su relación con la comunicación, así como los procesos de gestión de ambas disciplinas en la empresa TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAHD 44 - Aplicar las herramientas conceptuales del marketing para la comprensión de un mercado, de un tipo de cliente y para la configuración de su relación comunicativa con una marca TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Comportamiento de los mercados y modelos de negocio		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO	
Básica	28 Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 10 - Conocer la estructura de las principales tipologías de empresas y sus respectivos modelos de negocio TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAC 11 - Comprender los principios de la teoría económica que explican el comportamiento de los mercados. TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAHD 45 - Interpretar información empresarial y económica para analizar movimientos pasados del mercado y para saber cómo comprender tendencias de cambio en el mismo TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Fundamentos de la Comunicación de Relaciones Públicas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO	
Básica	28 Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		



ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 12 - Conocer los fundamentos teóricos de la comunicación en relaciones públicas, analizando cómo se articulan con la producción y circulación del hecho informativo TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAHD 46 - Identificar el uso de formatos informativos en la construcción de comunicación de interés o influencia y de la comunicación en las organizaciones TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Fundamentos de Imagen y Expresión Visual		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO	
Básica	28 Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 13 - Conocer los principios teóricos del lenguaje visual con aplicación a la fotografía, tanto en su dimensión de imagen estática como en la de fundamento de la imagen audiovisual TIPO: Conocimientos o contenidos		
RACOM 73 - Comprender la relación entre la belleza y la fotografía aplicándola en la creación de propuestas de imágenes con potencial para generar emociones en el ser humano TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Proyecto integrado: investigación cultural y cambio social		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO	
Básica	28 Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RACOM 74 - Integrar los conocimientos sobre la noción de persona, la escritura de textos con corrección y precisión expresiva, las teorías de la comunicación social y la expresión de la belleza visual-fotográfica para desarrollar una metodología de trabajo para la comprensión de un cambio cultural TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Pensamiento Creativo		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		



CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 14 - Conocer el pensamiento de grandes creadores y comprender los principios teóricos de la creación humana, con especial foco en la comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
RACOM 75 - Mostrar que se es capaz de resolver un problema técnico, un problema social y un problema de comunicación aplicando lógicas de innovación que generan resultados diferentes al estándar o al generado por la inercia social, económica, cultural o empresarial TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Claves de Historia Contemporánea		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO	
Básica	20 Historia, arqueología, geografía, filosofía y humanidades	
ECTS NIVEL2	9	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		9
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 15 - Comprender la influencia de hechos históricos contemporáneos en la configuración actual de la sociedad, la economía y la geopolítica TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Teoría y Técnica Audiovisual		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO	
Básica	28 Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	
ECTS NIVEL2	7	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		7
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		



RAC 16 - Conocer los principios del lenguaje y de la producción audiovisual TIPO: Conocimientos o contenidos		
RACOM 76 - Mostrar que se es capaz de completar un proceso de producción audiovisual completo llegando a un resultado final que se ajuste a un estándar de uso profesional TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Dirección de arte: conceptualización gráfica y herramientas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		5
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 17 - Conocer los referentes estilísticos y culturales de la dirección de arte en comunicación publicitaria para identificar los elementos de la buena expresión gráfica, discerniendo de los que corresponden a una expresión gráfica deficiente TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAHD 47 - Saber cómo aplicar las herramientas de uso general en la dirección de arte en comunicación publicitaria, considerando y aplicando al efecto las más avanzadas de las disponibles en la realidad profesional TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Expresión literaria: narración y cultura		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO	
Básica	28 Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 18 - Conocer las principales referencias literarias que han configurado la narrativa artística en los últimos años para saber cómo identificar los aspectos relevantes de su influencia en la cultura contemporánea TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAHD 48 - Saber cómo se articula historia escrita y demostrar que se ha aplicado la escritura creativa en textos relativos a varios retos/debates de la sociedad, la cultura y/o la propia disciplina TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Comunicación corporativa		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	CAMPO DE ESTUDIO	
Básica	28 Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 19 - Comprender cómo se analizan y se gestionan las necesidades de comunicación de una organización TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAHD 49 - Saber cómo se configura la reputación pública de una organización a través de las políticas de comunicación, profundizando en la comprensión de las principales técnicas validadas por la literatura académica al respecto TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Dirección y gestión de proyectos multimedia y transmedia		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
3		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 20 - Entender los mecanismos para la construcción efectiva y eficaz de proyectos de comunicación en soportes multimedia y con lógica #transmedia#, integrando lo digital y no digital TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAHD 50 - Demostrar capacidad para desarrollar acciones de comunicación multimedia y proyectos con lógica #transmedia# TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Psicología del consumidor: la persona		
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
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 21 - Conocer las principales corrientes de la psicología que permiten comprender la dimensión del ser humano como consumidor, para discernir qué principios teóricos de la psicología se aplican a diferentes perfiles de consumidores en diferentes contextos personales y de mercado TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAHD 51 - Diseñar una investigación en el ámbito de la psicología del consumidor TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Sociología de la comunicación y técnicas de investigación social: el grupo		



4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
5		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 22 - Conocer los principales referentes teóricos que permiten comprender la sociedad de comunicación de masas y confrontar con su validez para explicar el fenómeno de la comunicación social en el actual contexto TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAHD 52 - Saber cómo diseñar una investigación en el ámbito de la sociología de la comunicación y el consumo TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Ética de la comunicación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
5		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 23 - Conocer los principios teóricos de la ética aplicables a la comunicación social y aplicarlos en un debate sobre cuestiones de deontología profesional TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAHD 53 - Saber cómo contrastar piezas de comunicación y argumentar, con base en los códigos deontológicos vigentes, si cumplen los estándares éticos profesionales, con especial foco en la protección de los derechos de las víctimas TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Proyecto integrado: influencia en la vida pública		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
3		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		



4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAHD70 - Saber cómo integrar los objetivos de desarrollo sostenible en la comunicación de empresas e instituciones. TIPO: Habilidades o destrezas		
RACOM 77 - Mostrar cómo resolver un problema a través de la influencia en la vida pública usando como expresión una comunicación de base escrita, construida desde las conclusiones de una investigación social, validada por un estudio sobre el receptor/consumidor, contrastada con los referentes éticos aplicables y que tiene como eje una idea innovadora, en comparación con el estándar habitual o esperable TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Derecho de la comunicación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	4	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 24 - Comprender los principios del derecho general que son necesarios para un adecuado ejercicio profesional de la comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAC 25 - Conocer los principios del derecho de la comunicación y conocer las referencias de consulta técnica para resolver conflictos en este ámbito TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAC40 - Conocer los principios fundamentales del Estado de Derecho, la igualdad, la justicia social y la participación democrática, en particular en lo relativo a sus implicaciones en el ámbito de la comunicación social. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Lógicas de comunicación digital y cultura del dato		
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
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAHD 54 - Saber cómo diseñar políticas de comunicación digital basadas en algoritmos, mediciones de datos e integración de principios teóricos de comunicación TIPO: Habilidades o destrezas		
RAHD 55 - Saber cómo interpretar datos del ámbito de la comunicación digital para obtener conclusiones validas TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Investigación y pensamiento estratégico en comunicación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	8	



DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	8	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 26 - Conocer y aplicar modelos estratégicos de planificación en comunicación de marca, identificación criterios de decisión según objetivos empresariales, audiencias y contextos competitivos TIPO: Conocimientos o contenidos		
RACOM 78 - Mostrar capacidad para proponer un plan estratégico de comunicación en diferentes escenarios y ámbitos de aplicación para una marca TIPO: Competencias		
RAHD 56 - Saber cómo integrar la investigación cultural, social y de mercado en la estrategia de comunicación TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Creatividad en comunicación: conceptualización y lenguajes		
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
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 27 - Comprender los fundamentos de la creatividad, en particular los que tienen una base neurológica y una base cultural, para ser capaz de conceptualizar una idea en términos de comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
RACOM 79 - Mostrar capacidad para proponer y desarrollar una idea en diferentes lenguajes y soportes, partiendo de la aplicación de diferentes técnicas creativas TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Gestión Estratégica de las Relaciones Públicas: los medios de comunicación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	5	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		



RAC 28 - Conocer políticas estratégicas de relaciones públicas, seleccionando el modelo de gestión y las herramientas adecuadas para cada público y justificando las decisiones según los objetivos y el entorno institucional o corporativo TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAHD 57 - Demostrar capacidad para planificar acciones de relaciones públicas como parte integrada de una política de comunicación de un emisor empresarial o institucional TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Doctrina Social de la Iglesia		
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
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 29 - Conocer el sentido y principios del humanismo cristiano como base de la realidad cultural de occidente y fundamento de los derechos humanos TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAC 30 - Comprender cómo interpretar los fundamentos de la doctrina social de la iglesia en los diferentes ámbitos de la comunicación social, la cultura y la economía TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Gestión de proyectos de Comunicación		
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
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 31 - Conocer las lógicas organizativas y profesionales en las empresas de comunicación TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAHD 58 - Saber cómo aplicar las herramientas de gestión y dirección en procesos profesionales en el marco de las relaciones de una empresa de comunicación con sus clientes TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Creatividad en comunicación: estructuras y relatos		
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
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAHD71 - Saber cómo detectar y eliminar estereotipos de género o representaciones sexistas en la comunicación, así como elementos relacionados con las violencias sexuales, para colaborar a la creación y difusión de mensajes respetuosos con la dignidad de las personas y la igualdad efectiva. TIPO: Habilidades o destrezas		
RACOM 80 - Demostrar capacidad para proponer un mensaje persuasivo y producirlo en formato escrito, audiovisual y sonoro TIPO: Competencias		
RAHD 59 - Saber cómo aplicar la retórica a nivel verbal y visual para contar historias y comprender cómo cada parte constituyente del mensaje contribuye al potencial de influencia de este en el receptor TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Diplomacia corporativa y Relaciones externas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		4
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAHD 60 - Saber cómo articular políticas de comunicación especializadas en circunstancias de crisis reputacional TIPO: Habilidades o destrezas		
RAHD 61 - Saber cómo articular una política de relaciones con públicos de interés que no son clientes comerciales TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Planificación de Medios de Comunicación		
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
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAHD 62 - Saber cómo diseñar, presentar y ejecutar, incluyendo la analítica de resultados de impacto, un plan de medios de comunicación para una marca TIPO: Habilidades o destrezas		
RAC 32 - Conocer el mercado de los medios, canales y soportes para la comunicación publicitaria TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Proyecto integrado: planificación y acción		



4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		3
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RACOM 81 - Mostrar cómo ayudar resolver un problema social o empresarial a través de una comunicación publicitaria y de relaciones públicas notoria, eficaz y que respete los principios morales de convivencia TIPO: Competencias		
RACOM88 - Diseñar y ejecutar proyectos de comunicación que fomenten la participación ciudadana y la cultura democrática, evaluando su eficacia mediante indicadores de impacto social. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Dirección de Marca y Creación de Valor Añadido		
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
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 33 - Comprender los fundamentos teóricos del valor de marca como factor de diferenciación y competitividad empresarial TIPO: Conocimientos o contenidos		
RACOM 82 - Demostrar capacidad para idear una estrategia de marca generadora de valor añadido y para desarrollar el capital intangible de la empresa TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Dirección de Comunicación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	5	
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
5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		



RAHD 63 - Saber cómo dirigir un equipo de comunicación en una empresa, entidad social o institución TIPO: Habilidades o destrezas		
RAC 34 - Conocer las funciones, procesos y responsabilidades de la dirección de comunicación en las organizaciones TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Comunicación interna en las organizaciones		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	5	
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
5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAHD 64 - Saber cómo diseñar una política de comunicación interna y liderar su implantación en una organización TIPO: Habilidades o destrezas		
RAC 35 - Conocer las políticas de gestión de personas en las empresas, en particular en su relación con las dinámicas de comunicación interna TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Creación publicitaria audiovisual		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	5	
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
5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAHD 65 - Aplicar los recursos de comunicación del lenguaje sonoro a mensajes publicitarios TIPO: Habilidades o destrezas		
RAHD 66 - Demostrar capacidad para la creación y producción sonora y audiovisual publicitaria TIPO: Habilidades o destrezas		
RAC 36 - Conocer la estructura y procesos de la producción audiovisual publicitaria TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Creación y organización de eventos		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	5	
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



5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAHD 67 - Aplicar los principios y procesos de la organización de eventos como instrumento de comunicación a diferentes supuestos TIPO: Habilidades o destrezas		
RAHD 68 - Saber cómo diseñar, ejecutar y evaluar programas de experiencia de cliente TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Clínica profesional de Publicidad y Relaciones Públicas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4	
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
4		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RACOM 83 - Mostrar capacidad para proponer soluciones a problemas de comunicación de una marca en un entorno de simulación profesional TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Comunicación de alta especialización		
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
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAHD 69 - Saber cómo planificar, ejecutar y evaluar acciones de comunicación en sectores de alta especialización TIPO: Habilidades o destrezas		
RAC 37 - Comprender las especificidades para la comunicación de marca en sectores de mercado que reúnen particularidades singulares por su configuración, por su tipo de público o por la naturaleza del producto/servicio TIPO: Conocimientos o contenidos		
RACOM88 - Diseñar y ejecutar proyectos de comunicación que fomenten la participación ciudadana y la cultura democrática, evaluando su eficacia mediante indicadores de impacto social. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Innovación para las marcas		
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
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 38 - Conocer y comprender estructuras, valores y estéticas de realidades culturales y sociales de las que la comunicación puede adoptar ideas, procedimientos y estrategias TIPO: Conocimientos o contenidos		
RAC 39 - Conocer los fundamentos y procesos del diseño de productos y servicios TIPO: Conocimientos o contenidos		
RACOM 84 - Mostrar capacidad para proponer, argumentar y planificar programas de innovación para marcas basados en ideas culturales-artísticas, en mejoras en procesos de relación y en innovación de propuesta de valor TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Prácticas pre-profesionales		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RACOM 85 - Mostrar la madurez intelectual del que es capaz de actuar evaluando el proceso y el objeto de la acción TIPO: Competencias		
RACOM 86 - Demostrar que se sabe aplicar conocimientos, habilidades y competencias en contextos diferentes a aquellos en los que se aprendieron TIPO: Competencias		
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RACOM 87 - Mostrar capacidad para dar solución a un problema técnico de una marca aplicando razonamiento y planificación, o mostrar capacidad para analizar y comprender con voz propia una temática relevante de la disciplina TIPO: Competencias		



RACOM88 - Diseñar y ejecutar proyectos de comunicación que fomenten la participación ciudadana y la cultura democrática, evaluando su eficacia mediante indicadores de impacto social. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Comunicación en entornos internacionales		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
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
	3	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
OPT5 - Conocer la estructura y las tendencias en el ámbito de la comunicación de los mercados internacionales. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Diseño de productos y servicios		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
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
	3	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 90 - Conocer las técnicas más relevantes para producir innovación en productos y servicios. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Producción para medios digitales		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
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
	3	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		



RAC 91 - Saber cómo producir de forma eficiente contenidos y soluciones digitales en comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Creación de contenidos: entretenimiento y seducción		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
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
	3	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 92 - Comprender los principios y estrategias de la creación de contenidos de marca, incluyendo la integración de los valores y la personalidad de la marca en diversos formatos de contenido de entretenimiento. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: El mercado de la comunicación: guía para el desarrollo profesional		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
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
	3	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 93 - Conocer las distintas formas jurídicas de profesionales y empresas de la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Periodismo en investigación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
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
	3	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		



RAC 94 - Conocer los procesos del periodismo de investigación, que incluye comprender las formas de abordar la investigación y publicación en soportes de información. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Laboratorio de programas de televisión		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
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
	3	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 95 - Conocer los fundamentos para el diseño, estructura y dirección de contenidos en diferentes formatos televisivos. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Documental audiovisual		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
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
	3	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 96 - Conocer los fundamentos y herramientas del formato documental TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Comunicación gastronómica y de viajes		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
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
	3	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 97 - Conocer los procesos de generación de contenidos para la comunicación sobre la gastronomía y los viajes. TIPO: Conocimientos o contenidos		



NIVEL 2: Vídeo, arte y experimentación		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
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
	3	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 98 - Conocer la vinculación con el arte desde el cine experimental y la videocreación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Periodismo internacional		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	3	
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
	3	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 99 - Conocer las rutinas productivas del periodismo de corresponsalía internacional y las fuentes de información para la elaboración de información internacional. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Pensamiento político		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
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
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
RAC 100 - Conocer las principales teorías de pensamiento político, así como los fundamentos de la Política que son necesarios para el ejercicio profesional de la comunicación. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 2		



4.2 ACTIVIDADES Y METODOLOGÍAS DOCENTES

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las actividades formativas y sus respectivas metodologías no se modifican, por lo que siguen siendo:

1. Clase magistral:

Sesiones de clase que se utilizan para transmitir conocimientos teóricos. El profesor expone fundamentos de la disciplina y/o ideas clave para poder entender conceptos complejos que son relevantes para el logro de los resultados de aprendizaje. En este tipo de sesiones el profesor resalta líneas maestras del pensamiento relacionado con los objetivos formativos, da referencia los resultados de las últimas investigaciones, explica las principales referencias teóricas, enmarca las #partes# del conocimiento en relación con el #todo# del área implicada, explica las relaciones entre elementos del conocimiento relevante, ilustra con ejemplos las ideas complejas o pone el foco en los aspectos principales para comprender las ideas.

1. Seminario:

Sesiones basadas en la interacción entre un profesor y los estudiantes como mecánica necesaria para mejorar el aprendizaje. Se emplean generalmente cuando el profesor decide que un determinado objeto de aprendizaje requiere de este tipo de interacción. En general se aplican a sesiones de clase para:

- Presentar trabajos (prácticos o teóricos) realizados por los estudiantes y comentarlos en la sesión al efecto de comprensión de aspectos clave.
- Para analizar casos técnicos y/o profesionales que permitan mejorar el aprendizaje de los procesos de análisis, de procesos de toma de decisión o de enfoques de justificación científica de las conclusiones propias.
- Para trabajar en equipo en la resolución de supuestos: aplicación del aprendizaje teórico a diferentes contextos como forma de favorecer que el estudiante consolide o entienda la flexibilidad de interpretación en cada situación.
- Para resolver problemas que requieren el acompañamiento del profesor en los casos en los que la finalidad es entender el proceso de resolución o la aplicación de conceptos complejos, por lo que no tiene valor que el estudiante los resuelva en el marco del trabajo autónomo.
- Para profundizar en un tema mediante una mecánica de interacción profesor-estudiantes, bien con la finalidad de que ese tema se comprenda mejor o bien porque la metodología aplicada para profundizar favorece la adquisición de la competencia #aprender a aprender#.

1. Taller:

Son un tipo de actividad formativa que puede tener similitudes con las prácticas en el aula, su principal diferencia es que en el taller tiene más protagonismo el tiempo que dedica el estudiante a #hacer#. En ese sentido el taller es una sesión que, en general, tiene lugar en el aula, aunque puede ser un aula especialmente adecuada al propósito, en la que el estudiante aplica lo aprendido con la finalidad de lograr un resultado concreto. Así, el taller está orientado a que el estudiante, de forma individual o en equipo, formule una propuesta de solución a uno o varios problemas concretos, entendiendo el problema en un sentido amplio del término. En general, el objetivo formativo es que el estudiante demuestre su capacidad de aplicación intelectual o técnica para dar solución a una cuestión.

1. Prácticas

Son un tipo de sesión en las que un profesor desarrolla ante los estudiantes una resolución práctica, con fines ilustrativos. Se intenta favorecer la interacción con los estudiantes, pero el protagonismo principal es del profesor que conduce la sesión. En el diseño de algunas sesiones de este tipo hay momentos en los que los estudiantes se implican directamente trabajando en la resolución de una parte del contenido práctico. También puede utilizarse para exponer los resultados más sobresalientes de trabajos prácticos desarrollados por los estudiantes o para invitar a la sesión a un profesional que pueda relatar un caso real en el que ha trabajado. Es un tipo de docencia que complementa con los aspectos prácticos la teoría expuesta en las clases magistrales.

1. Trabajo de síntesis

Pueden ser trabajos de tipo aplicado o con enfoque de investigación, en general son documentos escritos o proyectos en diferentes formatos basados en reunir elementos de diferentes fuentes y referencias, para generar un resultado nuevo, una interpretación de la realidad, un desarrollo especulativo teórico o un enfoque aplicado de la teoría.

METODOLOGÍAS DOCENTES

Las metodologías docentes empleadas están muy vinculadas a la aplicación de los conocimientos, basándose en procesos y metodologías de aprendizaje activos. En concreto, las siguientes metodologías docentes son empleadas

1. Enseñanza directa.
2. Enseñanza centrada en el estudiante.
3. Aprendizaje activo y experiencial.
4. Aprendizaje basado en proyectos.
5. Aprendizaje basado en problemas.
6. Aprendizaje basado en experiencias.
7. Aprendizaje cooperativo.
8. Estudio de casos.
9. Trabajos en grupo.
10. Flipped classroom.

Metodología	Enfoque	Desarrollos a título ilustrativo
Discusión Dirigida	Discusión en clase que sigue un conjunto predefinido de preguntas para guiar a los estudiantes hacia ciertas conclusiones o para ayudarlos a alcanzar un resultado de aprendizaje específico.	Preguntas directas, específicas o abiertas que están relacionadas con los resultados de aprendizaje e incluyen diversos procesos cognitivos.
Metodología aplicada de Nuevas Tecnología y de Inteligencia Artificial	Aprendizaje y nuevos usos de las nuevas tecnologías a la IA a cuestiones temáticas pertinentes.	Recreación de hechos históricos, cruce de conclusiones de estudios, estadísticas, formulación de hipótesis nuevas, etc.



Enseñanza Directa o Guiada		Sesión del/la profesor/a pero con tiempo para práctica guiada e independiente.		Crear mapas mentales o de conceptos, escribir libremente, resumir en una oración, papeles de un minuto. Mostrar y explicar ejemplos, modelar estrategias, demostrar tareas, clasificar conceptos, definir vocabulario, proporcionar pasos de apoyo.
Enseñanza en cronograma		El/La profesor/a ajusta las actividades en clase y las magistrales para responder a las concepciones erróneas reveladas al evaluar el conocimiento previo de los estudiantes.		Cuestionamientos motivacionales, preguntas conceptuales (generalmente un cuestionario) para motivar a los estudiantes a realizar las lecturas.
Aprendizaje Experiencial		Los/as estudiantes se centran en su proceso de aprendizaje a través de la aplicación, observación y reflexión.		Debates, paneles de discusión, conferencias de prensa, simposios, diarios de reflexión.
Aprendizaje Basado en Casos		Los/as estudiantes aplican el conocimiento del curso para idear una o más soluciones o resoluciones a problemas o dilemas presentados en una historia o situación realista.		Análisis de estudios de casos, discusiones colaborativas basadas en escenarios.
Aprendizaje Basado en la Investigación o Aprendizaje Guiado por la Investigación		Los/as estudiantes aprenden o aplican material para enfrentar un desafío, responder a una pregunta, llevar a cabo un experimento o interpretar datos.		Ejemplos resueltos, hojas de trabajo de proceso, análisis de conjuntos de datos, evaluación de evidencias, aplicación de hallazgos a una situación o problema y síntesis de resoluciones, responder a preguntas de sondeo sobre un estudio de investigación dado.
Aprendizaje Basado en Problemas		Los/as estudiantes realizan investigaciones externas sobre problemas de aprendizaje identificados por los estudiantes (desconocidos) para idear una o más soluciones o resoluciones a problemas o dilemas presentados en una historia o situación realista.		Revisar y criticar estudios de investigación, trabajar en grupos/equipos para resolver un problema específico sin una solución definida, realizar experimentos de laboratorio.
Aprendizaje Basado en Proyectos		Los/as estudiantes aplican el conocimiento del curso para producir algo; a menudo se combina con el aprendizaje cooperativo.		Trabajo en diseñar o crear un estudio de investigación, hipótesis de carácter filosófico o histórico.
Representaciones y Simulaciones		Los/as estudiantes representan, ya sea en persona o de forma virtual, una situación social hipotética que abstraer elementos clave de la realidad.		Situaciones y escenarios de la vida real, entrevistas, simulaciones de situaciones.
Flipped Classroom		Los/as estudiantes estudian los materiales antes de la clase y luego utilizan el tiempo en el aula para actividades interactivas y aplicaciones prácticas		Debates, focus group, corrección mutua entre estudiantes.

4.3 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

No se modifican los sistemas de evaluación aplicados en el plan de estudios, que seguirán siendo:

1. Examen de comprensión de conocimientos: tipo test, preguntas breves, preguntas de desarrollo, ejercicios, problemas, supuestos, escrito u oral.
2. Ejercicios de aplicación: prácticas, simulaciones, trabajos de campo, pruebas ECOE.
3. Ejercicios de reflexión: ensayos, reseñas, proyectos de investigación, informes, dictámenes, disertación.
4. Mecanismos de autoevaluación o evaluación entre pares.
5. Evaluación de la exposición y defensa.

- Se incorpora la normativa de TFG y Prácticas Externas.
- Normativa de TFG y TFM: <https://www.uchceu.es/docs/normativa/normativa-TFG-TFM.pdf>
- Normativa marco de Prácticas externas: <https://www.uchceu.es/docs/normativa/normativa-practicas-academicas-externas.pdf>

Elaboración y Defensa del TFG ante un tribunal Sistemas de autoevaluación Prácticas; simulaciones; ejercitaciones; trabajo de campo Examen oral Examen escrito: Test, preguntas breves, preguntas de desarrollo, ejercicios, problemas, supuestos. Ensayos, reseñas, proyectos de investigación, informes, dictámenes Disertación: Presentación de ponencias en seminarios o talleres

4.4 ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS



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		2009					
Ver Apartado 7: Anexo 1.							
7.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN							
Durante la aplicación del plan de estudios resultante se garantizará a los estudiantes con la actual configuración de plan de estudios que puedan finalizarlo con normalidad, respetándose las convocatorias máximas de evaluación en cada asignatura y la puesta en marcha, en su caso, de grupos de docencia de apoyo para aquellas materias no superadas que tengan una modificación más relevante. De este modo, los estudiantes que cursan primero el curso 24/25 completarán su trayectoria formativa con el plan de estudios que eligieron cuando se matricularon en la universidad. A los estudiantes que se adapten al plan de estudios modificado se les aplicará los siguientes reconocimientos:							
Plan de es-							
tu- dios ini- cial	Plan de es- tu- dios mo- di- fi- ca- do						
Materia	Cu.	ECTS	Tipo	Se adapta por la materia	ECTS	Tipo	
Historia general de Europa y del mundo occidental	1	9	FB	Claves de Comprensión de la Historia Contemporánea	9	FB	
Movimientos artísticos contemporáneos	1	6	FB	Arte: Belleza y Emoción	6	FB	
Antropología Cultural	1	6	FB	Persona y mundo moderno	6	FB	
Lengua Española o Valenciana	1	9	FB		6	FB	
				Lengua y Comunicación en Español o Lengua y Comunicación en Valenciano			
Teoría y Sociología de la Comunicación	2	6	FB	Cultura de la Comunicación	6	FB	
				Proyecto integrado: investigación cultural y cambio social	6	FB	
Economía y Sociedad de Mercado	2	6	FB	Comportamiento de los mercados y modelos de negocio	6	FB	
Fundamentos de la Comunicación Periodística	2	6	FB	Fundamentos de la Comunicación de Relaciones Públicas	6	FB	
Fundamentos de Publicidad y Relaciones Públicas	2	6	FB	Fundamentos de Publicidad y de la Comunicación de Marca	6	FB	
Fundamentos de la Comunicación Audiovisual	2	6	FB	Fundamentos de Imagen y Expresión Visual	6	FB	
Pensamiento creativo	1	6	OB	Pensamiento creativo	5	OB	
Diseño gráfico y fotografía	1	7,5	OB	Dirección de Arte: conceptualización Gráfica y Herramientas	5	OB	
Teoría y Técnica Audiovisual	1	9	OB	Teoría y Técnica Audiovisual	7	OB	
Crítica Literaria	1	9	OB	Expresión creativa, Imagen y Cultura	6	OB	
				Proyecto integrado: Influencia en la vida pública	3		
Comunicación Corporativa	2	6	OB	Comunicación Corporativa	6	OB	
Comunicación y marketing	2	6	OB	Pensamiento en Comunicación y en Marketing	6	OB	
Derecho de la Comunicación	2	4,5	OB	Derecho de la Comunicación	4	OB	



Ética de la comunicación	2	6	OB	Ética de la Comunicación	5	OB	
Teoría y Técnica Radiofónica	2	6	OB	Dirección y Gestión de proyectos Multimedia y Transmedia	6	OB	
Teorías y Modelos de las Relaciones Públicas	1	6	OB	Gestión Estratégica de las Relaciones Públicas: los Medios de Comunicación	5	OB	
Doctrina Social de la Iglesia	1	6	OB	Doctrina Social de la Iglesia	6	OB	
Planificación estratégica de la Comunicación Publicitaria y de RRPP	1	9	OB	Investigación y Pensamiento Estratégico en Comunicación	8	OB	
Planificación de Medios y acciones de comunicación	1	6	OB	Planificación de Medios de Comunicación	6	OB	
Psicología del Consumidor y Técnicas de Investigación	2	6	OB	Psicología del Consumidor: la persona.	6	OB	
				Sociología de la Comunicación y Técnicas de Investigación Social: el grupo	5	OB	
Dirección de Cuentas para empresas de comunicación	2	9	OB	Gestión de proyectos de comunicación	6	OB	
				Proyecto integrado: Planificación y Acción	3	OB	
Creatividad para comunicación publicitaria y de RR.PP.	2	12	OB	Creatividad en Comunicación: Conceptualización y Lenguajes	6	OB	
				Creatividad en Comunicación: Estructuras y Relatos	6	OB	
	2	6	OB	Diplomacia Corporativa y Relaciones Externas	4	OB	
Técnicas de RR.PP. y áreas de especialización				Lógicas de comunicación digital y cultura del dato	6	OB	
Dirección de Marca y Creación de Valor Añadido	1	6	OB	Dirección de Marca y Creación de Valor Añadido	6	OB	
Dirección de Gabinetes de Comunicación	1	6	OB	Dirección de Comunicación	5	OB	
Comunicación Interna en las Organizaciones	1	6	OB	Comunicación Interna en las Organizaciones	5	OB	
Creación y realización publicitaria para soportes audiovisuales	1	6	OB	Creación Publicitaria Audiovisual	5	OB	
Creación y realización publicitaria para soportes interactivos y gráficos	1	6	OB	Producción para Medios Digitales	3	OP	
Creación y realización publicitaria para soportes interactivos y gráficos	1	6	OB	Creación de Contenidos: Entretenimiento y Seducción	3	OP	
	2	9	OB	Comunicación de Alta Especialización	6	OB	
Técnicas publicitarias especializadas							
Técnicas publicitarias especializadas	2	9	OB	Creación y organización de eventos	5	OB	
Innovación en comunicación	2	9	OB	Innovación para las Marcas	6	OB	
Innovación en comunicación	2	9	OB	Clínica Profesional de Publicidad y Relaciones Públicas	4	OB	
Prácticas pre-profesionales		6	OP	Prácticas pre-profesionales	6	OB	
Comunicación en entornos internacionales		6	OP	Comunicación en entornos internacionales	3	OP	
Prospección y Tendencias para la Comunicación en el Siglo XXI		6	OP	Periodismo de investigación	3	OP	
TFG	2	6	OB	TFG	6	OB	

La implantación de los nuevos planes de estudio está prevista para el curso 2009-2010, curso en el que comenzará la extinción de los planes actualmente vigentes.

Dicha extinción se realizará curso a curso, sin perjuicio de los derechos que la legislación vigente confiere a los alumnos para completar sus estudios de acuerdo al plan de estudios que hubieren iniciado.

Los mecanismos de adaptación a los nuevos planes de estudio se regirán por lo establecido en la legislación actualmente vigente y sus normas de desarrollo y por lo establecido en la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la Universidad CEU Cardenal Herrera. A este respecto y con el fin de facilitar a los alumnos la información sobre el estado de su expediente, las Comisiones de Convalidación podrán establecer tablas de equivalencia entre asignaturas que se aplicarán automáticamente de oficio.

En el curso 2012-2013 se aplica una modificación del actual plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. En ese sentido y dados los cambios que se dan en las asignaturas en cuanto a su orden de impartición y su peso en ECTS se establece el siguiente sistema de adaptación de manera transitoria en función de los diferentes supuestos que pueden generarse debido a la modificación:

Supuesto 1: el cambio de materias hace que desaparezca una materia del curso inferior que el alumno o alumna tiene suspendida



En principio estas materias entra en régimen de extinción y por ello deberá tener un régimen de convocatorias en los dos cursos siguientes. Siendo así se comunica la normativa de extinción para difundirla entre los alumnos. Por otra parte proponemos vías alternativas:

- a) Si el grupo tiene más de 25 alumnos/as matriculados aún en extinción se imparte docencia de apoyo.
- b) Si el grupo tiene menos de 25 alumnos/as se articula un sistema de tutorías.
- c) El alumno o alumna tiene opción de matricularse en la nueva materia (siempre que sea del mismo número de ECTS y responda a la misma tipología entre básicas y obligatorias).

Supuesto 2: el cambio de materias entre cursos hace que en el camino delante del alumno o alumna desaparezca una materia que es fundamental en su formación y cuyas competencias pasan a otra materia que ahora queda en cursos inferiores

Es el caso de Derecho de la Comunicación en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas que pasa del 3er año al 2º año. Por el contrario los alumnos y alumnas que pasen a 3º de grado ya habrán cursado 6 ECTS de Doctrina Social de la Iglesia que es la que pasa a curso superior. La solución es que de manera transitoria y únicamente el primer año de implantación de la modificación la Universidad activa en paralelo una asignatura de Derecho de la Comunicación en el horario destinado a Doctrina Social de la Iglesia. Esa asignatura tendrá 6 ECTS para que el cómputo total de los 240 ECTS del grado no se vea afectado.

Supuesto 3: el cambio de materias hace que se produzca un desequilibrio entre los créditos de las materias ya superadas y las que restan por superar.

Encontramos dos posibles situaciones en relación a este supuesto:

3.1. Materia suspendida

Nos referimos por ejemplo al caso en el que una materia que se ha suspendido en segundo curso pasa de tener 9 a 6 ECTS, y que esos tres créditos que pierde la materia de segundo los gana una de segundo o primero (una que ya se tiene aprobada y no se va a cursar). En ese caso si el alumno o alumna sigue aprobando todo al final del grado le faltarán 3 créditos para completar los definidos por el plan de estudios. Este alumno o alumna mientras se examine en el período de extinción no ofrece problemas puesto que verá en su expediente la materia por el valor de ECTS matriculado en origen.

3.2 Materia aprobada

Nos referimos por ejemplo al caso en el que una materia aprobada de curso inferior pasa de tener 6 a 9 ECTS, y que esos tres créditos que gana la materia de segundo los pierde una de curso superior que el alumno aún no ha cursado. En este caso dado que el alumno tiene por delante cursos de 60 créditos si lo aprueba todo tendrá los 240 ECTS del plan.

Como quiera que cumplimos el criterio marcado por el R.D. en cuanto a mínimo de ECTS en materias básicas está asegurado que el o la estudiante siempre habrá adquirido 60 ECTS de esta tipología de materias.

Supuesto 4: el cambio de materias hace que una materia (o una serie importante de competencias) que ya está aprobada de cursos anteriores ahora se encuentra en cursos superiores

Es el caso del cambio de año de Doctrina Social que pasa de 2º a 3er año (por Derecho de la Comunicación que pasa de 3er año a 2º). Como se ha señalado en el supuesto 2, de manera transitoria y únicamente durante el primer curso de aplicación de la modificación los alumnos y alumnas que pasen a 3er año y hayan aprobado Doctrina Social de la Iglesia cursarán una asignatura de Derecho de la Comunicación por 6 ECTS. Y quienes tuvieran pendiente la asignatura de Doctrina Social de la Iglesia de 2º año recibirán docencia de apoyo para superarla en su carga de ECTS anterior: 3 ECTS.

7.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
3042000-46035665	Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas-Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD Y ANEXOS

8.1 SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

ENLACE	https://www.uchceu.es/docs/calidad/sgic/manual-calidad-sgic.pdf?op=1
--------	---

8.2 INFORMACIÓN PÚBLICA

En el siguiente enlace se encuentra el Manual de Calidad del Sistema de Aseguramiento Interno de Calidad:

<https://www.uchceu.es/docs/calidad/sgic/manual-calidad-sgic.pdf?op=1>

Cabe destacar que el Sistema de Aseguramiento Interno de Calidad en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación, centro al que se describe el título solicitado, ha sido recientemente certificado, logrando la acreditación institucional, como puede comprobarse en los siguientes enlaces:

- **Certificado implantación SAIC # Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación Valencia**



• **Acreditación Institucional Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación Valencia**

SISTEMA GENERAL DE INFORMACIÓN PARA EL ACCESO A LA CEU-UCH

1. ORGANIZACIÓN DEL PROCESO

Con objeto de garantizar el derecho de acceso a la información, la Universidad CEU Cardenal Herrera hace pública toda su oferta de estudios a través del Sistema accesible de Información previa a la matriculación. Dicho sistema de información incluye en su publicidad los procedimientos, contenidos y criterios de admisión en la Universidad.

La Secretaría de cada uno de los centros es la responsable de gestionar y proporcionar la información y orientación necesaria a los futuros estudiantes interesados en acceder a la Universidad.

2. CONTENIDO DEL PROCESO

Se proporciona información, al futuro estudiante, sobre las características del Título, así como sobre las diversas vías y requisitos de acceso:

<https://www.uchceu.es/nuevo-alumno/proceso-admision-grado>

Se incluye información específica para los estudiantes internacionales

<https://www.uchceu.es/nuevo-alumno/proceso-admision-grado/internacional>

3. MECANISMOS DE INFORMACIÓN

Los mecanismos de difusión que utiliza la Universidad CEU Cardenal Herrera para informar a los potenciales estudiantes de nuevo ingreso son los que se detallan a continuación:

a) Medios de difusión personales. Se trata de los siguientes medios y soportes de comunicación de carácter personal:

- Desarrollo y mantenimiento de una **página web** explicativa de la oferta. www.uchceu.es
- Presencia en los principales buscadores y portales de formación en Internet.
- Desarrollo de soporte gráfico informativo con las características del programa formativo.

b) Medios de difusión colectivos. Proporcionan una información de carácter general a los estudiantes interesados:

- Inserciones publicitarias en la prensa diaria, informando sobre la apertura del plazo de admisión a las distintas enseñanzas de la Universidad CEU Cardenal Herrera.
- Acciones publicitarias en prensa, radio, exterior. etc.

Toda la información relativa al proceso de admisión se encontrará a disposición del alumnado en los medios Habituales de comunicación y promoción propios de la Universidad, especialmente en su página web, en donde la información está siempre actualizada. El uso de los formularios existentes en dicha web facilitará al estudiante el proceso de inscripción y matriculación sin tener que desplazarse físicamente al centro.

Por otro lado, toda información de interés a estudiantes presentes, así como a los demás grupos de interés, es pública y fácilmente accesible a través de la web de la universidad. A continuación, presentamos algunos enlaces al respecto con información pública:

Política y Objetivos de calidad:

<https://www.uchceu.es/conocenos/udec/politica-objetivos-calidad>

Documentos del Sistema de Aseguramiento Interno de Calidad:

<https://www.uchceu.es/conocenos/udec/sistema-aseguramiento-calidad>

Por último, se incluye también el enlace al manual de calidad relativo a la difusión de información cuyo objeto, tal y con en él se recoge, es el siguiente: establecer el modo en el que la Universidad CEU Cardenal Herrera hace pública la información actualizada relativa a las titulaciones que imparte y a las actividades sociales, culturales y de investigación que realiza, para conocimiento de sus grupos de interés.

<https://www.uchceu.es/docs/calidad/mapa-procesos/PC14-difusion-informacion.pdf>

8.3 ANEXOS

Ver Apartado 8: Anexo 1.

PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

RESPONSABLE DEL TÍTULO



CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
DECANO FACULTAD HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACION	JOSE MANUEL	AMIGUET	ESTEBAN
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
CARRER ASSEGADORS, 2	46115	Valencia/València	Alfara del Patriarca
EMAIL	FAX		
jamiguet@uchceu.es	961395272		
REPRESENTANTE LEGAL			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
RECTOR	HIGINIO	MARÍN	PEDREÑO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
CARRER ASSEGADORS, 2	46115	Valencia/València	Alfara del Patriarca
EMAIL	FAX		
udec@uchceu.es	961395272		
SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
DECANO FACULTAD HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACION	JOSE MANUEL	AMIGUET	ESTEBAN
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
CARRER ASSEGADORS, 2	46115	Valencia/València	Alfara del Patriarca
EMAIL	FAX		
udec@uchceu.es	961395272		

INFORME DEL SIGC

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



Apartado 1: Anexo 6

Nombre :Informe_aleg_II_justif_PUB.pdf

HASH SHA1 :B1D1220CAEAA0F837DAFF53524136843752163CB

Código CSV :925461362454719024288721

Ver Fichero: Informe_aleg_II_justif_PUB.pdf



Apartado 3: Anexo 1

Nombre :25-04-22 PUBLIC DOGV CONV COLAB PRIVADAS.pdf

HASH SHA1 :1E5C5591510545188A3E2306EF6D4A52DF5378AC

Código CSV :872636256173711567876790

Ver Fichero: 25-04-22 PUBLIC DOGV CONV COLAB PRIVADAS.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre :Planificac_acad_aleg_PUB.pdf

HASH SHA1 :F49B7B55B0661EDE216B09DFFD9C642980CEDA24

Código CSV :916066593920492104840873

Ver Fichero: Planificac_acad_aleg_PUB.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre :Personal académico_vd.pdf

HASH SHA1 :7AD55A583866E68183BFF6EBCADDA88B5D9D43B9

Código CSV :872887819949368307318863

Ver Fichero: Personal académico_vd.pdf



Apartado 5: Anexo 2

Nombre :Otros_rrhh_pub_vd.pdf

HASH SHA1 :127B7C9E9BC0AF0CDAF3BC4E0139F892B5996612

Código CSV :872887907354601295720505

Ver Fichero: Otros_rrhh_pub_vd.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre :Recursos Materiales - Publicidad_vd.pdf

HASH SHA1 :DFB1B690F4FAEEC595B62E46AA0236A65212894E

Código CSV :872895267932190620364379

Ver Fichero: Recursos Materiales - Publicidad_vd.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre : Calendario implantación - Publicidad.pdf

HASH SHA1 : C5F8F3EDC365C647099D2DB819E19D37750617E8

Código CSV : 872641193545013216460075

Ver Fichero: Calendario implantación - Publicidad.pdf



Apartado Informe del SIGC: Anexo 1

Nombre :Informe SAIC sustancial Publicidad y Relaciones Públicas.pdf

HASH SHA1 :D62071528C3BB04EADF3375A841B6B7B4529530B

Código CSV :872666134950795821535721

Ver Fichero: Informe SAIC sustancial Publicidad y Relaciones Públicas.pdf



