

## Descripción general del plan de estudios

El plan de estudios de Bachelor in Global Communication – Grado en Comunicación Internacional se estructura de la siguiente manera:

<b>CUADRO RESUMEN DE MATERIAS Y DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS ECTS SEGÚN TIPO DE MATERIA</b>		
<b>Tipo de Materia</b>	<b>ECTS</b>	<b>ECTS</b>
<b>Formación básica por ramas de conocimiento</b>		<b>72</b>
<i>Rama Ciencias sociales y jurídicas</i>	40	
<i>Rama Artes y Humanidades</i>	32	
<b>Formación básica por materias</b>		
<i>Materia: Comunicación</i>		
Teoría de la Comunicación / Communication Theory	6	
Comunicación digital / Digital Communication	6	
Producción multimedia / Multimedia Production	6	
Márketing, reputación y branding / Márketing, Reputation & Branding	6	
Comunicación estratégica en Inglés I / Communicating Strategically in English I	10	
<i>Materia: Historia</i>		
Historia de la Comunicación / History of Communication	6	
<i>Materia: Sociología</i>		
Globalización: Cultura y Sociedad / Global Society: Cultura y Sociedad	6	
Medios de comunicación en un entorno global / Media in a Global Environment	6	
<i>Materia: Idioma Moderno</i>		

Tercera lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués I / Third Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portuguese I	10	
Cuarta lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués I / Fourth Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portuguese I	10	
<b>Materias obligatorias</b>		<b>137</b>
<b>Materias optativas</b>		<b>13</b>
<b>Prácticas</b>		<b>12</b>
<b>Trabajo fin de grado</b>		<b>6</b>
<b>Total</b>		<b>240</b>

Como ya se ha destacado introductoriamente en el apartado dedicado a la justificación, el Bachelor in Global Communication – Grado en Comunicación Internacional está orientado hacia un **perfil integral** de desempeño profesional de la comunicación, orientado a ejercer sus funciones tanto en los espacios tradicionales como también en el **entorno internacional** en el que se mueven cada vez más las empresas, las instituciones y la comunicación política o de grupos de interés. Pretende **integrar la teoría y la práctica** en una visión de conjunto, para dotar a nuestros estudiantes de la capacidad de comprender el sentido de lo que van a hacer en el ejercicio de su profesión, cuáles son los problemas éticos que plantea, y los desafíos legales, morales y culturales a los que se va a enfrentar. En el Bachelor in Global Communication – Grado en Comunicación Internacional la reflexión teórica es indistinguible de la práctica profesional.

Por ello, el plan de estudios pone énfasis en:

1. Una **cimentación académica sólida** en los fundamentos disciplinares (Materia Fundamentos disciplinares).

2. Una formación en **conocimientos del entorno social globalizado** en el que se produce la comunicación en la actualidad (Materia Comunicación y sociedad global).
3. Una preparación instrumental práctica y orientada al futuro en las **tecnologías que la comunicación** requiere en la era digital (Materia Tecnología de las comunicación internacional).
4. Una **formación teórica y técnica en gestión de los subámbitos** de las relaciones públicas, la gestión de crisis, el branding, el marketing o la publicidad (Materia Gestión de la comunicación internacional)
5. Una preparación integral en aquellas **habilidades** que permiten ejercer la labor comunicativa de forma **estratégica** (Materia Habilidades de comunicación estratégica).
6. La integración de las competencias sectoriales, tecnológicas, estratégicas y de gestión en la aplicación en el **ámbito corporativo, institucional y político/de asuntos públicos**.
7. Una formación transversal en **capacitación de comunicar en cuatro lenguas extranjeras**. Los alumnos, al margen de la lengua española que deben dominar a nivel de lengua materna o bilingüe, se formarán en inglés a nivel avanzado y aplicado (sobre la base de un nivel B2 en la admisión) y aprenderán otras dos lenguas extranjeras de forma intensa a lo largo de los cuatro cursos (a elegir entre alemán, árabe, chino, francés y portugués) (Materia Comunicación en lenguas extranjeras).
8. En la línea de la identidad de la Universidad Pontificia Comillas, los alumnos **se formarán en valores** para realizar su profesión desde una deontología basada en el respeto, la verdad y la atención a la justicia social (Materia Formación en valores).

Los 90 alumnos que compondrán cada curso del Grado en Comunicación Internacional, se dividen en dos grupos de aproximadamente 45 alumnos con el fin de mejorar el aprendizaje en un grupo más reducido. Esta división no tiene efectos sobre la lengua de docencia, que es idéntica en los dos grupos.

Para sostener el carácter bilingüe del Grado en Comunicación Internacional, al menos el 80% de las asignaturas, que no son de enseñanza de idiomas, se impartirán en inglés (en ambos grupos). La decisión final de cuáles serán las

asignaturas que se impartirán en inglés y en español se tomará durante el proceso de planificación docente que se lleva a cabo entre los meses de enero y mayo para el siguiente curso académico. En todo caso, se garantizará que los profesores encargados de la docencia en inglés acreditarán un dominio al menos C1 de la lengua inglesa, bien a través de la presentación de títulos o certificados acreditativos o bien mediante la realización de las pruebas oportunas por parte del Instituto de Idiomas Modernos de la Universidad. Asimismo, los alumnos habrán tenido que acreditar al menos un nivel B2 del Marco Europeo de referencia para las lenguas durante las pruebas de admisión para ser admitidos en el Grado.

A través de las pruebas de admisión se garantiza que todos los alumnos inician sus estudios con un nivel C2 (materno o bilingüe) en español y al menos B2 en inglés. A través del trabajo continuado de la lengua inglesa en asignaturas específicas como Comunicación estratégica en inglés I y II (15 ECTS equivalente a 375 horas de trabajo del alumno) y como lengua vehicular en el 80% de las asignaturas que no son de enseñanza de idiomas, se asegura avanzar hasta un dominio al menos C1 y muy cercano al nivel C2 de la lengua inglesa.

En otras dos lenguas extranjeras de entre alemán, árabe, chino y portugués, los alumnos dedicarán 40 ECTS de formación específica práctica, lo que equivale a 1000 horas de trabajo del alumno en cada una de las lenguas a lo largo de los cuatro años de formación. Con ello se garantiza, de acuerdo con los tiempos estimados para la adquisición de determinados niveles de lenguas por parte de sistemas internacionales estandarizados de adquisición de lenguas extranjeras (sistema Cambridge, Confucio, Goethe o institutos y alianzas francesas) el dominio de al menos el nivel B2 en las dos lenguas elegidas por el alumno, en el caso de iniciarlo desde 0.

Dado que son numerosos los alumnos que son admitidos en la Universidad con conocimientos previos de francés o alemán, en estas dos lenguas se posibilita iniciar la formación en primer curso no sólo en el nivel A1 sino también en los niveles A2, B1 o B2 con lo que el nivel alcanzado tras cuatro años se situaría en el C1.1, C1.2 o C2.1, respectivamente.

## 5.2. Estructura del plan de estudios

El siguiente cuadro estructura las asignaturas por materias, con la respectiva asignación de competencias genéricas y específicas:

MATERIA	ASIGNATURAS	ECTS	TIPO	SEMESTRE	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	COMPETENCIAS GENÉRICAS
Fundamentos disciplinares	Teoría de la comunicación / Communication Theory	6	BA	1	<p>CE1 Conoce los orígenes y la evolución histórica de la comunicación y las principales corrientes y teorías que los formalizan los procesos comunicativos conceptual y metodológicamente.</p> <p>CE2 Sabe distinguir las diferentes formas de comunicación y sus funciones.</p> <p>CE3 Comprende y analiza los hechos y los problemas relevantes para la comunicación desde una perspectiva "global" (multicultural, multilingüe y transnacional).</p> <p>CE16 Comprende y valora la importancia de la comunicación desde la relación interpersonal (comunicación verbal y no verbal).</p> <p>CE17 Conoce y aplica los parámetros básicos de la comunicación intercultural en su ejercicio profesional en ámbitos culturales diversos.</p> <p>CE24 Conoce a nivel introductorio los métodos cualitativos y cuantitativos de las ciencias sociales, especialmente en el ámbito de las ciencias de la comunicación.</p>	1,4,5,7,8,17,18,19
	Historia de la Comunicación / History of Communication	6	BA	2		
	Comunicación estratégica: persuasión vs. información / Strategic Communication: Persuasion vs. Information	3	OB	1		
	Comunicación intercultural / Intercultural Communication	6	OB	5		
	Métodos de investigación social / Social Research Methods	3	OB	3		
Comunicación y sociedad global	Globalización: Cultura y Sociedad / Global Society & Global Culture	6	BA	3	<p>CE3 Comprende y analiza los hechos y los problemas relevantes para la comunicación desde una perspectiva "global" (multicultural, multilingüe y transnacional).</p> <p>CE4 Conoce el estado del mundo, comprende sus parámetros básicos políticos, sociales, culturales y económicos y lo analiza críticamente, en especial desde la perspectiva del impacto de la comunicación global.</p>	1,3,4,5,7,9,11,12,13,18,20
	Medios de comunicación en un entorno global / Media in a Global Environment	6	BA	4		
	Estudios regionales: Europa / Global Area Studies: Europe	5	OP	4		
	Estudios regionales: Estados Unidos / Global Area Studies: United States	5	OP	4		

	Estudios regionales: América Latina / Global Area Studies: Latin America	4	OP	5,6,7 u 8	CE5 Comprende la estructura de los principales medios de comunicación globales y conoce la manera en la que se elaboran, producen y difunden los contenidos comunicativos en un contexto global.	
	Estudios regionales: Asia / Global Area Studies: Asia	4	OP	5,6,7 u 8		
	Estudios regionales: África / Global Area Studies: Africa	4	OP	5,6,7 u 8		
	Estudios regionales: Oriente Medio / Global Area Studies: Middle East	4	OP	5,6,7 u 8		
<b>Comunicación en las organizaciones</b>	Comunicación institucional / Institutional Communication	6	OB	6	CE9 Es capaz de utilizar en los ámbitos corporativo, institucional y político las técnicas de comunicación y relaciones públicas (relaciones con los medios de comunicación, gestión de la identidad corporativa, mecenazgo, lobbismo, organización de acontecimientos, protocolo...) al servicio de determinados objetivos establecidos. CE23 Diseña propuestas de gestión de la comunicación estratégica en el ámbito profesional del título. CE27 Conoce los procesos y las estructuras organizativas de empresas e instituciones. CE28 Conoce los principios y las prácticas de la comunicación externa e interna de las empresas e instituciones. CE29 Conoce los principios y las prácticas de la comunicación política. CE31 Comprende la dinámica y el alcance del lobby y conoce los instrumentos para intervenir en sus procesos.	1,2,4,6,8,10.11.12.14. 15,16,17,20
	Comunicación corporativa / Corporate Communication	6	OB	6		
	Comunicación política y asuntos públicos / Political Communication and Public Affairs	6	OB	7		
<b>Gestión de la comunicación internacional</b>	Marketing, reputación y branding / Marketing, Reputation, Branding	6	BA	4	CE6 Conoce los fundamentos teóricos y prácticos del marketing y es capaz de aplicarlos al servicio de la gestión de la comunicación en su entorno profesional. CE7 Conoce los fundamentos teóricos de la gestión de las relaciones públicas.	1,2,4,5,6,9,10,11,12,13,15,16,17,18,20
	Relaciones públicas y publicidad / Public Relations & Advertising	6	OB	5		
	Comunicación de crisis / Crisis Communication	3	OB	7		

	Gestión de eventos y protocolo / Event Management and Protocol	3	OB	8	CE8 Sabe diseñar y evaluar proyectos comunicativos sectoriales y planes integrales de comunicación. CE9 Es capaz de utilizar en los ámbitos corporativo, institucional y político las técnicas de comunicación y relaciones públicas (relaciones con los medios de comunicación, gestión de la identidad corporativa, mecenazgo, lobbismo, organización de acontecimientos, protocolo...) al servicio de determinados objetivos establecidos. CE10 Conoce los fundamentos teóricos y prácticos de la gestión comunicativa en entornos y momentos de crisis y realiza propuestas para su solución. CE13 Conoce los fundamentos teóricos de la gestión de la publicidad. CE23 Diseña propuestas de gestión de la comunicación estratégica en el ámbito profesional del título.	
	Planificación integrada de la comunicación / Integrated Communications Planning	3	OB	6		
Tecnologías de la comunicación	Comunicación digital / Digital Communication	6	BA	1	CE11 Conoce las principales herramientas comunicativas del entorno digital y de las redes sociales para su entorno profesional. CE12 Conoce y aplica a nivel elemental las tecnologías para gestionar los contenidos del proceso comunicativo en diferentes entornos multimedia.	1,2,4,6,8,11,13
	Producción multimedia / Multimedia Production	6	BA	2	CE14 Es capaz de establecer relaciones entre imágenes y sonidos, desde el punto de vista estético y narrativo en los diferentes soportes y tecnologías audiovisuales. CE15 Conoce la estructura del medio digital, nuevas tendencias y los elementos de la narración digital o redacción no lineal y es capaz de comunicar siguiendo los aspectos formales y estéticos y el propio lenguaje de los nuevos soportes digitales. CE24 Conoce a nivel introductorio los métodos cualitativos y cuantitativos de las ciencias sociales, especialmente en el ámbito de las ciencias de la comunicación. CE30 Conoce las técnicas para la medición de la opinión pública, audiencias y similares y es capaz de interpretar los	
	Introducción al análisis de opinión pública y audiencias / Introduction to Public Opinion and Audience Analysis	3	OB	5		

					respectivos informes técnicos para incorporar sus resultados a la planificación estratégica de la comunicación.	
<b>Habilidades de comunicación estratégica</b>	Destrezas de comunicación estratégica: análisis del discurso / Strategic Communication Skills: Discourse Analysis	3	OB	2	CE3 Comprende y analiza los hechos y los problemas relevantes para la comunicación desde una perspectiva "global" (multicultural, multilingüe y transnacional).	1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,20
	Destrezas de comunicación estratégica: expresión escrita, framing y storytelling /Strategic Communication Skills: Framing, Writing & Storytelling	3	OB	3	CE9 Es capaz de utilizar en los ámbitos corporativo, institucional y político las técnicas de comunicación y relaciones públicas (relaciones con los medios de comunicación, gestión de la identidad corporativa, mecenazgo, lobbismo, organización de acontecimientos, protocolo...) al servicio de determinados objetivos establecidos.	
	Destrezas de comunicación estratégica: Retórica persuasiva y oratoria / Strategic Communication Skills: Persuasive Rhetoric & Public Speaking	3	OB	4	CE16 Comprende y valora la importancia de la comunicación desde la relación interpersonal (comunicación verbal y no verbal).	
	Destrezas de comunicación estratégica: Gestión y planificación organizacional / Strategic Communication Skills: Organizational Management & Planning	3	OB	5	CE18 Sabe analizar mensajes comunicativos y es capaz de escribir textos informativos y persuasivos en función de los soportes y de públicos objetivos.	
	Destrezas de comunicación estratégica: Liderazgo y toma de decisiones / Strategic Communication Skills: Leadership & Decision Making	3	OB	6	CE19 Conoce y aplica las técnicas de framing y storytelling para la comunicación internacional. CE20 Domina las normas de la retórica y las desarrolla con el fin de comunicar eficazmente en cuatro lenguas con interlocutores y públicos en situaciones y entornos variados. CE27 Conoce los procesos y las estructuras organizativas de empresas e instituciones.	
<b>Comunicación en lenguas extranjeras</b>	Comunicación estratégica en Inglés I / Communicating Strategically in English I	10	BA	1 y 2	CE3 Comprende y analiza los hechos y los problemas relevantes para la comunicación desde una perspectiva "global" (multicultural, multilingüe y transnacional).	1,4,5,9,13,14,18,19
	Comunicación estratégica en Inglés II / Communicating Strategically in English II	5	OB	3	CE17 Conoce y aplica los parámetros básicos de la comunicación intercultural en su ejercicio profesional en ámbitos culturales diversos.	
	Tercera lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués I / Third Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portuguese I	10	BA	1 y 2	CE18 Sabe analizar mensajes comunicativos y es capaz de escribir textos informativos y persuasivos en función de los soportes y de públicos objetivos.	



Cuarta lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués I / Fourth Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portugues e I	10	BA	1 y 2	<p>CE20 Domina las normas de la retórica y las desarrolla con el fin de comunicar eficazmente en cuatro lenguas con interlocutores y públicos en situaciones y entornos variados.</p> <p>CE21 Comunica a nivel oral y escrito (C1) en español e inglés.</p> <p>CE22 Comunica a nivel oral y escrito (mínimo B2) en las dos lenguas de elección obligada del alumno de entre alemán, árabe, chino, francés y portugués.</p>
Tercera lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués II / Third Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portugues e II	10	OB	3 y 4	
Cuarta lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués II / Fourth Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portugues e II	10	OB	3 y 4	
Tercera lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués III / Third Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portugues e III	10	OB	5 y 6	
Cuarta lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués III / Fourth Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portugues e III	10	OB	5 y 6	
Tercera lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués IV / Third Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portugues e IV	10	OB	7 y 8	
Cuarta lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués IV / Fourth Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portugues e IV	10	OB	7 y 8	

<b>Formación en valores</b>	Introducción al hecho religioso / Introduction to Religion	3	OB	3	<p>CE3 Comprende y analiza los hechos y los problemas relevantes para la comunicación desde una perspectiva "global" (multicultural, multilingüe y transnacional).</p> <p>CE26 Conoce el ordenamiento jurídico y los principios éticos de la comunicación.</p> <p>CE32 Conoce las principales tradiciones religiosas y culturales del mundo y su implicación en el ámbito de la comunicación.</p>	1,2,5,9,10,11,16,20,21
	Pensamiento social cristiano / Christian Social Thought	3	OB	7		
	Ética profesional / Professional Ethics	3	OB	8		
<b>Prácticas externas</b>	Prácticas externas / External Internship	12	PR	7 y 8	<p>CE25 Conoce y comprende la realidad de la comunicación en las organizaciones, instituciones y ámbito político, mediante la aplicación de los fundamentos teórico-prácticos adquirido por el alumno en las aulas.</p> <p>CE26 Conoce el ordenamiento jurídico y los principios éticos de la comunicación.</p> <p>CE27 Conoce los procesos y las estructuras organizativas de empresas e instituciones.</p>	1,2,3,4,6,,10,11,12,13,14,15,17,19,20
	Prácticas opcionales / Optional External Internship	4	OP	5 y 6		
<b>Trabajo Fin de Grado</b>	Trabajo Fin de Grado / Bachelor Thesis	6	TFG	8	<p>CE3 Comprende y analiza los hechos y los problemas relevantes para la comunicación corporativa, institucional y política desde una perspectiva "global" (multicultural, multilingüe y transnacional).</p> <p>CE9 Es capaz de utilizar en los ámbitos corporativo, institucional y político las técnicas de comunicación y relaciones públicas (relaciones con los medios de comunicación, gestión de la identidad corporativa, mecenazgo, lobbismo, organización de acontecimientos, protocolo...) al servicio de determinados objetivos establecidos.</p> <p>CE23 Diseña propuestas de gestión de la comunicación estratégica en el ámbito profesional del título.</p> <p>CE28 Conoce los principios y las prácticas de la comunicación externa e interna de las empresas e instituciones.</p> <p>CE29 Conoce los principios y las prácticas de la comunicación política.</p>	1,2,7,8,9,12,17,19

**Cuadro que representa la vinculación y relación entre competencias específicas-resultados de aprendizaje y materias-asignaturas-contenidos**

<b>COMPETENCIA ESPECÍFICA</b>	<b>RESULTADOS APRENDIZAJE</b>	<b>DE</b>	<b>MATERIA(S) VINCULADA(S)</b>	<b>ASIGNATURA(S) VINCULADA(S)</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<b>CE01 - Conoce los orígenes y la evolución histórica de la comunicación y las principales corrientes y teorías que los formalizan los procesos comunicativos conceptual y metodológicamente.</b>	RA1 Conoce las diversas teorías de la comunicación hasta su conceptualización más reciente.		<b>Fundamentos disciplinares</b>	<b>Historia de la comunicación (6 ECTS)</b>	Conocer y reflexionar críticamente acerca de la forma en la que se ha fijado y establecido la comunicación en algunos momentos críticos de la historia: el nacimiento de la comunicación política (Grecia); la simbología del poder (China); la comunicación mediante las imágenes (Edad Media cristiana, Contrarreforma); movimientos iconoclastas; la revolución de las imágenes (principios siglo XX, vanguardias); comunicación y propaganda ideológica (totalitarismos); comunicación interactiva y diversidad de fuentes comunicativas, entre otros.
	RA2 Elabora una reflexión crítica acerca de los principios en los que se basa la comunicación n en el mundo actual.			<b>Teoría de la comunicación (6 ECTS)</b>	Se ofrecerá una visión práctica y sistematizada de los elementos, las formas, los procesos y las estructuras de la comunicación. También se sistematizarán de forma práctica las diversas teorías de la comunicación hasta su conceptualización más reciente. Se trata de estimular una comprensión general y una reflexión crítica acerca de los principios en los que se basa la comunicación en el mundo actual, desde la reflexión sobre los mass media hasta las teorizaciones de la comunicación en un mundo globalizado e hiperconectado. También se tendrá en cuenta la reflexión acerca del impacto de la comunicación en las sociedades actuales. Así se proporcionará la base conceptual necesaria para entender la auténtica dimensión de las diversas formas de comunicación que se estudiarán en el Grado.
<b>CE02 - Sabe distinguir las diferentes formas de comunicación y sus funciones.</b>	RA1 Posee una visión práctica y sistematizada de las formas y los procesos de la comunicación		<b>Fundamentos disciplinares</b>	<b>Teoría de la comunicación (6 ECTS)</b>	Se ofrecerá una visión práctica y sistematizada de los elementos, las formas, los procesos y las estructuras de la comunicación. También se sistematizarán de forma práctica las diversas teorías de la comunicación hasta su conceptualización más reciente. Se trata de estimular una comprensión general y una reflexión crítica acerca de los principios en los que se basa la comunicación en el mundo actual, desde la reflexión sobre los mass media hasta las teorizaciones de la comunicación en un mundo globalizado e hiperconectado. También se tendrá en cuenta la reflexión acerca del impacto

	<p>RA2 Conoce, describe e interpreta los elementos y las funciones de la comunicación.</p> <p>RA3 Comprende y maneja los parámetros que le permiten distinguir y comparar las diferentes formas de comunicación y sus funciones.</p>			<p>de la comunicación en las sociedades actuales. Así se proporcionará la base conceptual necesaria para entender la auténtica dimensión de las diversas formas de comunicación que se estudiarán en el Grado</p>
			<p><b>Comunicación estratégica: persuasión vs. información (3 ECTS)</b></p>	<p>Se explorarán elementos fundamentales de la comunicación estratégica: cómo comunicar, cómo persuadir y cómo hacerlo éticamente, con el objetivo básico de concienciar a los alumnos en relación a la intersección entre información, comunicación y significado. Se examinarán teorías de persuasión para comprender cómo la persuasión altera actitudes y comportamientos. También se tratarán dos cuestiones más generales: la cuestión ética de los límites de la persuasión lícita y la cuestión pedagógica de si la capacidad de persuadir puede ser aprendida o es innata.</p>
<p><b>CE03 - Comprende y analiza los hechos y los problemas relevantes para la comunicación desde una perspectiva "global" (multicultural, multilingüe y transnacional).</b></p>	<p>RA1 Tiene conocimientos globales sobre la geografía, historia y política de los países donde se hablan las distintas lenguas.</p> <p>RA2 Es consciente de las diferencias culturales en el mundo.</p> <p>RA3 Detecta y analiza referencias o particularidades culturales específicos de cada lengua.</p> <p>RA4 Es consciente y analiza las distintas convenciones, normas sociales y sabe desenvolverse en situaciones interculturales.</p> <p>RA5 Detecta y analiza distintas formas de expresión idiomática relacionadas con distintas formas de pensar y de</p>	<p><b>Fundamentos disciplinares</b></p>	<p><b>Comunicación intercultural (6 ECTS)</b></p>	<p>En nuestro mundo globalizado, la competencia intercultural es imprescindible tanto para el ejercicio profesional en un entorno internacional como para comunicar de forma eficaz a públicos culturalmente diversos. Por ello, se abordarán los diferentes problemas que se plantean en la comunicación entre interlocutores pertenecientes a culturas diferentes, y se desarrollará la competencia intercultural en los diferentes ámbitos profesionales del perfil del egresado que le permita desenvolverse adecuadamente en diferentes situaciones de comunicación intercultural. El alumno comprenderá la diversidad cultural y social como un fenómeno humano y como una fuente de riqueza, mostrando interés por el conocimiento de otras culturas, propiciando contextos relacionales inclusivos ante la diversidad y respetando la diversidad cultural. Aprenderá a observar la cultura extranjera desde su propia cultura, estableciendo comparaciones y adoptando una distancia que le permita desempeñar una función de mediador entre ambas. Desarrollará estrategias para relacionarse y comunicar de forma efectiva en entornos interculturales.</p>
		<p><b>Comunicación y sociedad global</b></p>	<p><b>Globalización: cultura y sociedad (6 ECTS)</b></p>	<p>Se reflexionará críticamente acerca de la realidad globalizada en la que vive el alumno, y en la que va a vivir, con mayor intensidad aún, en su vida adulta como profesional de la comunicación. La realidad de la globalización será analizada en sus dimensiones económicas, políticas y tecnológicas, pero sobre todo en lo cultural: la elección y la creación de la identidad, la sociedad del riesgo, individualismo y comunitarismo, identidades colectivas y grupos sociales. El estudiante analizará y comprenderá, mediante casos prácticos, hasta qué punto la globalización cultural y social es un proceso que afecta estructuralmente al ejercicio de su profesión.</p>

	organizar las ideas en su entorno cultural y lingüístico y en aquellos relacionados con las lenguas mundiales que estudia.		<b>Estudios regionales (optativas de 4-5 ECTS)</b>	Realidad social, política y económica de las principales áreas geopolíticas del mundo, como son Europa, Estados Unidos, América Latina, Asia, África y Oriente Medio. Conocerán las razones que explican la situación actual en estas áreas y serán capaces de identificar y analizar las principales tendencias y retos a los que se enfrentan sus sociedades a corto, medio y largo plazo.
	RA6 Es capaz de comprender y analizar hasta qué punto la globalización cultural y social es un proceso que afecta estructuralmente al ejercicio de su profesión.	<b>Habilidades de comunicación estratégica</b>	<b>Destrezas de comunicación estratégica: análisis del discurso (3 ECTS)</b>	Enseñanza avanzada de cómo pensar y razonar habida cuenta de que el análisis de discurso es reconocido como destreza crucial en muchas disciplinas y, en especial, en el ámbito de la comunicación. Se trata de aprender a identificar los componentes de un discurso tanto oral como escrito que hacen comprensible su contenido y su efecto (contexto, tema principal y secundario, agentes implicados). El alumno avanzará en la capacidad de analizar el contenido menos tangible: La ideología, valores o aspectos culturales, los recursos lingüísticos utilizados, la argumentación del texto y las técnicas de persuasión empleadas o las estrategias de apoyo utilizadas para obtener como herramienta un modelo de análisis capaz de relacionar todos los elementos analizados y valorar sus consecuencias. Para obtener una visión amplia de la aplicación del análisis de discurso el alumno estudiará los principales enfoques teóricos (Norman Fairclough, Michel Foucault, Teun van Dijk) como apoyo a las prácticas.
	RA7 Es capaz de identificar y analizar las principales tendencias y retos a los que se enfrentan las sociedades, en los entornos culturales y lingüísticos estudiados, a corto, medio y largo plazo.	<b>Comunicación en lenguas extranjeras</b>	<b>Asignaturas de formación práctica en lenguas extranjeras</b>	En lengua inglesa, los alumnos inician sus estudios con un nivel mínimo equivalente a un B1 consolidado del MECR y se tratan los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas y estrategias que permitan una mayor eficacia comunicativa en el uso de la lengua inglesa en su futuro desempeño profesional.</li> <li>• Recursos verbales y no verbales para favorecer la eficacia en la comunicación en lengua inglesa</li> <li>• Compensación de los fallos producidos por la interferencia entre varias lenguas</li> <li>• Relación entre el sistema de la lengua, los interlocutores y el contexto discursivo</li> <li>• Producción y comprensión de expresiones lingüísticas en inglés en diferentes contextos</li> <li>• Relación entre los interlocutores, sus intenciones comunicativas y las normas y convenciones del evento comunicativo</li> <li>• Técnicas y estrategias que permitan una mayor eficacia comunicativa en el uso especializado de la lengua inglesa en su futuro desempeño profesional</li> </ul> En el caso de alemán, árabe, chino, francés y portugués, el alumno opta por dos de las lenguas ofertadas. Los contenidos que se introducen con una progresión de dificultad cada vez más mayor son los siguientes:

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gramática general según el idioma, ortografía, puntuación, escritura, división textual</li> <li>• Lectura, análisis y síntesis textual, revisión textual</li> <li>• Ejercicios de escucha con material auditivo y audiovisual</li> <li>• Redacción sobre distintos temas generales, culturales y diferentes ámbitos, según el nivel</li> <li>• Comunicación oral y conversación personal, en diferentes contextos</li> <li>• Presentación oral en público</li> <li>• Edición de textos en diferentes registros y ámbitos con una progresión cada vez más avanzada</li> <li>• Lenguaje verbal y no verbal según el idioma</li> <li>• Elementos de interferencia intercultural según el idioma</li> <li>• Distintos estilos de escritura: descripción, narración, ensayo, resumen, redacción de cartas, de informes, de noticias etc.</li> <li>• Preparación y participación en debates</li> <li>• Análisis de textos y discursos auténticos que se estudian según su vocabulario y especialmente según factores culturales como preparación para la expresión oral y escrita.</li> </ul>
		<b>Formación en valores</b>	<b>Introducción al hecho religioso (3 ECTS)</b>	Historia de las religiones: Islam, Cristianismo, Judaísmo. Ecumenismo y diálogo interreligioso. La diversidad cultural y la pluralidad del hecho religioso. Conflictos, dilemas y problemas éticos. El problema de la violencia. Diferencias entre códigos culturales.
		<b>Trabajo Fin de Grado</b>	<b>Trabajo Fin de Grado (6 ECTS)</b>	El Trabajo Fin de Grado pretende tanto testar la adquisición de competencias como llevar ésta a otro nivel a través de una aplicación intensa de las mismas, en forma de una labor de investigación y generación de conocimiento que responda a criterios académicos exigentes y rigurosos. Los alumnos realizarán este trabajo en torno a cualquiera de las grandes cuestiones abordadas en el grado, bajo la supervisión de un director y disponiendo para ello de normas e indicaciones concretas. Por la naturaleza del título, si bien el objetivo último de la asignatura es la realización de un trabajo de raigambre académica, se buscará que en este prime una dimensión tanto práctica como profesionalizante. El alumno utilizará bibliografía y fuentes necesarias para trabajar en el campo de la comunicación global y realizará un análisis sofisticado de información cualitativa y/o cuantitativa. Sobre la base de la aplicación con rigor de las competencias adquiridas en el campo de la comunicación global demostrará ser capaz de diseñar con precisión argumentos y planteamientos complejos.

<p><b>CE04 - Conoce el estado del mundo, comprende sus parámetros básicos políticos, sociales, culturales y económicos y lo analiza críticamente, en especial desde la perspectiva del impacto de la comunicación global.</b></p>	<p>RA1 Conoce los rasgos generales del funcionamiento económico, social y político de las grandes regiones del mundo.</p> <p>RA2 Valora la importancia del contexto económico, empresarial e institucional en la formación y consolidación de medios de comunicación.</p> <p>RA3 Entiende la importancia de las variables socioculturales y lingüísticas globales en la formulación de procesos de comunicación, y es capaz de analizarlas de manera crítica.</p>	<p><b>Comunicación y sociedad global</b></p>	<p><b>Globalización: cultura y sociedad (6 ECTS)</b></p>	<p>Se reflexionará críticamente acerca de la realidad globalizada en la que vive el alumno, y en la que va a vivir, con mayor intensidad aún, en su vida adulta como profesional de la comunicación. La realidad de la globalización será analizada en sus dimensiones económicas, políticas y tecnológicas, pero sobre todo en lo cultural: la elección y la creación de la identidad, la sociedad del riesgo, individualismo y comunitarismo, identidades colectivas y grupos sociales. El estudiante analizará y comprenderá, mediante casos prácticos, hasta qué punto la globalización cultural y social es un proceso que afecta estructuralmente al ejercicio de su profesión.</p>
			<p><b>Estudios regionales (optativas de 4-5 ECTS)</b></p>	<p>Realidad social, política y económica de las principales áreas geopolíticas del mundo, como son Europa, Estados Unidos, América Latina, Asia, África y Oriente Medio. Conocerán las razones que explican la situación actual en estas áreas y serán capaces de identificar y analizar las principales tendencias y retos a los que se enfrentan sus sociedades a corto, medio y largo plazo.</p>
			<p><b>Medios de comunicación en un entorno global (6 ECTS)</b></p>	<p>Se pretende acercar a los alumnos al moderno entramado de medios de comunicación a escala global, así como a las distintas dimensiones y circunstancias relacionadas con la mundialización de los procesos de comunicación periodística. Se trabajarán conceptos esenciales que definen la estructura y los procesos de los medios de comunicación (medios escritos y audiovisuales, redes globales y cadenas televisivas transnacionales). Globalización y creciente carácter transnacional de los medios, influyendo en los movimientos de capitales y de personas y transformando ideas. Análisis de las nuevas corrientes y prácticas en la creación de espacios transnacionales interconectados. Modelos de políticas de comunicaciones y su evolución. Contexto cultural, económico y político. Relaciones entre medios y audiencias y la construcción de nuevos significados sociales. Nueva estructura global de los medios, su proyección a nuevos espacios y públicos así como los cambios culturales que implican. Principales cadenas líderes de carácter transnacional. Análisis de canales de televisión transfronterizos, canales de noticias internacionales. Principales productoras internacionales. Estrategias de expansión internacional de los principales canales. Interacción entre los distintos sistemas políticos y los medios de comunicación.</p>

<p><b>CE05 - Comprende la estructura de los principales medios de comunicación globales y conoce la manera en la que se elaboran, producen y difunden los contenidos comunicativos en un contexto global.</b></p>	<p>RA1 Conoce las características y de los principales medios de comunicación globales y sus estrategias de comunicación.</p> <p>RA2 Comprende la distinta fundamentación de los medios públicos y privados a escala global.</p> <p>RA3 Valora la importancia de nuevas formas de comunicación en la era digital.</p> <p>RA4 Conoce los procesos internos de los grandes medios en la producción de contenidos informativos.</p> <p>RA5 Reconoce las diferencias de estos procesos entre medios nacionales y medios de alcance global.</p> <p>RA6 Comprende la interacción entre los distintos sistemas políticos y los medios de comunicación.</p> <p>RA7 Valora la importancia del contexto económico, empresarial e institucional en la formación y consolidación de medios de comunicación.</p>	<p><b>Comunicación y sociedad global</b></p>	<p><b>Medios de comunicación en un entorno global (6 ECTS)</b></p>	<p>Se pretende acercar a los alumnos al moderno entramado de medios de comunicación a escala global, así como a las distintas dimensiones y circunstancias relacionadas con la mundialización de los procesos de comunicación periodística. Se trabajarán conceptos esenciales que definen la estructura y los procesos de los medios de comunicación (medios escritos y audiovisuales, redes globales y cadenas televisivas transnacionales). Globalización y creciente carácter transnacional de los medios, influyendo en los movimientos de capitales y de personas y transformando ideas. Análisis de las nuevas corrientes y prácticas en la creación de espacios transnacionales interconectados. Modelos de políticas de comunicaciones y su evolución. Contexto cultural, económico y político. Relaciones entre medios y audiencias y la construcción de nuevos significados sociales. Nueva estructura global de los medios, su proyección a nuevos espacios y públicos así como los cambios culturales que implican. Principales cadenas líderes de carácter transnacional. Análisis de canales de televisión transfronterizos, canales de noticias internacionales. Principales productoras internacionales. Estrategias de expansión internacional de los principales canales. Interacción entre los distintos sistemas políticos y los medios de comunicación.</p>
<p><b>CE06 - Conoce los fundamentos teóricos y prácticos del marketing y es capaz de aplicarlos al servicio de la gestión de la comunicación en su entorno profesional.</b></p>	<p>RA1 Está familiarizado con los temas que se tratan dentro del campo del marketing.</p> <p>RA2 Conoce los elementos generales que definen el marketing como disciplina, así como de la gestión en el campo del marketing.</p> <p>RA3 Es capaz de proyectar los</p>	<p><b>Gestión de la comunicación internacional</b></p>	<p><b>Marketing, reputación y branding (6 ECTS)</b></p>	<p>Conceptos y ámbitos del marketing: Concepto de marketing; marketing estratégico y marketing operativo. Evolución de la función de marketing en la empresa. Planificación de marketing: análisis de la situación; establecimiento de objetivos; diseño de estrategias; planes de acción, control. Análisis de mercado y demanda: análisis del mercado; clasificación del mercado; conceptos básicos de la demanda; medición, explicación y pronóstico de la demanda. Análisis del entorno y la competencia. El comportamiento del consumidor: la importancia del comportamiento del consumidor en la estrategia de marketing; factores externos que afectan al comportamiento del consumidor; factores internos que afectan al comportamiento del consumidor; el proceso de decisión de "compra". Investigación comercial: tipos; el proceso de investigación de mercados; la marca como fuente de ventaja competitiva; la política y gestión de marca. La internacionalización de la marca. Visión</p>



	<p>conocimientos de marketing orientado a la comunicación en un objetivo tangible y práctico.</p> <p>RA4 Entiende la importancia del marketing communications en la planificación integral de planes de comunicación.</p>			<p>estratégica de las marcas globales. Identidad y valor de marca. Identidad de marca e imagen. Identidad de marca y posicionamiento.</p>
<p><b>CE07 - Conoce los fundamentos teóricos de la gestión de las relaciones públicas.</b></p>	<p>RA1 Conoce los temas que se tratan dentro del campo de las relaciones públicas.</p> <p>RA2 Entiende los factores relevantes a tener en cuenta en el diseño de estrategias de las relaciones públicas.</p> <p>RA3 Estará habilitado para identificar los públicos de interés de la organización y el perfil de los mismos.</p>	<p><b>Gestión de la comunicación internacional</b></p>	<p><b>Relaciones públicas y publicidad (6 ECTS)</b></p>	<p>Introducción teórico-práctica a las relaciones públicas, así como a sus estructuras organizativas. Fundamentos y práctica de las relaciones públicas en empresas e instituciones. Principios para la resolución de problemas básicos de relaciones públicas. Las Relaciones Públicas como un subsistema de la organización. Los departamentos de Relaciones Públicas. Las agencias de Relaciones Públicas. Las Relaciones Públicas y la eficiencia de la organización. Principios para la resolución de problemas básicos de relaciones públicas. Visión de conjunto y aproximación conceptual a la Publicidad. Estructura básica del mercado publicitario. Proceso general de planificación de las campañas de publicidad.</p>
<p><b>CE08 - Sabe diseñar y evaluar proyectos comunicativos sectoriales y planes integrales de comunicación.</b></p>	<p>RA1. Entiende los mecanismos a seguir para lograr un proyecto comunicativo viable</p> <p>RA2 Sabe utilizar eficazmente los medios de comunicación al servicio de los objetivos comunicativos de la organización</p> <p>RA3 Establece unos objetivos claros en el proceso de diseño y evaluación de proyectos comunicativos sectoriales</p> <p>RA4 Dispone del conocimiento técnico y las herramientas metodológicas para</p>	<p><b>Gestión de la comunicación internacional</b></p>	<p><b>Planificación integrada de la comunicación (3 ECTS)</b></p>	<p>La gestión comunicativa en el entorno corporativo, institucional o político requiere una planificación estratégica integral de todos los elementos de comunicación externa e interna de los que se responsabiliza en la práctica habitual un DirCom. Resultado imprescindible de la planificación y base a su vez de la implementación de la política comunicativa es un Plan estratégico de comunicación integral, que estructura de forma coherente y completa la comunicación corporativa, la comunicación interna, la comunicación de crisis, las relaciones públicas y la RSC. El Plan de Comunicación es un factor crucial para la consecución de determinados logros y para ser capaces de integrar las estrategias y tácticas de los Planes de Marketing y Social Media, así como para controlar y medir el éxito de dichos objetivos. La asignatura proporcionará al alumno el conocimiento técnico y las herramientas metodológicas para establecer planes integrales de comunicación en entornos profesionales diversos.</p>

	establecer planes integrales de comunicación en entornos profesionales diversos			
<b>CE09 - Es capaz de utilizar en los ámbitos corporativo, institucional y político las técnicas de gestión de la comunicación y relaciones públicas (relaciones con los medios de comunicación, gestión de la identidad corporativa, mecenazgo, lobbismo, organización de acontecimientos, protocolo...) al servicio de determinados objetivos establecidos.</b>	RA1 Entiende el funcionamiento orgánico de la comunicación en los diversos entornos organizacionales. RA2 Aplica con eficacia los conocimientos sectoriales a los procesos comunicativos en entornos organizativos complejos.	<b>Comunicación en las organizaciones</b>	<b>Comunicación corporativa (6 ECTS)</b>	El papel de la comunicación en las organizaciones . El DirCom: responsabilidad y funciones. Herramientas y estrategias teórico-prácticas para la gestión de la comunicación. Gestión de identidad, personalidad y cultura corporativa. Imagen corporativa. Marca y reputación corporativa. Relaciones con los medios de comunicación. Relaciones con los stakeholders. Relación con los empleados: tipos, planes y técnicas de comunicación interna. Patrocinio, mecenazgo y RSC: Naturaleza. Concepto. Su papel en las organizaciones. Dimensiones y normativa.
	RA3 Es capaz de desarrollar estrategias de relaciones públicas con los stakeholders de referencia de la organización y liderar la relación con los mismos.		<b>Comunicación institucional (6 ECTS)</b>	Características específicas de las administraciones públicas frente a las empresas. Especificidades de la comunicación en el entorno institucional público. El ciudadano como audiencia. Dimensiones de la comunicación institucional. El modelo comunicativo. Planes de comunicación institucional: el análisis del entorno. Las herramientas y los recursos. La diplomacia pública. Comunicación en organizaciones no gubernamentales. Comunicación en el entorno de los organismos internacionales. Imagen exterior de países y organizaciones internacionales y supranacionales. Marca País.
	RA4 Es flexible y hábil en la comunicación vertical y horizontal		<b>Comunicación política y asuntos públicos (6 ECTS)</b>	Reflexión práctica sobre las técnicas y estrategias utilizadas para la gestión de la comunicación política, tanto en su dimensión electoral como no electoral. La relación entre la política y la comunicación. Los actores y los contenidos de la comunicación política. Marketing Político. La relación entre políticos y periodistas. La cobertura de la información política. El análisis del contexto electoral. Elaboración del mensaje electoral. Recursos para comunicar el mensaje electoral Diseño de campañas electorales, gestión estratégica de la comunicación política institucional, la mediación del mensaje político a través de los diferentes medios, efectos de la comunicación política sobre las audiencias. Los efectos de los debates electorales. Los efectos de los anuncios políticos en televisión y de los nuevos medios. <b>Networking</b> . Planificación estratégica de campañas de lobby
RA5 Está familiarizado con las normas y técnicas básicas que rigen el protocolo y la organización de eventos para poder llevar a cabo su aplicación en casos reales, en función del público destinatario y repercusión que se quiere obtener con el mismo.				

	RA6 Posee unos conocimientos lingüísticos multilingües sólidos y los sabe aplicar en cada situación, desde la perspectiva de las relaciones públicas y del protocolo.	<b>Habilidades de comunicación estratégica</b>	<b>Destrezas de comunicación estratégica: Gestión y planificación organizacional (3 ECTS)</b>	Herramientas y técnicas de la gestión de procesos organizativos, la elaboración de objetivos, la estructuración y programación estratégica y temporal de los pasos para conseguirlos y la integración y utilización eficaz y participativa de los recursos humanos y materiales disponibles. Se pondrá especial énfasis en la concienciación del carácter fundamental y la capacitación para trabajar en equipo, tanto a nivel micro (compañeros de trabajo) como macro (comunidades virtuales amplias). El alumno aprenderá a que su trabajo es siempre trabajo en equipo y a participar, delegar, coordinar y gestionar y solucionar conflictos de forma responsable.
			<b>Destrezas de comunicación estratégica: liderazgo y toma de decisiones (3 ECTS)</b>	Concienciación de cómo se toman decisiones y aprenda, en segundo lugar, a tomarlas mejor. Al mismo tiempo se trata de descubrir las capacidades de liderazgo que el alumno ya posee y trabajar para mejorarlas. Inherentes a ambos elementos de la dirección estratégica está la capacidad de negociación que será abordada de forma sucinta en la asignatura. Los alumnos aprenderán a gestionar personas y equipos y también a liderarse a sí mismos. Asimismo se incidirá sobre la percepción por parte de otros de determinados tipos de liderazgo y líderes. Sobre la base de un conocimiento sólido de las actuales teorías en este campo, los alumnos serán capaces de identificar buenas prácticas de liderazgo y toma de decisiones y de incorporarlas progresivamente a su propio saber hacer.
		<b>Gestión de la comunicación internacional</b>	<b>Marketing, reputación y branding (6 ECTS)</b>	Conceptos y ámbitos del marketing: Concepto de marketing; marketing estratégico y marketing operativo. Evolución de la función de marketing en la empresa. Planificación de marketing: análisis de la situación; establecimiento de objetivos; diseño de estrategias; planes de acción, control. Análisis de mercado y demanda: análisis del mercado; clasificación del mercado; conceptos básicos de la demanda; medición, explicación y pronóstico de la demanda. Análisis del entorno y la competencia. El comportamiento del consumidor: la importancia del comportamiento del consumidor en la estrategia de marketing; factores externos que afectan al comportamiento del consumidor; factores internos que afectan al comportamiento del consumidor; el proceso de decisión de "compra". Investigación comercial: tipos; el proceso de investigación de mercados; la marca como fuente de ventaja competitiva; la política y gestión de marca. La internacionalización de la marca. Visión estratégica de las marcas globales. Identidad y valor de marca. Identidad de marca e imagen. Identidad de marca y posicionamiento.
			<b>Relaciones públicas y publicidad (6 ECTS)</b>	Introducción teórico-práctica a las relaciones públicas, así como a sus estructuras organizativas. Fundamentos y práctica de las relaciones públicas en empresas e instituciones. Principios para la resolución de problemas básicos de relaciones públicas. Las Relaciones Públicas como un subsistema de la organización. Los departamentos de Relaciones Públicas. Las agencias de Relaciones Públicas. Las Relaciones Públicas y la eficiencia de la organización. Principios para la resolución de problemas básicos de relaciones públicas. Visión de conjunto y aproximación conceptual a la

				Publicidad. Estructura básica del mercado publicitario. Proceso general de planificación de las campañas de publicidad.
			<b>Comunicación de crisis (3 ECTS)</b>	La posibilidad de sufrir una situación de crisis afecta a cualquier entidad, sea pública o privada. Estas crisis pueden comprometer la imagen y reputación de las organizaciones, su posición en el mercado y, en último término, incluso su propia supervivencia en el tiempo. En este contexto, la comunicación es un factor clave en la gestión de estas situaciones, puesto que puede contribuir decisivamente a limitar su impacto negativo. Al final de la asignatura, el alumno sabrá identificar y detectar posibles situaciones de crisis informativas en las organizaciones vinculadas a sus actividades principales y/o secundarias; elaborar planes de comunicación de crisis y manuales de crisis que ayuden a la organización a estar prevenida ante este tipo de situaciones y, cuando se produzcan, a poder afrontarlas de la mejor manera posible; gestionar la relación con los medios de comunicación en situaciones de crisis; y gestionar situaciones de crisis en el entorno on-line.
			<b>Gestión de eventos y protocolo (3 ECTS)</b>	En las tareas de comunicación y marketing communications de las empresas e instituciones ocupa un lugar destacado la organización de eventos dirigidos tanto a sus públicos internos como externos. En este contexto, adquiere especial relevancia el conocimiento de las normas y técnicas de protocolo, que permiten sacar el máximo provecho de estos eventos desde el punto de vista de imagen corporativa, promoción, reputación y valor para la organización. En este sentido, la asignatura tiene como objetivo hacer comprender la importancia estratégica del protocolo y la correcta organización de eventos en la política de comunicación/marketing de una entidad y en la generación de su imagen corporativa. El alumno sabrá integrar y alinear el protocolo en el marco de la política de comunicación/marketing de la entidad sobre la base de estar familiarizado con las normas y técnicas básicas que rigen el protocolo y la organización de eventos para poder llevar a cabo su aplicación en casos reales, en función del público destinatario y repercusión que se quiere obtener con el mismo.
			<b>Planificación integrada de la comunicación (3 ECTS)</b>	La gestión comunicativa en el entorno corporativo, institucional o político requiere una planificación estratégica integral de todos los elementos de comunicación externa e interna de los que se responsabiliza en la práctica habitual un DirCom. Resultado imprescindible de la planificación y base a su vez de la implementación de la política comunicativa es un Plan estratégico de comunicación integral, que estructura de forma coherente y completa la comunicación corporativa, la comunicación interna, la comunicación de crisis, las relaciones públicas y la RSC. El Plan de Comunicación es un factor crucial para la consecución de determinados logros y para ser capaces de integrar las estrategias y tácticas de los Planes de Marketing y Social Media, así como para controlar y medir el éxito de dichos objetivos. La asignatura

				proporcionará al alumno el conocimiento técnico y las herramientas metodológicas para establecer planes integrales de comunicación en entornos profesionales diversos.
		<b>Trabajo Fin de Grado</b>	<b>Trabajo Fin de Grado (6 ECTS)</b>	El Trabajo Fin de Grado pretende tanto testar la adquisición de competencias como llevar ésta a otro nivel a través de una aplicación intensa de las mismas, en forma de una labor de investigación y generación de conocimiento que responda a criterios académicos exigentes y rigurosos. Los alumnos realizarán este trabajo en torno a cualquiera de las grandes cuestiones abordadas en el grado, bajo la supervisión de un director y disponiendo para ello de normas e indicaciones concretas. Por la naturaleza del título, si bien el objetivo último de la asignatura es la realización de un trabajo de raigambre académica, se buscará que en este prime una dimensión tanto práctica como profesionalizante. El alumno utilizará bibliografía y fuentes necesarias para trabajar en el campo de la comunicación global y realizará un análisis sofisticado de información cualitativa y/o cuantitativa. Sobre la base de la aplicación con rigor de las competencias adquiridas en el campo de la comunicación global demostrará ser capaz de diseñar con precisión argumentos y planteamientos complejos.
<b>CE10 - Conoce los fundamentos teóricos y prácticos de la gestión comunicativa en entornos y momentos de crisis y realiza propuestas para su solución.</b>	<p>RA1 Es capaz de identificar y detectar posibles situaciones de crisis informativas en las organizaciones vinculadas a sus actividades principales y/o secundarias.</p> <p>RA2 Es capaz de elaborar planes de comunicación de crisis y manuales de crisis que ayuden a la organización a estar prevenida ante este tipo de situaciones y, cuando se produzcan, a poder afrontarlas de la mejor manera posible.</p> <p>RA3 Es capaz de gestionar y orientar la relación con los medios de comunicación en situaciones de crisis y gestionar situaciones de crisis en el entorno on-line.</p>	<b>Gestión de la comunicación internacional</b>	<b>Comunicación de crisis (3 ECTS)</b>	La posibilidad de sufrir una situación de crisis afecta a cualquier entidad, sea pública o privada. Estas crisis pueden comprometer la imagen y reputación de las organizaciones, su posición en el mercado y, en último término, incluso su propia supervivencia en el tiempo. En este contexto, la comunicación es un factor clave en la gestión de estas situaciones, puesto que puede contribuir decisivamente a limitar su impacto negativo. Al final de la asignatura, el alumno sabrá identificar y detectar posibles situaciones de crisis informativas en las organizaciones vinculadas a sus actividades principales y/o secundarias; elaborar planes de comunicación de crisis y manuales de crisis que ayuden a la organización a estar prevenida ante este tipo de situaciones y, cuando se produzcan, a poder afrontarlas de la mejor manera posible; gestionar la relación con los medios de comunicación en situaciones de crisis; y gestionar situaciones de crisis en el entorno on-line.

	RA4 Tiene un amplio repertorio de estrategias y es capaz de seleccionar la estrategia más adecuada según las exigencias de cada situación.			
<b>CE11 - Conoce las principales herramientas comunicativas del entorno digital y de las redes sociales para su entorno profesional.</b>	RA1 Conoce y maneja, a nivel de básico, las principales herramientas comunicativas al alcance del profesional de la comunicación en la era 2.0 y 3.0 para la generación y gestión de contenidos en diferentes dispositivos.	<b>Tecnologías de la comunicación</b>	<b>Comunicación digital (6 ECTS)</b>	Tecnología y Sociedad: las TIC; los sistemas de transmisión, almacenamiento y reproducción de la información; la digitalización de la información; Internet: desarrollo y expansión. Nuevos soportes para nuevas formas de comunicación: la tecnología en la red de redes; comunicación través de los dispositivos móviles; televisión digital y apps; Interconexión a través del ocio y el entretenimiento; los medios sociales; blogs; redes sociales. La interactividad de los contenidos: de la Web 2.0. al 3.0; nuevos sistemas de publicación en la red; nuevas plataformas de navegación. Estilos y formatos; contenidos interactivos en los sistemas audiovisuales; estrategias Crossmedia y Transmedia. Estructuras de la información en la Web: retículas en la red; lectura vertical y horizontal; adaptación de los contenidos a los diferentes soportes de la comunicación; claves visuales para optimizar la comunicación. La convergencia digital: complementariedad de soportes; una comunicación multimedia.
	RA2 Desarrolla una visión crítica acerca de los contenidos de las modernas formas de comunicación combinadas e interactivas (multimedia) y de los nuevos soportes digitales a través de la comprensión de su lenguaje específico, así como de sus procedimientos de creación, producción y comercialización.		<b>Producción multimedia (6 ECTS)</b>	Desarrollar la capacidad crítica para comunicar eficazmente informaciones relevantes mediante diversos formatos multimedia. Reflexión sobre la naturaleza de la producción multimedia: combinación de texto, arte gráfico, sonido, animación y video, en sus distintas fases. Competencias básicas de producción multimedia: conocimientos técnicos y narrativos básicos pero suficientes para poder diseñar y planificar contenidos multimedia en diferentes soportes transmedia, empleando las herramientas adecuadas. Adquisición de destrezas propias de la transmisión de mensajes 2.0. Análisis y manejo del lenguaje propio de las modernas formas combinadas e interactivas de medios de comunicación (narración no lineal, la narrativa hipermedia o la narración interactiva). Desarrollo de los fundamentos técnicos
	RA3 Comprende el funcionamiento y alcance de los recursos de comunicación digital y es capaz de elegirlos estratégicamente para diseñar y llevar a cabo un plan en base a determinados objetivos.			

				básicos que permitan al alumno afrontar las asignaturas aplicadas de cursos más avanzados.
<b>CE12 - Conoce y aplica a nivel elemental las tecnologías para gestionar los contenidos del proceso comunicativo en diferentes entornos multimedia.</b>	<p>RA1 Conoce las tecnologías y sistemas que permiten generar y gestionar los contenidos escritos, audiovisuales e interactivos del proceso comunicativo en entornos multiplataforma, multiformato y multimedia.</p> <p>RA2 Maneja a nivel básico habilidades de procesamiento, elaboración, administración y transmisión de los contenidos del proceso comunicativo en un entorno multiplataforma, multiformato y multimedia.</p>	<b>Tecnologías de la comunicación</b>	<b>Comunicación digital (6 ECTS)</b>	Tecnología y Sociedad: las TIC; los sistemas de transmisión, almacenamiento y reproducción de la información; la digitalización de la información; Internet: desarrollo y expansión. Nuevos soportes para nuevas formas de comunicación: la tecnología en la red de redes; comunicación través de los dispositivos móviles; televisión digital y apps; Interconexión a través del ocio y el entretenimiento; los medios sociales; blogs; redes sociales. La interactividad de los contenidos: de la Web 2.0. al 3.0; nuevos sistemas de publicación en la red; nuevas plataformas de navegación. Estilos y formatos; contenidos interactivos en los sistemas audiovisuales; estrategias Crossmedia y Transmedia. Estructuras de la información en la Web: retículas en la red; lectura vertical y horizontal; adaptación de los contenidos a los diferentes soportes de la comunicación; claves visuales para optimizar la comunicación. La convergencia digital: complementariedad de soportes; una comunicación multimedia.
			<b>Producción multimedia (6 ECTS)</b>	Desarrollar la capacidad crítica para comunicar eficazmente informaciones relevantes mediante diversos formatos multimedia. Reflexión sobre la naturaleza de la producción multimedia: combinación de texto, arte gráfico, sonido, animación y video, en sus distintas fases. Competencias básicas de producción multimedia: conocimientos técnicos y narrativos básicos pero suficientes para poder diseñar y planificar contenidos multimedia en diferentes soportes transmedia, empleando las herramientas adecuadas. Adquisición de destrezas propias de la transmisión de mensajes 2.0. Análisis y manejo del lenguaje propio de las modernas formas combinadas e interactivas de medios de comunicación (narración no lineal, la narrativa hipermedia o la narración interactiva). Desarrollo de los fundamentos técnicos básicos que permitan al alumno afrontar las asignaturas aplicadas de cursos más avanzados.
<b>CE13 - Conoce los fundamentos teóricos de la gestión de la publicidad</b>	<p>RA1 Conoce los temas que se tratan dentro del campo de la publicidad.</p> <p>RA2 Entiende los factores relevantes a tener en cuenta en el diseño de estrategias de la publicidad.</p>	<b>Gestión de la comunicación internacional</b>	<b>Relaciones públicas y publicidad (6 ECTS)</b>	Introducción teórico-práctica a las relaciones públicas, así como a sus estructuras organizativas. Fundamentos y práctica de las relaciones públicas en empresas e instituciones. Principios para la resolución de problemas básicos de relaciones públicas. Las Relaciones Públicas como un subsistema de la organización. Los departamentos de Relaciones Públicas. Las agencias de Relaciones Públicas. Las Relaciones Públicas y la eficiencia de la organización. Principios para la resolución de problemas básicos de relaciones públicas. Visión de conjunto y aproximación conceptual a la Publicidad. Estructura básica del mercado publicitario. Proceso general de planificación de las campañas de publicidad.

	RA3 Dispondrá de un conocimiento básico de los soportes publicitarios a los que puede recurrir la entidad.			
<b>CE14 - Es capaz de establecer relaciones entre imágenes y sonidos, desde el punto de vista estético y narrativo en los diferentes soportes y tecnologías audiovisuales.</b>	RA1 Conoce y sabe utilizar a nivel de básico las tecnologías audiovisuales con el fin de comunicar mensajes.	<b>Tecnologías de la comunicación</b>	<b>Comunicación digital (6 ECTS)</b>	Tecnología y Sociedad: las TIC; los sistemas de transmisión, almacenamiento y reproducción de la información; la digitalización de la información; Internet: desarrollo y expansión. Nuevos soportes para nuevas formas de comunicación: la tecnología en la red de redes; comunicación través del ocio y el entretenimiento; los medios sociales; blogs; redes sociales. La interactividad de los contenidos: de la Web 2.0. al 3.0; nuevos sistemas de publicación en la red; nuevas plataformas de navegación. Estilos y formatos; contenidos interactivos en los sistemas audiovisuales; estrategias Crossmedia y Transmedia. Estructuras de la información en la Web: retículas en la red; lectura vertical y horizontal; adaptación de los contenidos a los diferentes soportes de la comunicación; claves visuales para optimizar la comunicación. La convergencia digital: complementariedad de soportes; una comunicación multimedia.
	RA2 Relaciona imágenes y sonido de forma creativa con el fin de comunicar.		<b>Producción multimedia (6 ECTS)</b>	Desarrollar la capacidad crítica para comunicar eficazmente informaciones relevantes mediante diversos formatos multimedia. Reflexión sobre la naturaleza de la producción multimedia: combinación de texto, arte gráfico, sonido, animación y video, en sus distintas fases. Competencias básicas de producción multimedia: conocimientos técnicos y narrativos básicos pero suficientes para poder diseñar y planificar contenidos multimedia en diferentes soportes transmedia, empleando las herramientas adecuadas. Adquisición de destrezas propias de la transmisión de mensajes 2.0. Análisis y manejo del lenguaje propio de las modernas formas combinadas e interactivas de medios de comunicación (narración no lineal, la narrativa hipermedia o la narración interactiva). Desarrollo de los fundamentos técnicos básicos que permitan al alumno afrontar las asignaturas aplicadas de cursos más avanzados.
	RA3 Discrimina el valor estético y narrativo de la comunicación.			
	RA4 Es capaz de descodificar e interpretar mensajes audiovisuales desde el punto de vista estético y narrativo.			



<p><b>CE15 - Conoce la estructura del medio digital, nuevas tendencias y los elementos de la narración digital o redacción no lineal y es capaz de comunicar siguiendo los aspectos formales y estéticos y el propio lenguaje de los nuevos soportes digitales.</b></p>	<p>RA1 Está actualizado en las nuevas tendencias digitales y sabe utilizarlas, a nivel de usuario, con el fin de comunicar.</p> <p>RA2 Entiende la estructura del medio digital, sabe descodificar el mensaje y la narración digital y sabe valorar los aspectos formales y estéticos.</p> <p>RA3 Es capaz de producir mensajes siguiendo los aspectos formales y estéticos efectivos en el medio digital.</p>	<p><b>Tecnologías de la comunicación</b></p>	<p><b>Comunicación digital (6 ECTS)</b></p>	<p>Tecnología y Sociedad: las TIC; los sistemas de transmisión, almacenamiento y reproducción de la información; la digitalización de la información; Internet: desarrollo y expansión. Nuevos soportes para nuevas formas de comunicación: la tecnología en la red de redes; comunicación través de los dispositivos móviles; televisión digital y apps; Interconexión a través del ocio y el entretenimiento; los medios sociales; blogs; redes sociales. La interactividad de los contenidos: de la Web 2.0. al 3.0; nuevos sistemas de publicación en la red; nuevas plataformas de navegación. Estilos y formatos; contenidos interactivos en los sistemas audiovisuales; estrategias Crossmedia y Transmedia. Estructuras de la información en la Web: retículas en la red; lectura vertical y horizontal; adaptación de los contenidos a los diferentes soportes de la comunicación; claves visuales para optimizar la comunicación. La convergencia digital: complementariedad de soportes; una comunicación multimedia.</p>
<p><b>CE16 - Comprende y valora la importancia de la comunicación desde la relación interpersonal (comunicación verbal y no verbal).</b></p>	<p>RA1 Sabe diferenciar entre comunicación verbal y no verbal y sabe valorar el impacto que produce en la relación interpersonal.</p> <p>RA2 Es capaz de servirse de recursos verbales y no verbales con el objeto de mantener una comunicación interpersonal adecuada y efectiva.</p>	<p><b>Habilidades de comunicación estratégica</b></p>	<p><b>Destrezas de comunicación estratégica: Retórica persuasiva y oratoria (3 ECTS)</b></p>	<p>Estrategias para hablar de forma inteligible, convincente y persuasiva a públicos diversos. Para ello aprenderá a construir discursos estratégicamente sobre las bases estructurales clásicas de la inventio, dispositio, estilo, memoria y actio. Será consciente de la audiencia y la ocasión/el entorno y utilizará de forma correcta y apropiada elementos como contacto visual, gestos, expresividad vocal o pausas. Habrá aprendido a adecuar el lenguaje y el registro a escenarios variados, como son el diálogo interpersonal, los grupos reducidos o las audiencias masivas. Será capaz, además, de replicar argumentos y mantener debates bidireccionales. La asignatura también ayudará a aprender a reducir el miedo escénico así como a mejorar la escucha activa.</p>
	<p>RA3 Es capaz de interpretar el lenguaje no verbal con el fin de reaccionar y responder de forma adecuada en las relaciones interpersonales.</p> <p>RA4 Sabe adaptar adecuadamente tanto las expresiones lingüísticas como los gestos, la mímica, la postura, los movimientos y la voz a diferentes situaciones comunicativas en la relación interpersonal.</p>	<p><b>Fundamentos disciplinares</b></p>	<p><b>Comunicación intercultural (6 ECTS)</b></p>	<p>En nuestro mundo globalizado, la competencia intercultural es imprescindible tanto para el ejercicio profesional en un entorno internacional como para comunicar de forma eficaz a públicos culturalmente diversos. Por ello, se abordarán los diferentes problemas que se plantean en la comunicación entre interlocutores pertenecientes a culturas diferentes, y se desarrollará la competencia intercultural en los diferentes ámbitos profesionales del perfil del egresado que le permita desenvolverse adecuadamente en diferentes situaciones de comunicación intercultural. El alumno comprenderá la diversidad cultural y social como un fenómeno humano y como una fuente de riqueza, mostrando interés por el conocimiento de otras culturas, propiciando contextos relacionales inclusivos ante la diversidad y respetando la diversidad cultural. Aprenderá a observar la cultura extranjera desde su propia cultura, estableciendo comparaciones y adoptando una distancia que le permita desempeñar una función de mediador entre ambas. Desarrollará estrategias para relacionarse y comunicar de forma efectiva en entornos interculturales.</p>

<b>CE17 - Conoce y aplica los parámetros básicos de la comunicación intercultural en su ejercicio profesional en ámbitos culturales diversos.</b>	RA1 Conoce y aplica los parámetros básicos de la comunicación intercultural RA2 Posee estrategias para relacionarse y comunicar de forma efectiva en entornos interculturales RA3 Reconoce contextos culturales diferentes y usa el lenguaje adecuado al contexto. RA4 Detecta y analiza distintas formas de expresión idiomática relacionadas con distintas formas de pensar y de organizar ideas.	<b>Fundamentos disciplinares</b>	<b>Comunicación intercultural (6 ECTS)</b>	<p>En nuestro mundo globalizado, la competencia intercultural es imprescindible tanto para el ejercicio profesional en un entorno internacional como para comunicar de forma eficaz a públicos culturalmente diversos. Por ello, se abordarán los diferentes problemas que se plantean en la comunicación entre interlocutores pertenecientes a culturas diferentes, y se desarrollará la competencia intercultural en los diferentes ámbitos profesionales del perfil del egresado que le permita desenvolverse adecuadamente en diferentes situaciones de comunicación intercultural. El alumno comprenderá la diversidad cultural y social como un fenómeno humano y como una fuente de riqueza, mostrando interés por el conocimiento de otras culturas, propiciando contextos relacionales inclusivos ante la diversidad y respetando la diversidad cultural. Aprenderá a observar la cultura extranjera desde su propia cultura, estableciendo comparaciones y adoptando una distancia que le permita desempeñar una función de mediador entre ambas. Desarrollará estrategias para relacionarse y comunicar de forma efectiva en entornos interculturales.</p>
		<b>Comunicación en lenguas extranjeras</b>	<b>Asignaturas de formación práctica en lenguas extranjeras</b>	<p>En lengua inglesa, los alumnos inician sus estudios con un nivel mínimo equivalente a un B1 consolidado del MECR y se tratan los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas y estrategias que permitan una mayor eficacia comunicativa en el uso de la lengua inglesa en su futuro desempeño profesional.</li> <li>• Recursos verbales y no verbales para favorecer la eficacia en la comunicación en lengua inglesa</li> <li>• Compensación de los fallos producidos por la interferencia entre varias lenguas</li> <li>• Relación entre el sistema de la lengua, los interlocutores y el contexto discursivo</li> <li>• Producción y comprensión de expresiones lingüísticas en inglés en diferentes contextos</li> <li>• Relación entre los interlocutores, sus intenciones comunicativas y las normas y convenciones del evento comunicativo</li> <li>• Técnicas y estrategias que permitan una mayor eficacia comunicativa en el uso especializado de la lengua inglesa en su futuro desempeño profesional</li> </ul> <p>En el caso de alemán, árabe, chino, francés y portugués, el alumno opta por dos de las lenguas ofertadas. Los contenidos que se introducen con una progresión de dificultad cada vez más mayor son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gramática general según el idioma, ortografía, puntuación, escritura, división textual</li> <li>• Lectura, análisis y síntesis textual, revisión textual</li> <li>• Ejercicios de escucha con material auditivo y audiovisual</li> <li>• Redacción sobre distintos temas generales, culturales y diferentes ámbitos, según el nivel</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación oral y conversación personal, en diferentes contextos</li> <li>• Presentación oral en público</li> <li>• Edición de textos en diferentes registros y ámbitos con una progresión cada vez más avanzada</li> <li>• Lenguaje verbal y no verbal según el idioma</li> <li>• Elementos de interferencia intercultural según el idioma</li> <li>• Distintos estilos de escritura: descripción, narración, ensayo, resumen, redacción de cartas, de informes, de noticias etc.</li> <li>• Preparación y participación en debates</li> <li>• Análisis de textos y discursos auténticos que se estudian según su vocabulario y especialmente según factores culturales como preparación para la expresión oral y escrita.</li> </ul>
<b>CE18 - Sabe analizar mensajes comunicativos y es capaz de escribir textos informativos y persuasivos en función de los soportes y de públicos objetivos.</b>	RA1 Entiende el análisis del discurso como estudio sistemático del discurso escrito y hablado, en sus contextos cognitivos, sociales, políticos, históricos y culturales. RA2 Conocer la dimensión aplicada del análisis del discurso. RA3 Vincula directamente el análisis del discurso a la mejora de la comunicación en contextos sociales y profesionales. RA4 Realizar análisis y comentarios críticos de documentos periodísticos, discursos políticos y de conversaciones cotidianas. RA5. Conoce la pragmática del mensaje y la función que cumple el lenguaje en la transmisión de las ideas RA6. Escribe con corrección y es capaz de dar el tono adecuado al mensaje con amplios recursos lingüísticos y una sensibilidad léxica para la matiz.	<b>Habilidades de comunicación estratégica</b>	<b>Destrezas de comunicación estratégica: análisis del discurso (3 ECTS)</b>	Enseñanza avanzada de cómo pensar y razonar habida cuenta de que el análisis de discurso es reconocido como destreza crucial en muchas disciplinas y, en especial, en el ámbito de la comunicación. Se trata de aprender a identificar los componentes de un discurso tanto oral como escrito que hacen comprensible su contenido y su efecto (contexto, tema principal y secundario, agentes implicados). El alumno avanzará en la capacidad de analizar el contenido menos tangible: La ideología, valores o aspectos culturales, los recursos lingüísticos utilizados, la argumentación del texto y las técnicas de persuasión empleadas o las estrategias de apoyo utilizadas para obtener como herramienta un modelo de análisis capaz de relacionar todos los elementos analizados y valorar sus consecuencias. Para obtener una visión amplia de la aplicación del análisis de discurso el alumno estudiará los principales enfoques teóricos (Norman Fairclough, Michel Foucault, Teun van Dijk) como apoyo a las prácticas.
			<b>Destrezas de comunicación estratégica: expresión escrita, framing y storytelling (3 ECTS)</b>	Enmarcar, escribir y relatar el mensaje son las competencias que se trabajarán en esta asignatura. El alumno aprenderá a diseñar un marco o contexto de referencia en el que encuadrar el mensaje comunicativo con el fin de matizar o condicionar intencionadamente la comprensión e interpretación del mismo. Será capaz de convertir un mensaje en una historia específica, destinada para un público específico en un momento y entorno determinados y con un objetivo concreto. Para ello habrá aprendido a expresarse a nivel escrito de forma clara, concisa y orientada al objetivo comunicativo. El ejercicio práctico de escritura y revisión está basado en el análisis en profundidad de textos de paradigmática calidad, de diferente índole y tipología.

			<b>Destrezas de comunicación estratégica: Retórica persuasiva y oratoria (3 ECTS)</b>	<p>Estrategias para hablar de forma inteligible, convincente y persuasiva a públicos diversos. Para ello aprenderá a construir discursos estratégicamente sobre las bases estructurales clásicas de la inventio, dispositio, estilo, memoria y actio. Será consciente de la audiencia y la ocasión/el entorno y utilizará de forma correcta y apropiada elementos como contacto visual, gestos, expresividad vocal o pausas. Habrá aprendido a adecuar el lenguaje y el registro a escenarios variados, como son el diálogo interpersonal, los grupos reducidos o las audiencias masivas. Será capaz, además, de replicar argumentos y mantener debates bidireccionales. La asignatura también ayudará a aprender a reducir el miedo escénico así como a mejorar la escucha activa.</p>
		<b>Comunicación en lenguas extranjeras</b>	<b>Comunicación estratégica en inglés I y II (15 ECTS)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas y estrategias que permitan una mayor eficacia comunicativa en el uso de la lengua inglesa en su futuro desempeño profesional.</li> <li>• Recursos verbales y no verbales para favorecer la eficacia en la comunicación en lengua inglesa</li> <li>• Compensación de los fallos producidos por la interferencia entre varias lenguas</li> <li>• Relación entre el sistema de la lengua, los interlocutores y el contexto discursivo</li> <li>• Producción y comprensión de expresiones lingüísticas en inglés en diferentes contextos</li> <li>• Relación entre los interlocutores, sus intenciones comunicativas y las normas y convenciones del evento comunicativo</li> <li>• Técnicas y estrategias que permitan una mayor eficacia comunicativa en el uso especializado de la lengua inglesa en su futuro desempeño profesional</li> </ul>
<b>CE19 - Conoce y aplica las técnicas de framing y storytelling para la comunicación internacional.</b>	<p>RA1 Conoce las características del lenguaje oral y sabe diferenciarlas del lenguaje escrito.</p> <p>RA2 Analiza y reconoce los elementos del proceso de comunicación (emisor, receptor, texto y cultura).</p> <p>RA3 Sabe seleccionar algunos aspectos de la realidad internacional para producir un mensaje oral en diferentes lenguas con la técnica del framing y con el fin de</p>	<b>Habilidades de comunicación estratégica</b>	<b>Destrezas de comunicación estratégica: expresión escrita, framing y storytelling (3 ECTS)</b>	<p>Enmarcar, escribir y relatar el mensaje son las competencias que se trabajarán en esta asignatura. El alumno aprenderá a diseñar un marco o contexto de referencia en el que encuadrar el mensaje comunicativo con el fin de matizar o condicionar intencionadamente la comprensión e interpretación del mismo. Será capaz de convertir un mensaje en una historia específica, destinada para un público específico en un momento y entorno determinados y con un objetivo concreto. Para ello habrá aprendido a expresarse a nivel escrito de forma clara, concisa y orientada al objetivo comunicativo. El ejercicio práctico de escritura y revisión está basado en el análisis en profundidad de textos de paradigmática calidad, de diferente índole y tipología.</p>

	<p>otorgarles un mayor énfasis en cuanto a la definición del problema, sus causas o las consecuencias y para matizar y condicionar la comprensión e interpretación del mismo.</p> <p>RA4 Reconoce y es capaz de producir o convertir un mensaje en una historia específica en diferentes lenguas usando la técnica del storytelling como herramienta para lograr empatía y conexión con la audiencia.</p>			
<p><b>CE20 - Domina las normas de la retórica y las desarrolla con el fin de comunicar eficazmente en cuatro lenguas con interlocutores y públicos en situaciones y entornos variados.</b></p>	<p>RA1 Domina su lengua materna y tiene un alto nivel comunicativo en las tres lenguas extranjeras.</p> <p>RA2 Entiende las diferencias estructurales entre los sistemas lingüísticos de los idiomas que estudia.</p> <p>RA3 Es consciente de la necesidad de variar el léxico o la sintaxis para conseguir sus objetivos de la manera más eficaz.</p> <p>RA4 Conoce las estrategias para hablar de forma inteligible, convincente y persuasiva a públicos diversos.</p> <p>RA5 Construye discursos sobre las bases y normas estructurales de la retórica clásica.</p>	<p><b>Habilidades de comunicación estratégica</b></p>	<p><b>Destrezas de comunicación estratégica: Retórica persuasiva y oratoria (3 ECTS)</b></p>	<p>Estrategias para hablar de forma inteligible, convincente y persuasiva a públicos diversos. Para ello aprenderá a construir discursos estratégicamente sobre las bases estructurales clásicas de la inventio, dispositio, estilo, memoria y actio. Será consciente de la audiencia y la ocasión/el entorno y utilizará de forma correcta y apropiada elementos como contacto visual, gestos, expresividad vocal o pausas. Habrá aprendido a adecuar el lenguaje y el registro a escenarios variados, como son el diálogo interpersonal, los grupos reducidos o las audiencias masivas. Será capaz, además, de replicar argumentos y mantener debates bidireccionales. La asignatura también ayudará a aprender a reducir el miedo escénico así como a mejorar la escucha activa.</p>
		<p><b>Comunicación en lenguas extranjeras</b></p>	<p><b>Comunicación estratégica en inglés I y II (15 ECTS)</b></p>	<p>Técnicas y estrategias que permitan una mayor eficacia comunicativa en el uso de la lengua inglesa en su futuro desempeño profesional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos verbales y no verbales para favorecer la eficacia en la comunicación en lengua inglesa</li> <li>• Compensación de los fallos producidos por la interferencia entre varias lenguas</li> <li>• Relación entre el sistema de la lengua, los interlocutores y el contexto discursivo</li> <li>• Producción y comprensión de expresiones lingüísticas en inglés en diferentes contextos</li> <li>• Relación entre los interlocutores, sus intenciones comunicativas y las normas y convenciones del evento comunicativo</li> <li>• Técnicas y estrategias que permitan una mayor eficacia comunicativa en el uso especializado de la lengua inglesa en su futuro desempeño profesional</li> </ul>

<p><b>CE21 - Comunica a nivel oral y escrito (C1) en español e inglés.</b></p>	<p>RA1 Se expresa y entiende el idioma respectivo de forma oral y escrita.</p> <p>RA2 Se expresa sobre sí mismo, su área de estudios, su entorno personal y sus intereses.</p> <p>Participa en conversaciones, entrevistas y debates.</p> <p>RA4 Realiza descripciones y narraciones y desarrolla argumentos.</p> <p>RA5 Comprende textos (sencillos al inicio del aprendizaje del idioma hasta llegar a textos auténticos y complejos de diferentes temáticas y tipologías).</p> <p>RA6 Pasa información a formato escrito, escribe mensajes, cartas, breves informes, ensayos etc.</p> <p>RA7 Entiende monólogos, diálogos, conversaciones, noticias, películas u otro tipo de comunicación oral.</p> <p>RA8 Sabe reconocer contextos diferentes y usar el lenguaje adecuado para cada contexto.</p> <p>RA9 Reconoce los distintos registros (formal, coloquial etc.).</p>	<p><b>Comunicación en lenguas extranjeras</b></p>	<p><b>Comunicación estratégica en inglés I y II (15 ECTS)</b></p>	<p>En lengua inglesa, los alumnos inician sus estudios con un nivel mínimo equivalente a un B1 consolidado del MECR y se tratan los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas y estrategias que permitan una mayor eficacia comunicativa en el uso de la lengua inglesa en su futuro desempeño profesional.</li> <li>• Recursos verbales y no verbales para favorecer la eficacia en la comunicación en lengua inglesa</li> <li>• Compensación de los fallos producidos por la interferencia entre varias lenguas</li> <li>• Relación entre el sistema de la lengua, los interlocutores y el contexto discursivo</li> <li>• Producción y comprensión de expresiones lingüísticas en inglés en diferentes contextos</li> <li>• Relación entre los interlocutores, sus intenciones comunicativas y las normas y convenciones del evento comunicativo</li> <li>• Técnicas y estrategias que permitan una mayor eficacia comunicativa en el uso especializado de la lengua inglesa en su futuro desempeño profesional</li> </ul>
--	--	---	---	---

<b>CE22 - Comunica a nivel oral y escrito (mínimo B2) en las dos lenguas de elección obligada del alumno de entre alemán, árabe, chino, francés y portugués.</b>	<p>RA1 Se expresa y entiende el idioma respectivo de forma oral y escrita.</p> <p>RA2 Se expresa sobre sí mismo, su área de estudios, su entorno personal y sus intereses.</p> <p>Participa en conversaciones, entrevistas y debates.</p> <p>RA4 Realiza descripciones y narraciones y desarrolla argumentos.</p> <p>RA5 Comprende textos (sencillos al inicio del aprendizaje del idioma hasta llegar a textos auténticos y complejos de diferentes temáticas y tipologías).</p> <p>RA6 Pasa información a formato escrito, escribe mensajes, cartas, breves informes, ensayos etc.</p> <p>RA7 Entiende monólogos, diálogos, conversaciones, noticias, películas u otro tipo de comunicación oral.</p> <p>RA8 Sabe reconocer contextos diferentes y usar el lenguaje adecuado para cada contexto.</p> <p>RA9 Reconoce los distintos registros (formal, coloquial etc.).</p>	<b>Comunicación en lenguas extranjeras</b>	<b>Tercera lengua mundial I, II, III y IV (40 ECTS)</b>	<p>En el caso de alemán, árabe, chino, francés y portugués, el alumno opta por dos de las lenguas ofertadas. Los contenidos que se introducen con una progresión de dificultad cada vez más mayor son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gramática general según el idioma, ortografía, puntuación, escritura, división textual</li> <li>Lectura, análisis y síntesis textual, revisión textual</li> <li>Ejercicios de escucha con material auditivo y audiovisual</li> <li>Redacción sobre distintos temas generales, culturales y diferentes ámbitos, según el nivel</li> <li>Comunicación oral y conversación personal, en diferentes contextos</li> <li>Presentación oral en público</li> <li>Edición de textos en diferentes registros y ámbitos con una progresión cada vez más avanzada</li> <li>Lenguaje verbal y no verbal según el idioma</li> <li>Elementos de interferencia intercultural según el idioma</li> <li>Distintos estilos de escritura: descripción, narración, ensayo, resumen, redacción de cartas, de informes, de noticias etc.</li> <li>Preparación y participación en debates</li> <li>Análisis de textos y discursos auténticos que se estudian según su vocabulario y especialmente según factores culturales como preparación para la expresión oral y escrita.</li> </ul>
			<b>Cuarta lengua mundial I, II, III, y IV (40 ECTS)</b>	

<b>CE23 - Diseña propuestas de gestión de la comunicación estratégica en el ámbito profesional del título.</b>	<p>RA1 Conoce el organigrama y cadena de comunicación dentro de las diferentes organizaciones.</p> <p>RA2 Define tareas y establece plazos para todos los implicados en el proceso de comunicación en el entorno organizacional.</p> <p>RA3 Es capaz de formular unos objetivos estratégicas a corto, medio y largo plazo fundamentados en datos, cifras y necesidades concretas de una empresa, institución u organización nacional e internacional para formular y proponer un plan de comunicación.</p>	<b>Gestión de la comunicación internacional</b>	<b>Planificación integrada de la comunicación (3 ECTS)</b>	<p>La gestión comunicativa en el entorno corporativo, institucional o político requiere una planificación estratégica integral de todos los elementos de comunicación externa e interna de los que se responsabiliza en la práctica habitual un DirCom. Resultado imprescindible de la planificación y base a su vez de la implementación de la política comunicativa es un Plan estratégico de comunicación integral, que estructura de forma coherente y completa la comunicación corporativa, la comunicación interna, la comunicación de crisis, las relaciones públicas y la RSC. El Plan de Comunicación es un factor crucial para la consecución de determinados logros y para ser capaces de integrar las estrategias y tácticas de los Planes de Marketing y Social Media, así como para controlar y medir el éxito de dichos objetivos. La asignatura proporcionará al alumno el conocimiento técnico y las herramientas metodológicas para establecer planes integrales de comunicación en entornos profesionales diversos.</p>
		<b>Comunicación en organizaciones</b>	<b>Comunicación corporativa (6 ECTS)</b>	<p>El papel de la comunicación en las organizaciones . El DirCom: responsabilidad y funciones. Herramientas y estrategias teórico-prácticas para la gestión de la comunicación. Gestión de identidad, personalidad y cultura corporativa. Imagen corporativa. Marca y reputación corporativa. Relaciones con los medios de comunicación. Relaciones con los stakeholders. Relación con los empleados: tipos, planes y técnicas de comunicación interna. Patrocinio, mecenazgo y RSC: Naturaleza. Concepto. Su papel en las organizaciones. Dimensiones y normativa.</p>
			<b>Comunicación institucional (6 ECTS)</b>	<p>Características específicas de las administraciones públicas frente a la empresas. Especificidades de la comunicación en el entorno institucional público. El ciudadano como audiencia. Dimensiones de las comunicación institucional. El modelo comunicativo. Planes de comunicación institucional: el análisis del entorno. Las herramientas y los recursos. La diplomacia pública. Comunicación en organizaciones no gubernamentales. Comunicación en el entorno de los organismos internacionales. Imagen exterior de países y organizaciones internacionales y supranacionales. Marca País.</p>
			<b>Comunicación política y asuntos públicos (6 ECTS)</b>	<p>Reflexión práctica sobre las técnicas y estrategias utilizadas para la gestión de la comunicación política, tanto en su dimensión electoral como no electoral. La relación entre la política y la comunicación. Los actores y los contenidos de la comunicación política. Marketing Político. La relación entre políticos y periodistas. La cobertura de la información política. El análisis del contexto electoral. Elaboración del mensaje electoral. Recursos para comunicar el mensaje electoral Diseño de campañas electorales, gestión estratégica de la comunicación política institucional, la mediación del mensaje político a través de los diferentes medios, efectos de la comunicación política sobre las audiencias. Los efectos de los debates electorales. Los efectos de</p>



				los anuncios políticos en televisión y de los nuevos medios. Networking. Planificación estratégica de campañas de lobby
		<b>Trabajo Fin de Grado</b>	<b>Trabajo Fin de Grado (6 ECTS)</b>	El Trabajo Fin de Grado pretende tanto testar la adquisición de competencias como llevar ésta a otro nivel a través de una aplicación intensa de las mismas, en forma de una labor de investigación y generación de conocimiento que responda a criterios académicos exigentes y rigurosos. Los alumnos realizarán este trabajo en torno a cualquiera de las grandes cuestiones abordadas en el grado, bajo la supervisión de un director y disponiendo para ello de normas e indicaciones concretas. Por la naturaleza del título, si bien el objetivo último de la asignatura es la realización de un trabajo de raigambre académica, se buscará que en este prime una dimensión tanto práctica como profesionalizante. El alumno utilizará bibliografía y fuentes necesarias para trabajar en el campo de la comunicación global y realizará un análisis sofisticado de información cualitativa y/o cuantitativa. Sobre la base de la aplicación con rigor de las competencias adquiridas en el campo de la comunicación global demostrará ser capaz de diseñar con precisión argumentos y planteamientos complejos.
<b>CE24 - Conoce a nivel introductorio los métodos cualitativos y cuantitativos de investigación de las ciencias sociales, especialmente en el ámbito de las ciencias de la comunicación.</b>	<p>RA1 Conoce la variada tipología de métodos de investigación social y reconoce aquellas que son de especial relevancia para el campo de la comunicación.</p> <p>RA2 Es capaz de interpretar las características metodológicas de diferentes investigaciones en el ámbito de las ciencias sociales.</p> <p>RA3 Identifica las características y los requisitos de las diferentes técnicas de investigación social.</p> <p>RA4 Es capaz de diseñar en líneas generales una investigación de tipo social y sociopolítico aplicando técnicas de investigación de tipo cualitativo y cuantitativo.</p> <p>RA5 Emplea diferentes técnicas básicas de recogida de información cuantitativa</p>	<b>Fundamentos disciplinares</b>	<b>Métodos de investigación social (3 ECTS)</b>	La asignatura de Métodos de investigación social permite capacitar al alumno en la comprensión y el manejo de las técnicas y procedimientos de investigación social, tanto cuantitativos (estadísticas y fuentes, diseño de muestras y encuestas, recogidas de datos, análisis y presentación de datos) como cualitativos (entrevistas en profundidad, historias de vida, grupos de discusión, observación participante, análisis de contenido), las cuestiones relacionadas con la planificación de investigaciones, su ejecución, análisis básicos de datos e interpretación de los resultados obtenidos .

	<p>y cualitativa, con el fin de recopilar y organizar datos sociales preparándolos para emitir juicios de interés sobre una determinada temática.</p> <p>RA6 Analiza los datos producidos a través del trabajo de campo o la recopilación documental, emitiendo juicios e interpretando los resultados.</p> <p>RA7 Analiza descriptivamente datos de encuesta, y así como datos procedentes de entrevistas, grupos y otros métodos de recogida de información, emitiendo informes de utilidad para establecer estrategias comunicativas según la situación.</p> <p>RA8 Lee e Interpreta los resultados de análisis de datos avanzados de estudios, así como artículos de investigación de su área disciplinar.</p>			
<p><b>CE25 - Conoce y comprende la realidad de la comunicación en las organizaciones, instituciones y el ámbito político, mediante la aplicación de los fundamentos teórico-prácticos adquiridos por el alumno en las aulas.</b></p>	<p>RA1 Se adapta a las dinámicas de una situación real de trabajo.</p> <p>RA2 Comprende y se integra en las relaciones horizontales y verticales en el entorno laboral.</p> <p>RA3 Respeta las normas explícitas e implícitas que gobiernan en la entidad y cumple con las tareas asignadas al puesto de trabajo/prácticas.</p> <p>RA4 Cumple las funciones asignadas con rigor, seriedad, compromiso y puntualidad</p>	<p><b>Prácticas externas</b></p>	<p><b>Prácticas externas (12 ECTS)</b></p>	<p>Primeras experiencias profesionales en el campo de la comunicación global en entidades relevantes del ámbito privado y público, bajo la supervisión tanto de un tutor académico como de un supervisor en la entidad de destino. Contribuyen así a la formación integral y profesionalizante del alumno. A través de estas prácticas profesionales se desarrollarán las capacidades adquiridas en el aula y a través del trabajo autónomo y supervisado a lo largo del grado, familiarizándose de manera plena con el entorno profesional en el que habrá de desenvolverse en el futuro. Fortalecerán asimismo los valores de la innovación, la creatividad y el emprendimiento y constituyen una experiencia práctica vinculada a un entorno que facilitará la inserción en el mercado de trabajo y significará, en definitiva, un salto cualitativo de preparación real para la empleabilidad futura.</p>
			<p><b>Prácticas opcionales (4 ECTS)</b></p>	
<p><b>CE26 - Conoce el ordenamiento jurídico y los principios éticos de la comunicación.</b></p>	<p>RA1 Conoce el sistema normativo aplicable al ejercicio del derecho de libertad de expresión, información y al olvido.</p>	<p><b>Formación en valores</b></p>	<p><b>Ética profesional (3 ECTS)</b></p>	<p>Historia de la Ética. Conceptos básicos. Aspectos y dilemas morales en el desempeño profesional. Modelos de resolución y alternativas. Las instituciones de la sociedad actual. Manifestaciones culturales de la ética. Instrumentos de compromiso ético. Ética y deontología de la mediación intercultural. Contextos específicos. Historia de la profesión en cuanto a modos de proceder éticos. Funciones, valores, principios y normas de códigos deontológicos reconocidos.</p>

	<p>RA2 Debate críticamente la dialéctica de límites jurídicos y éticos en relación a las cuestiones profesionales de la comunicación.</p> <p>RA3 Discierne los elementos en conflicto cara a un juicio de valores ajustado a derecho y deontología profesional.</p>			<p>Sistema normativo aplicable al ejercicio de la libertad de expresión, el derecho a la información y al olvido.</p>
		<b>Prácticas</b>	<p><b>Prácticas externas (12 ECTS)</b></p>	<p>Dotar a los alumnos de primeras experiencias profesionales en el campo de la comunicación global en entidades relevantes del ámbito privado y público, bajo la supervisión tanto de un tutor académico como de un supervisor en la entidad de destino. Contribuyen así a la formación integral y profesionalizante del alumno. A través de estas prácticas profesionales se desarrollarán las capacidades adquiridas en el aula y a través del trabajo autónomo y supervisado a lo largo del grado, familiarizándose de manera plena con el entorno profesional en el que habrá de desenvolverse en el futuro. Fortalecerán asimismo los valores de la innovación, la creatividad y el emprendimiento y constituyen una experiencia práctica vinculada a un entorno que facilitará la inserción en el mercado de trabajo y significará, en definitiva, un salto cualitativo de preparación real para la empleabilidad futura.</p>
			<p><b>Prácticas opcionales (4 ECTS)</b></p>	
<p><b>CE27 - Conoce los procesos básicos y las estructuras organizativas de empresas e instituciones.</b></p>	<p>RA1 Conoce los rasgos específicos de la estructura y el funcionamiento de las instituciones políticas y de la administración.</p> <p>RA2 Conoce los rasgos específicos de la estructura característica y el funcionamiento de organizaciones de carácter empresarial y de naturaleza privada.</p> <p>RA3 Es consciente de las diferencias entre ambas, y de la importancia de estos aspectos, y de sus rasgos específicos, para el correcto desempeño de su actividad profesional</p>	<p><b>Habilidades de comunicación estratégica</b></p>	<p><b>Destrezas de comunicación estratégica: Gestión y planificación organizacional (3 ECTS)</b></p>	<p>Herramientas y técnicas de la gestión de procesos organizativos, la elaboración de objetivos, la estructuración y programación estratégica y temporal de los pasos para conseguirlos y la integración y utilización eficaz y participativa de los recursos humanos y materiales disponibles. Se pondrá especial énfasis en la concienciación del carácter fundamental y la capacitación para trabajar en equipo, tanto a nivel micro (compañeros de trabajo) como macro (comunidades virtuales amplias). El alumno aprenderá a que su trabajo es siempre trabajo en equipo y a participar, delegar, coordinar y gestionar y solucionar conflictos de forma responsable.</p>
			<p><b>Destrezas de comunicación estratégica: liderazgo y toma de decisiones (3 ECTS)</b></p>	<p>Concienciación de cómo se toman decisiones y aprenda, en segundo lugar, a tomarlas mejor. Al mismo tiempo se trata de descubrir las capacidades de liderazgo que el alumno ya posee y trabajar para mejorarlas. Inherentes a ambos elementos de la dirección estratégica está la capacidad de negociación que será abordada de forma sucinta en la asignatura. Los alumnos aprenderán a gestionar personas y equipos y también a liderarse a sí mismos. Asimismo se incidirá sobre la percepción por parte de otros de determinados tipos de liderazgo y líderes. Sobre la base de un conocimiento sólido de las actuales teorías en este campo, los alumnos serán capaces de identificar buenas prácticas de liderazgo y toma de decisiones y de incorporarlas progresivamente a su propio saber hacer.</p>
		<p><b>Comunicación en organizaciones</b></p>	<p><b>Comunicación corporativa (6 ECTS)</b></p>	<p>El papel de la comunicación en las organizaciones. El DirCom: responsabilidad y funciones. Herramientas y estrategias teórico-prácticas para la gestión de la comunicación. Gestión de identidad, personalidad y cultura corporativa. Imagen corporativa. Marca y reputación corporativa. Relaciones con los medios de comunicación. Relaciones con los stakeholders. Relación con los empleados: tipos, planes y técnicas de</p>

				comunicación interna. Patrocinio, mecenazgo y RSC: Naturaleza. Concepto. Su papel en las organizaciones. Dimensiones y normativa.
			<b>Comunicación institucional (6 ECTS)</b>	Características específicas de las administraciones públicas frente a la empresas. Especificidades de la comunicación en el entorno institucional público. El ciudadano como audiencia. Dimensiones de las comunicación institucional. El modelo comunicativo. Planes de comunicación institucional: el análisis del entorno. Las herramientas y los recursos. La diplomacia pública. Comunicación en organizaciones no gubernamentales. Comunicación en el entorno de los organismos internacionales. Imagen exterior de países y organizaciones internacionales y supranacionales. Marca País.
		<b>Prácticas</b>	<b>Prácticas externas (12 ECTS)</b>	Dotar a los alumnos de primeras experiencias profesionales en el campo de la comunicación global en entidades relevantes del ámbito privado y público, bajo la supervisión tanto de un tutor académico como de un supervisor en la entidad de destino. Contribuyen así a la formación integral y profesionalizante del alumno. A través de estas prácticas profesionales se desarrollarán las capacidades adquiridas en el aula y a través del trabajo autónomo y supervisado a lo largo del grado, familiarizándose de manera plena con el entorno profesional en el que habrá de desenvolverse en el futuro. Fortalecerán asimismo los valores de la innovación, la creatividad y el emprendimiento y constituyen una experiencia práctica vinculada a un entorno que facilitará la inserción en el mercado de trabajo y significará, en definitiva, un salto cualitativo de preparación real para la empleabilidad futura.
			<b>Prácticas opcionales (4 ECTS)</b>	
<b>CE28 - Conoce los principios y las prácticas de la comunicación externa e interna de las empresas e instituciones.</b>	RA1 Es capaz de comprender y gestionar la comunicación interna en las organizaciones RA2 Valora los distintos factores que inciden en las estrategias de comunicación de empresas e instituciones. RA3 Es capaz de gestionar las relaciones de la empresa con sus principales grupos de interés a través de políticas de asuntos públicos. RA4 Es capaz de diseñar planes y estrategias de comunicación complejos.	<b>Comunicación en organizaciones</b>	<b>Comunicación corporativa (6 ECTS)</b>	El papel de la comunicación en las organizaciones . El DirCom: responsabilidad y funciones. Herramientas y estrategias teórico-prácticas para la gestión de la comunicación. Gestión de identidad, personalidad y cultura corporativa. Imagen corporativa. Marca y reputación corporativa. Relaciones con los medios de comunicación. Relaciones con los stakeholders. Relación con los empleados: tipos, planes y técnicas de comunicación interna. Patrocinio, mecenazgo y RSC: Naturaleza. Concepto. Su papel en las organizaciones. Dimensiones y normativa.
			<b>Comunicación institucional (6 ECTS)</b>	Características específicas de las administraciones públicas frente a la empresas. Especificidades de la comunicación en el entorno institucional público. El ciudadano como audiencia. Dimensiones de las comunicación institucional. El modelo comunicativo. Planes de comunicación institucional: el análisis del entorno. Las herramientas y los recursos. La diplomacia pública. Comunicación en organizaciones no gubernamentales. Comunicación en el entorno de los organismos internacionales. Imagen

				exterior de países y organizaciones internacionales y supranacionales. Marca País.
		<b>Trabajo Fin de Grado</b>	<b>Trabajo Fin de Grado (6 ECTS)</b>	El Trabajo Fin de Grado pretende tanto testar la adquisición de competencias como llevar ésta a otro nivel a través de una aplicación intensa de las mismas, en forma de una labor de investigación y generación de conocimiento que responda a criterios académicos exigentes y rigurosos. Los alumnos realizarán este trabajo en torno a cualquiera de las grandes cuestiones abordadas en el grado, bajo la supervisión de un director y disponiendo para ello de normas e indicaciones concretas. Por la naturaleza del título, si bien el objetivo último de la asignatura es la realización de un trabajo de raigambre académica, se buscará que en este prime una dimensión tanto práctica como profesionalizante. El alumno utilizará bibliografía y fuentes necesarias para trabajar en el campo de la comunicación global y realizará un análisis sofisticado de información cualitativa y/o cuantitativa. Sobre la base de la aplicación con rigor de las competencias adquiridas en el campo de la comunicación global demostrará ser capaz de diseñar con precisión argumentos y planteamientos complejos.
<b>CE29 - Conoce los principios y las prácticas de la comunicación política.</b>	RA1 Comprende el funcionamiento de las campañas electorales. RA2 Comprende la organización y gestión de las campañas electorales desde el punto de vista comunicativo. RA3 Conoce el funcionamiento de la comunicación política fuera de las campañas electorales.	<b>Comunicación en organizaciones</b>	<b>Comunicación política y asuntos públicos (6 ECTS)</b>	Reflexión práctica sobre las técnicas y estrategias utilizadas para la gestión de la comunicación política, tanto en su dimensión electoral como no electoral. La relación entre la política y la comunicación. Los actores y los contenidos de la comunicación política. Marketing Político. La relación entre políticos y periodistas. La cobertura de la información política. El análisis del contexto electoral. Elaboración del mensaje electoral. Recursos para comunicar el mensaje electoral Diseño de campañas electorales, gestión estratégica de la comunicación política institucional, la mediación del mensaje político a través de los diferentes medios, efectos de la comunicación política sobre las audiencias. Los efectos de los debates electorales. Los efectos de los anuncios políticos en televisión y de los nuevos medios. Networking. Planificación estratégica de campañas de lobby
		<b>Trabajo Fin de Grado</b>	<b>Trabajo Fin de Grado (6 ECTS)</b>	El Trabajo Fin de Grado pretende tanto testar la adquisición de competencias como llevar ésta a otro nivel a través de una aplicación intensa de las mismas, en forma de una labor de investigación y generación de conocimiento que responda a criterios académicos exigentes y rigurosos. Los alumnos realizarán este trabajo en torno a cualquiera de las grandes cuestiones abordadas en el grado, bajo la supervisión de un director y disponiendo para ello de normas e indicaciones concretas. Por la naturaleza del título, si bien

				el objetivo último de la asignatura es la realización de un trabajo de raigambre académica, se buscará que en este prime una dimensión tanto práctica como profesionalizante. El alumno utilizará bibliografía y fuentes necesarias para trabajar en el campo de la comunicación global y realizará un análisis sofisticado de información cualitativa y/o cuantitativa. Sobre la base de la aplicación con rigor de las competencias adquiridas en el campo de la comunicación global demostrará ser capaz de diseñar con precisión argumentos y planteamientos complejos.
<b>CE30 - Conoce las técnicas para la medición de la opinión pública, audiencias y similares y es capaz de interpretar los respectivos informes técnicos para incorporar sus resultados a la planificación estratégica de la comunicación.</b>	RA1 Reflexiona sobre la naturaleza y la conformación de la opinión pública.	<b>Tecnologías de las comunicación</b>	<b>Introducción al análisis de opinión pública y audiencias (3 ECTS)</b>	El estudiante aprenderá lo que es la opinión pública y las teorías para su formación y sus dinámicas. Se familiarizará con los canales y métodos de acceder, generar e influir en la Opinión Pública. Aprenderá a aplicar los métodos de investigación social iniciados en la asignatura correspondiente de primer curso al estudio de la opinión pública y de las audiencias. Conceptualizará la opinión pública empíricamente y conocerá las fases de una investigación aplicada en este campo. Se concienciará en la relevancia creciente e imprescindible de la utilización de datos, también de datos masivos, al servicio del diseño de estrategias comunicativas. Comprenderá los elementos clave y particularidades de la aplicación de las formas y procedimientos de análisis a los diversos campos de comunicación (política, institucional, medios, marketing y relaciones públicas, etc.).
	RA2 Conoce los mecanismos de creación de corrientes de opinión. RA3 Analizar con espíritu crítico el papel de los distintos grupos de interés en la conformación de corrientes de opinión. RA4 Está familiarizado con las herramientas de investigación de tipo cuantitativo y cualitativo para la medición de la opinión pública y audiencias. RA5 Entiende e interpreta con corrección los resultados de informes técnicos sobre la opinión pública y audiencias.			

<p><b>CE31 - Comprende la dinámica y el alcance del lobby y conoce los instrumentos para intervenir en sus procesos.</b></p>	<p>RA1 Comprende las formas, estrategias y métodos en las que los grupos de interés (lobbies) inciden en los procesos políticos o públicos.</p> <p>RA2 Comprende el funcionamiento y naturaleza específica de los lobbies en distintos entornos, así como el marco que los regula en cada uno de ellos.</p> <p>RA3 Valora la importancia de los lobbies en los procesos de comunicación global.</p> <p>RA4 Dispone de las herramientas para participar en su diseño e implementación y sabe emplearlas de manera efectiva y avanzada.</p>	<p><b>Comunicación en organizaciones</b></p>	<p><b>Comunicación política y asuntos públicos (6 ECTS)</b></p>	<p>Reflexión práctica sobre las técnicas y estrategias utilizadas para la gestión de la comunicación política, tanto en su dimensión electoral como no electoral. La relación entre la política y la comunicación. Los actores y los contenidos de la comunicación política. Marketing Político. La relación entre políticos y periodistas. La cobertura de la información política. El análisis del contexto electoral. Elaboración del mensaje electoral. Recursos para comunicar el mensaje electoral Diseño de campañas electorales, gestión estratégica de la comunicación política institucional, la mediación del mensaje político a través de los diferentes medios, efectos de la comunicación política sobre las audiencias. Los efectos de los debates electorales. Los efectos de los anuncios políticos en televisión y de los nuevos medios. <b>Networking</b>. Planificación estratégica de campañas de lobby</p>
<p><b>CE32 - Conoce las principales tradiciones religiosas y culturales del mundo y su implicación en el ámbito de la comunicación.</b></p>	<p>RA1 Identifica y valora críticamente las diversas manifestaciones de la religiosidad en la sociedad actual.</p> <p>RA2 Es sensible a captar la importancia que la dimensión religiosa y trascendente tiene en la vida de las personas con las que trabaja.</p> <p>RA3 Respeta la libertad religiosa.</p>	<p><b>Formación en valores</b></p>	<p><b>Introducción al hecho religioso (3 ECTS)</b></p> <p><b>Pensamiento social cristiano (3 ECTS)</b></p>	<p>Historia de las religiones: Islam, Cristianismo, Judaísmo. Ecumenismo y diálogo interreligioso. La diversidad cultural y la pluralidad del hecho religioso. Conflictos, dilemas y problemas éticos. El problema de la violencia. Diferencias entre códigos culturales.</p> <p>Principios éticos fundamentales de la doctrina social cristiana. Principios y criterios del pensamiento social cristiano. Análisis y juicio de la realidad social. Historia del pensamiento cristiano.</p>

## Asignaturas optativas

Entre 2º y 4º curso, los alumnos utilizarán la optatividad para conocer de cerca la realidad social en aquellas áreas regionales del mundo que más les interesen. Como mínimo estudiarán dos de estas áreas. También pueden dedicar 4 ECTS optativos a intensificar la experiencia de las prácticas externas previstas con obligatoriedad en 4º curso y dotadas de 12 ECTS.

Asignatura	ECTS	Curso
Estudios regionales: Europa / Global Area Studies: Europe	5	2º
Estudios regionales: Estados Unidos / Global Area Studies: United States	5	2º
Estudios regionales: América Latina / Global Area Studies: Latin America	4	3º/4º
Estudios regionales: Asia / Global Area Studies: Asia	4	3º/4º
Estudios regionales: África / Global Area Studies: Africa	4	3º/4º
Estudios regionales: Oriente Medio / Global Area Studies: Middle East	4	3º/4º
Prácticas opcionales / Optional External Internship	4	3º

La secuencia temporal del plan de estudios y la estructura del título por cursos y cuatrimestres a lo largo de los cuatro años, se presenta en los siguientes cuadros.

### Primer curso

Primer semestre		Segundo semestre	
ECTS	Asignatura	Asignatura	ECTS
6	<i>Teoría de la Comunicación / Communication Theory</i>	<i>Historia de la comunicación / History of Communication</i>	6
6	<i>Comunicación digital / Digital Communication</i>	<i>Producción multimedia / Multimedia Production</i>	6
5	<i>Comunicación estratégica en Inglés I / Communicating Strategically in English I</i>		5
3	<i>Comunicación estratégica: persuasión vs. Información / Strategic Communication: Persuasion vs. Information</i>	<i>Destrezas de comunicación estratégica: análisis del discurso / Strategic Communication Skills: Discourse Analysis</i>	3



5	<i>Tercera lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués I / Third Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portuguese I</i>	5
5	<i>Cuarta lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués I / Fourth Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portuguese I</i>	5
30		30

## Segundo Curso

Primer semestre		Segundo semestre	
ECTS	Asignatura	Asignatura	ECTS
6	<i>Globalización: Cultura y Sociedad / Global Society &amp; Global Culture</i>	<i>Medios de comunicación en un entorno global / Media in a Global Environment</i>	6
3	<b>Métodos de investigación social/Social Research Methods</b>	<i>Márketing, reputación y branding / Marketing, Reputation, Branding</i>	6
3	<i>Introducción al hecho religioso / Introduction to Religion</i>		
5	<i>Comunicación estratégica en Inglés II / Communicating Strategically in English II</i>	<i>Optativas / Electives</i>	5
3	<i>Destrezas de comunicación estratégica: expresión escrita, framing y storytelling / Strategic Communication Skills: Framing, Writing &amp; Storytelling</i>	<i>Destrezas de comunicación estratégica: Retórica persuasiva y oratoria / Strategic Communication Skills: Persuasive Rhetoric &amp; Public Speaking</i>	3
5	<i>Tercera lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués II / Third Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portuguese II</i>		5
5	<i>Cuarta lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués II / Fourth Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portuguese II</i>		5
30			30

## Tercer Curso

Primer semestre		Segundo semestre	
ECTS	Asignatura	Asignatura	ECTS
6	<i>Comunicación intercultural / Intercultural Communication</i>	<i>Comunicación institucional / Institutional Communication</i>	6
6	<i>Relaciones públicas y publicidad / Public Relations &amp; Advertising</i>	<i>Comunicación corporativa / Corporate Communication</i>	6
3	<b>Introducción al análisis de opinión pública y audiencias/Introduction to Public Opinion and Audience Analysis</b>	<i>Planificación integrada de la comunicación / Integrated Communications Planning</i>	3
2	<i>Optativas / Electives</i>		2

3	<i>Destrezas de comunicación estratégica: Gestión y planificación organizacional / Strategic Communication Skills: Organizational Management &amp; Planning</i>	<i>Destrezas de comunicación estratégica: Liderazgo y toma de decisiones / Strategic Communication Skills: Leadership &amp; Decision Making</i>	3
5	<i>Tercera lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués III / Third Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portuguese III</i>		5
5	<i>Cuarta lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués III / Fourth Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portuguese III</i>		5
30			30

## **Cuarto Curso**

<b>Primer semestre</b>		<b>Segundo semestre</b>	
<b>ECTS</b>	<b>Asignatura</b>	<b>Asignatura</b>	<b>ECTS</b>
6	<i>Comunicación política y asuntos públicos / Political Communication and Public Affairs</i>	<i>Trabajo Fin de Grado / Bachelor Thesis</i>	6
3	<i>Comunicación de crisis / Crisis Communication</i>	<i>Gestión de eventos y protocolo / Event Management and Protocol</i>	3
3	<i>Pensamiento social Cristiano / Christian Social Thought</i>	<i>Ética profesional / Professional Ethics</i>	3
2	<i>Optativas / Electives</i>		2
6	<i>Prácticas externas / External Internship</i>		6
5	<i>Tercera lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués IV / Third Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portuguese IV</i>		5
5	<i>Cuarta lengua mundial: Alemán/Árabe/Chino/Francés/Portugués IV / Fourth Global Language: Arabic/Chinese/French/German/Portuguese IV</i>		5
30			30

### 5.3. Descripción detallada de las materias de enseñanza-aprendizaje

El plan de estudios se estructura en diez materias, de extensión variable, que a su vez se subdividen en asignaturas. Las distintas asignaturas comparten una filosofía, objetivos y/o contenidos disciplinares comunes que contribuyen a la coordinación entre todas ellas y a la coherencia del título en su conjunto.

Cada asignatura es objeto de una descripción detallada en la correspondiente Guía Docente, en la cual se explica de forma exhaustiva su concepción, con las competencias tanto generales como específicas que adquieren los estudiantes al cursarla. Asimismo, en las Guías, se delimitan de forma específica las Actividades Formativas (AF) y los Sistemas de Evaluación (SE) que van utilizarse en el desarrollo de cada asignatura.

En esta sección de la Memoria, se exponen a continuación las Fichas de las Materias que configuran el Plan de Estudios. Se ha incluido en cada una de ellas, el listado de las Competencias Generales, con sus correspondientes Resultados de Aprendizaje (RA). Seguidamente, se exponen las Competencias Específicas (CE) desarrolladas en la materia estableciendo sus correspondientes Resultados de Aprendizaje. Ha de tenerse en cuenta que, en la docencia de una determinada asignatura el profesor responsable pondrá en marcha aquellas Actividades Formativas y Sistemas de Evaluación, que de acuerdo con el Departamento, considere más apropiados.

En cada competencia específica, la lista de Actividades Formativas (AF) tiene coherencia con las asignaturas que componen la Materia de la Titulación (1-10) y, a su vez, tienen coherencia con los sistemas de evaluación propuestos. Como ejemplo, si se propone una exposición individual o grupal (AF4) en una competencia, el sistema de evaluación lógico es el de Evaluación de exposiciones individuales o grupales (SE3).

En lo que sigue se presentan, a título de resumen de conjunto, las actividades formativas y sistemas de evaluación previstas. En cada materia y asignaturas se utilizarán aquellas que sean más adecuadas para la consecución de las respectivas competencias genéricas y específicas previstas.

<b>ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>	
<b>AF1</b>	<b>Lecciones de carácter expositivo</b> Exposición en que el profesor explica una serie de nociones de forma clara, estructurada y motivadora con mayor o menor grado de participación activa y colaborativa de los alumnos, Incluirá presentaciones dinámicas y la

	participación reglada o espontánea de los estudiantes por medio de actividades diversas.
<b>AF2</b>	<b>Ejercicios prácticos/resolución de problemas</b>
	Ejercicios y resolución de problemas planteados por el profesor a partir de una breve lectura, un material preparado para la ocasión, o cualquier otro tipo de datos o informaciones que supongan un desafío intelectual para el alumno.
<b>AF3</b>	<b>Trabajos individuales/grupales</b>
	Trabajos de carácter teórico o práctico, individuales o grupales, que implican la lectura de artículos, revistas, informes de investigación, capítulos de libros, informaciones en Internet, etc. y la redacción de una reflexión personal (de diverso calado y extensión) que va más allá de la mera recopilación de la información proveniente de diversas fuentes.
<b>AF4</b>	<b>Exposición individuales/grupales</b>
	Presentación ante el profesor, el resto de los compañeros y cualquier otro público invitado o participante. Tiene lugar de forma individual o colectiva. Se valorará el dominio del asunto tratado, la organización conceptual, la claridad expositiva, el respeto y racionalidad de las distintas fases y, caso de ser colectivo el ejercicio, la colaboración activa de cada uno de los miembros del equipo.
<b>AF5</b>	<b>Estudio personal y documentación</b>
	Estudio individual que el estudiante realiza para comprender, reelaborar y retener un contenido científico con vistas a una posible aplicación en el ámbito de su profesión.
	Lectura individual de textos de diferente tipo (libros, revistas, artículos sueltos, prensa, publicaciones en Internet, informes sobre experiencias prácticas, etc.) relacionados con las materias de estudio.
<b>AF6</b>	<b>Sesiones de supervisión tutorial</b>
	Tutorías personales en los que se diseñan entre profesor y alumno las estrategias para la elaboración de un trabajo y se debaten, revisan y corrigen los resultados parciales (capítulos, tareas, ejercicios, estudios).
<b>AF7</b>	<b>Trabajo práctico en entidades externas de prácticas.</b>
	Trabajo activo y práctico del alumno fuera del aula y de la Universidad en entidades colaboradoras, en un entorno profesional afín a su perfil profesional y bajo la supervisión de un profesional de la entidad colaboradora.

## SISTEMAS DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación incluye siempre algún tipo de examen y otros procedimientos para la verificación de las competencias. La calificación obtenida por el alumno viene determinada por los logros alcanzados respecto a las distintas competencias consideradas en la evaluación, según los criterios establecidos. La nota final se expresa mediante una calificación numérica expresada en una escala de 0 a 10, considerándose el 5 como el correspondiente a una adquisición suficiente de la materia.

SE1

### **Exámenes**

Ejercicio organizado de manera colectiva, con instrucciones explícitas y precisas, realizado por el alumno que puede adoptar diversos formatos y plantear distintas modalidades de preguntas. Se pide que el examinando responda de la forma en que se le requiera a un número variable de enunciados, textos o materiales planteados por el profesor con la finalidad expresa de calibrar la competencia adquirida por el estudiante en los ámbitos que correspondan.

SE2

### **Evaluación de ejercicios prácticos/resolución de problemas**

El profesor plantea ejercicios prácticos, supuestos y casos prácticos en los que el alumno deberá resolver los problemas planteados aplicando contenidos de las materias. Permite la evaluación del nivel de comprensión de conceptos y la aplicación de los mismos a situaciones concretas así como la valoración del nivel de adquisición de competencias.

SE3

### **Evaluación de exposiciones individuales/grupales**

Ejercicio organizado de manera pública, con instrucciones explícitas y precisas, realizado por el alumno en medio oral. Se pide que los examinandos expongan públicamente, de modo oral tanto individual como colectivamente. Tal presentación pública se plantea con el objeto expreso de calibrar la competencia adquirida por los estudiantes en los ámbitos que correspondan. Limitado en el tiempo y en los tipos o formatos de los materiales de presentación o distribución disponibles para los alumnos.

SE4

### **Monografías individuales/grupales**

Actividad propuesta por el profesor a partir de instrucciones explícitas y precisas que será realizada de forma individual o grupal, en función de las competencias que evalúa y de su contenido formativo. Puede consistir en la presentación de un trabajo escrito cuya modalidad y formato debe ser acorde a los requerimientos del profesor. Si se considera idóneo, en función de las competencias a evaluar, puede requerir una exposición pública, ya sea individual o grupal.

<b>SE5</b>	<b>Participación activa del alumno</b>
<b>SE6</b>	<b>Participación activa del alumno en el proceso tutorial</b>

Participación, búsqueda de información adicional, reflexión para la toma de postura personal sobre temas concretos, proactividad..., valorándose por parte del profesor de la materia tanto las aportaciones como las actitudes del alumno, fruto de un proceso de aprendizaje relacionado con las competencias definidas para la materia.

Control por parte del profesor de la capacidad del alumno de progresar adecuadamente en el proceso de aprendizaje, generalmente asociado a la producción de un trabajo académico de cierta complejidad, profundidad y extensión (especialmente trabajos fin de grado) que requiera del alumno el cumplimiento de las indicaciones y directrices del tutor, en determinados plazos fijados, con una determinada metodología explicitada. Se desarrolla generalmente a lo largo de un período prolongado, como mínimo un cuatrimestre

### **5.3 Procedimientos de coordinación docente horizontal y vertical del plan de estudios.**

La Facultad de Ciencias Humanas y Sociales dispone de una estructura de apoyo y orientación a los estudiantes y un equipo de responsables académicos (Tutores, Jefes de Estudio y Directores de Departamento) que son la base de la coordinación docente de los planes de estudios.

En la implantación del Bachelor in Global Communication – Grado en Comunicación Internacional, se prevé continuar esta coordinación y acción tutorial tanto en el nivel “horizontal” de cada curso como en el desarrollo “vertical” de todo el programa. Se busca pasar de un modelo asignatura-profesor a un modelo modular con equipos docentes por materias y promover actividades específicas de formación del profesorado para una enseñanza centrada en el aprendizaje y con una planificación basada en la adquisición de competencias y la evaluación de resultados de aprendizaje.

Los *Jefes de Estudio* velan por la adecuación de la formación a la adquisición del perfil profesional y las competencias que le son propias. Para ello coordinan el trabajo del profesorado en su progresión a lo largo de los diferentes cursos, mediante la organización de distintas reuniones de coordinación:

- **Reuniones de coordinación por curso.** Se realizan al final del curso académico para la preparación del curso siguiente. En ellas se revisan las competencias que los alumnos han de adquirir en el año académico y se coordinan las actividades formativas y de evaluación que los profesores realizarán e incluirán en sus guías docentes.
- **Reuniones de coordinación de titulación.** Asiste a ellas el profesorado de la titulación en su conjunto y se revisa la progresión en la adquisición de competencias a lo largo de los estudios.
- **Juntas de Evaluación cuatrimestral y final de curso,** para valorar conjuntamente el progreso de los alumnos a nivel individual y del grupo en su conjunto.

Los *Directores de Departamento* son responsables de la Coordinación por áreas específicas de conocimiento que agrupan un conjunto de materias y asignaturas. Se ocupan de que los contenidos de las asignaturas tengan el nivel de calidad y actualización idóneo y de que las Guías Docentes estén completas y accesibles a los estudiantes.

Entre las acciones conjuntas realizadas por la Jefatura de Estudio y la Dirección de Departamento para la coordinación horizontal y vertical destacan las siguientes:

- **Taller anual de formación para elaborar guías docentes:** La universidad programa a principio de curso, especialmente dirigido a profesores de nueva incorporación y con el objetivo de unificar criterios a la hora de desarrollar una guía docente, un taller que tiene como objetivo fundamental el desarrollo de una guía docente completa. En dicho taller se van trabajando, con una

metodología activa y participativa, los distintos elementos que componen dichas guías como por ejemplo:

- Datos identificativos de la asignatura
  - El papel de la asignatura en el Plan de Estudios
  - Prerrequisitos
  - Competencias genéricas y específicas
  - Contenidos
  - Metodología de enseñanza-aprendizaje. ECTS
  - Evaluación
  - Recursos materiales y Bibliografía
  - Cronograma de la asignatura
- 
- **Taller para planificar la evaluación de competencias.** La universidad programa a principio de curso, especialmente dirigido a profesores de nueva incorporación, un taller dirigido a profundizar sobre el enfoque de competencias como eje vertebrador de la enseñanza y el aprendizaje en el EEES. Los contenidos fundamentales trabajados en el curso son:
    - Definiciones de competencia.
    - Competencia genérica en el Tuning y sus tipos.
    - Cómo programar por competencias.
- 
- **Elaboración conjunta de guías docentes:** Con el objetivo de potenciar recursos y fortalecer el aprovechamiento de los alumnos a través de las distintas materias que conforman el plan de estudios se planifican una serie de actividades dirigidas especialmente a establecer una propuesta coordinada entre los distintos profesores de cada materia. Para ello al principio de curso se revisan de manera conjunta las guías docentes actualizadas de cada materia presentadas por los distintos profesores buscando identificar solapamientos y fomentar sinergias. Después se procede a la aprobación por el Departamento correspondiente.

**Reuniones de coordinación docente por materias.** Al menos una vez al año se reúnen los profesores implicados en cada materia para cada curso para valorar las colaboraciones existentes así como la posibilidad de establecer cambios.



#### **5.4. Movilidad de los estudiantes; sistema de reconocimiento y acumulación de créditos**

La Universidad Pontificia Comillas desea facilitar a todos sus estudiantes la continuidad de sus estudios, durante un cuatrimestre o un curso académico completo, en una universidad prestigiosa del extranjero, con la garantía de que su formación se consolide y refuerce. El perfeccionamiento de las destrezas lingüísticas, el conocimiento de un entorno cultural y social distinto del propio y el reto personal de enfrentarse a la vida fuera del entorno «protegido» de la familia constituyen aspectos fundamentales de la experiencia del intercambio y son, sin duda, de gran utilidad para la futura inserción en el mercado laboral y el desarrollo de la carrera profesional.

Para alcanzar este objetivo, la Universidad Pontificia Comillas mantiene en la actualidad más de 270 convenios de intercambio de alumnos con prestigiosas universidades de todo el mundo que le convierte, en términos relativos, en una de las universidades más internacionalizadas de España.

La Facultad de Ciencias Humanas y Sociales cuenta con convenios de intercambio con más de 60 universidades extranjeras en cuatro continentes (convenios en el marco Sócrates-Erasmus y bilaterales) y con seis universidades nacionales (marco SICUE).

En el Bachelor in Global Communication – Grado en Comunicación Internacional de Comillas, por la propia orientación de los estudios, sus especificidades y enfoques y sus perfiles profesionales orientados al ejercicio de la profesión en un entorno global, los estudiantes pueden cursar un año académico completo en una universidad extranjera, preferentemente de habla inglesa, lengua en la que deben alcanzar la mayor excelencia para el ejercicio profesional internacional. Se dispone en estos momentos ya de convenios de intercambio de alumnos para el área de Comunicación con 63 instituciones de gran prestigio en cuatro continentes, sumando más de 100 plazas de intercambio. Están representadas las lenguas inglés, francés, alemán, chino y portugués de entre las de instrucción y formación del grado. La Universidad trabajará en los próximos meses para

añadir dos universidades de mundo árabe para aquellos alumnos que se formen en esta lengua y quieran realizar un intercambio en aquel ámbito cultural y lingüístico.

Tabla: **Universidades con convenios de intercambio para el área de Comunicación**

Pais	Nombre de la Universidad	página web
Alemania	Universität Tübingen	<a href="http://www.uni-tuebingen.de">www.uni-tuebingen.de</a>
Argentina	Pontificia Universidad Católica Argentina, Buenos Aires	<a href="http://www.puc-rio.br/">www.puc-rio.br/</a>
	Universidad Católica de Córdoba	<a href="http://www.uccor.edu.ar">www.uccor.edu.ar</a>
Australia	University of Western Australia, Perth	<a href="http://www.uwa.edu.au/">www.uwa.edu.au/</a>
	University of Queensland	<a href="http://www.uq.edu.au/">www.uq.edu.au/</a>
	Australian National University, Canberra	<a href="http://www.anu.edu.au">www.anu.edu.au</a>
	The University of Sydney	<a href="http://www.usyd.edu.au/">www.usyd.edu.au/</a>
	La Trobe University, Melbourne	<a href="http://www.latrobe.edu.au/">www.latrobe.edu.au/</a>
	The University of New South Wales, Sydney	<a href="http://www.unsw.edu.au/">www.unsw.edu.au/</a>
Bélgica	Université Libre de Bruxelles	<a href="http://www.ulb.be">www.ulb.be</a>
	Université Catholique de Louvain	<a href="http://www.uclouvain.be/">www.uclouvain.be/</a>
Brasil	Pontificia Universidad Católica de Rio	<a href="http://www.puc-rio.br">www.puc-rio.br</a>
Canadá	University of Ottawa	<a href="http://www.uottawa.ca/">www.uottawa.ca/</a>
	York University	<a href="http://www.yorku.ca">www.yorku.ca</a>
	Concordia University	<a href="http://www.concordia.ca">www.concordia.ca</a>
Chile	Universidad Alberto Hurtado	<a href="http://www.uahurtado.cl/">www.uahurtado.cl/</a>
	Universidad del Desarrollo de Chile	<a href="http://www.udd.cl/relaciones-internacionales/">www.udd.cl/relaciones-internacionales/</a>
	Pontificia Universidad Católica de Chile	<a href="http://www.uc.cl">www.uc.cl</a>
	Universidad Católica de Valparaiso	<a href="http://www.uv.cl">www.uv.cl</a>
China	City University of Hong Kong	<a href="http://www.cityu.edu.hk/">www.cityu.edu.hk/</a>
Corea del Sur	Sogang University	<a href="http://www.sogang.ac.kr/english/">http://www.sogang.ac.kr/english/</a>
Colombia	Pontificia Universidad Javeriana de Cali	<a href="http://www.puj.edu.co">www.puj.edu.co</a>

Costa Rica	Pontificia Universidad Javeriana Bogotá	<a href="http://www.javeriana.edu.co/">www.javeriana.edu.co/</a>	
	Universidad Católica de Costa Rica	<a href="http://www.ucatolica.ac.cr">www.ucatolica.ac.cr</a>	
EEUU	Elmhurst College, Chicago	<a href="http://www.public.elmhurst.edu/">www.public.elmhurst.edu/</a>	
	Drexel University, Philadelphia	<a href="http://www.drexel.edu/">www.drexel.edu/</a>	
	Canisius College, Buffalo, NY	<a href="http://www.canisius.edu">www.canisius.edu</a>	
	Boston College	<a href="http://www.bc.edu">www.bc.edu</a>	
	American University, Washington	<a href="http://www.american.edu/">www.american.edu/</a>	
	University of Kansas	<a href="http://www.studyabroad.ku.edu">www.studyabroad.ku.edu</a>	
	High Point University	<a href="http://www.highpoint.edu/">http://www.highpoint.edu/</a>	
	California State University Monterey Bay	<a href="http://international.csUMB.edu">http://international.csUMB.edu</a>	
	University of Texas at Austin	<a href="http://www.utexas.edu">www.utexas.edu</a>	
	Fairfield University	<a href="http://www.fairfield.edu">www.fairfield.edu</a>	
	Seattle University	<a href="http://www.seattleu.edu/">www.seattleu.edu/</a>	
	University of Dayton	<a href="http://www.udayton.edu/">www.udayton.edu/</a>	
	University of Miami	<a href="http://www.miami.edu">www.miami.edu</a>	
	University of San Diego	<a href="http://www.sandiego.edu/">www.sandiego.edu/</a>	
	University of San Francisco	<a href="http://www.usfca.edu">www.usfca.edu</a>	
	University of Scranton, PA	<a href="http://www.scranton.edu">www.scranton.edu</a>	
	Carroll College	<a href="http://www.carroll.edu/">www.carroll.edu/</a>	
	John Carroll University	<a href="http://www.jcu.edu/index.php">www.jcu.edu/index.php</a>	
	Hawaii Pacific University, Honolulu	<a href="http://www.hpu.edu/">www.hpu.edu/</a>	
	Loyola University Maryland, Baltimore	<a href="http://www.loyola.edu/">www.loyola.edu/</a>	
	Filipinas		
		Ateneo de Manila University	<a href="http://www.admu.edu.ph">www.admu.edu.ph</a>
	Francia		
Institut Catholique de Paris		<a href="http://www.icp.fr/en/Practical/Contact-us">www.icp.fr/en/Practical/Contact-us</a>	
Université Catholique de Lille		<a href="http://www.univ-catholille.fr">www.univ-catholille.fr</a>	
Université Strasbourg		<a href="http://www-ulp.u-strasbg.fr">www-ulp.u-strasbg.fr</a>	
Université de Haute Bretagne - Rennes		<a href="http://www.uhb.fr">www.uhb.fr</a>	
Hungría			
	Eötvös Loránd University	<a href="http://www.elte.hu/en">www.elte.hu/en</a>	
	Pázmány Péter Catholic University - Budapest	<a href="http://www.ppke.hu">www.ppke.hu</a>	
Irlanda			
	University of Limerick	<a href="http://www.ul.ie/">www.ul.ie/</a>	
	University College Dublin	<a href="http://www.ucd.ie">www.ucd.ie</a>	
Israel			
	Interdisciplinary Center Herzliya (IDC)	<a href="http://www.idc.ac.il/">www.idc.ac.il/</a>	
Italia			
	Univesità Católica del Sacro Cuore – Milán	<a href="http://www.unicatt.it">www.unicatt.it</a>	
	Libera Università Maria Santísima Assumpta	<a href="http://www.lumsa.it">www.lumsa.it</a>	
México			
	ITESM Monterrey y otros campus	<a href="http://www.itesm.mx">www.itesm.mx</a>	
	ITESO - Guadalajara	<a href="http://www.iteso.mx">www.iteso.mx</a>	

Nueva Zelanda	Universidad Iberoamericana Puebla de México	www.uia.mx
	Auckland University of Technology	www.aut.ac.nz
Polonia	Universidad Católica Santa María la Antigua	usmapanama.com/usma-internacional/contactos/
	Warsaw School of Social Psychology	www.swps.edu.pl
Portugal	Universidade de Coimbra	www.uc.pt
	Universidade Autónoma de Lisboa	www.universidade-autonoma.pt
	Universidade Católica Portuguesa - Braga - Oporto	WWW.PORTO.UCP.PT/MRI
	Instituto Superior da Maia	www.ismai.pt
Puerto Rico	Universidad Católica de Puerto Rico	www.pucpr.edu
	University of Sussex	www.sussex.ac.uk
Reino Unido	University of Leeds	http://www.leeds.ac.uk/
	University of Westminster, London	westminster.ac.uk/international
	Swansea University	www.swan.ac.uk
	University of Surrey - Guildford	www.surrey.ac.uk
Venezuela	Universidad Católica Andrés Bello - Caracas	www.ucab.edu.ve

### ***Planificación y gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida***

Las Relaciones Internacionales de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales son competencia del Vicedecanato de Relaciones Internacionales, en coordinación con el Equipo Decanal. La gestión específica de los programas de intercambio es responsabilidad del Coordinador de Relaciones Internacionales (CRI), quien se encarga de establecer los contactos precisos con las Universidades de destino, realiza el seguimiento del proceso y trabaja en coordinación con las Jefaturas de Estudio en la elaboración del *Learning Agreement* en el que se especifican las asignaturas a cursar en el extranjero y sus equivalencias con las asignaturas en la Universidad Pontificia Comillas, que sirven de base para el reconocimiento y acumulación de créditos ECTS.

En la actualidad, la Universidad Pontificia Comillas dispone de una *Normativa de Reconocimiento Académico para estudiantes en intercambio internacional* (aprobada por la Junta de Gobierno de la Universidad en sesión de 7 de mayo

de 2007). Basada en la normativa general de la Universidad, la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales ha desarrollado su propia normativa para los estudiantes en intercambio que se recoge como capítulo X de las *Normas Académicas de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales* (aprobadas por Junta de Gobierno en sesión de 30 de septiembre de 2013)

#### **5.4.1 Procedimientos de gestión de Relaciones Internacionales dentro del Bachelor in Global Communication – Grado en Comunicación Internacional**

##### **5.4.1.1. Alumnos que salen al extranjero (*outgoing students*)**

**Preparación de la estancia en el extranjero.** Normalmente esta estancia se realiza en el tercer curso bajo los auspicios del Programa Erasmus/Sócrates y acuerdos bilaterales con universidades en otros continentes, aunque no es obligatoria, suelen aprovechar esta oportunidad entre 40 y 50 alumnos cada año.

- Convocatoria de reunión informativa acerca de programas de intercambio en el mes de noviembre de cada curso (mediante cartelería)
  - Información detallada acerca de las opciones, las universidades de destino y sus particularidades, las condiciones académicas y administrativas
  - Reparto de documentación:
    - Folleto *Intercambio con universidades extranjeras – Guía práctica* con información acerca de objetivos, condiciones, información acerca de las ayudas económicas, procedimientos, reconocimiento académico y listado de universidades de destino
- Información personalizada en las tutorías entre los meses de noviembre y enero
- Solicitud online a través de la página web [www.upcomillas.es](http://www.upcomillas.es)
- Evaluación de las solicitudes y asignación provisional de destino (criterios: media aritmética de las evaluaciones del mes de febrero de los alumnos de primer curso)
- Publicación de la lista provisional de plazas y destinos
- Confirmación de la aceptación de la plaza adjudicada por parte del alumno
- Reunión informativa para los solicitantes Erasmus en el mes de febrero
  - Información sobre los trámites a seguir
  - Entrega de documentación

- *Información sobre Intercambio* (documento explicativo acerca de los trámites antes, durante y después del intercambio)
  - Impreso del *Learning Agreement*
  - Impreso del Convenio financiero
  - Impreso del Certificado de incorporación y asistencia
  - Informes de alumnos de intercambio de años anteriores (por destinos)
- Publicación de la lista definitiva de intercambios (algunos pendientes de los resultados de los exámenes de septiembre)
  - Expedición de un documento acreditativo de la adjudicación de la plaza de intercambio para solicitar visados, beca de la CAM, ayudas adicionales etc.
  - Nominación de los alumnos seleccionados a las universidades de destino
  - Configuración del *Learning Agreement* con cada alumno
  - Envío por parte del CRI de la documentación de solicitud cumplimentada por el alumno a la universidad de destino (fax y correo postal)
  - Entrega del Convenio financiero en la ORI
  - Información a todos los profesores de la FCHS de los nombres y destinos de los alumnos de intercambio del curso siguiente (septiembre)

#### **Durante la estancia en el extranjero**

- Recepción de los cambios al *Previous Learning Agreement* enviados por parte de los alumnos Erasmus en el mes de octubre
- Seguimiento de los alumnos de intercambio en el extranjero via correo electrónico y posibles visitas del CRI u otro profesorado.

#### **Tras la vuelta del alumno a Comillas**

- Recepción de las notas obtenidas en la universidad extranjera y conversión de notas
- Reconocimiento académico según el *Learning Agreement* y comunicación de los resultados a los alumnos, profesores implicados y Secretaría General
- Recepción de los informes (elaborado según criterios unificados y comunicados a los alumnos por e-mail) sobre la estancia
- Recepción de los certificados de asistencia

#### **5.4.1.2. Alumnos extranjeros (*Incoming students*)**

## Antes de la llegada a Madrid

- Envío de información institucional actualizada acerca de Comillas a las universidades socias por parte de la ORI
- Renovación de los convenios de colaboración o firma de nuevos convenios entre diciembre y mayo (ORI-CRI)
- Recepción de las nominaciones de los alumnos de intercambio desde las universidades extranjeras (marzo-mayo; septiembre-octubre)
- Envío por e-mail de un paquete de información y documentación a los alumnos nominados (mayo-junio)
  - Carta del CRI
  - Información acerca de procedimiento de solicitud online
  - Impreso Solicitud de información sobre alojamiento
  - Programa de jornadas de orientación y bienvenida
  - Información sobre curso de español para alumnos extranjeros
  - Calendario académico
  - Horarios de clase
  - Programas de estudios y descripción de todas las asignaturas
  - Guía para alumnos extranjeros
- Recepción de las solicitudes debidamente cumplimentadas por parte de los alumnos extranjeros (mayo-julio)

## A la llegada a Madrid

- Reunión de información en la Universidad y en Traducción e Interpretación
  - Bienvenida en la Facultad
  - Orientación sobre asignaturas y planes de estudio
  - Visita guiada a la sede y las instalaciones
  - Entrega de documentación
    - Carta de bienvenida del CRI
    - Libro *Vivir en Madrid*
    - Libro *Guía de la FCHS*
    - Libro *Faculty of Human and Social Sciences* (inglés)
    - Libro *Guide for foreign students/Guía para alumnos extranjeros* (bilingüe)
    - Impreso de matriculación
- Orientación personalizada sobre la elección de asignaturas en las tutorías (octubre)
- Recepción del impreso de matriculación con los datos personales y las asignaturas elegidas (octubre)
- Matriculación en Decanato y comunicación a Secretaría General
- Entrega de carnet de estudiante y clave de ordenador (Secretaría de Decanato)

- Actualización de la base de datos de *Incoming*

#### **Al final de la estancia en Comillas**

- Entrega de certificado de asistencia a los alumnos
- Envío de resultados académicos obtenidos a la universidad de origen (ORI)

#### **5.4.2. Ayuda económica**

Todos los alumnos seleccionados para una plaza de intercambio Erasmus recibirán la Beca Erasmus (una parte de la Comisión Europea, otra del Ministerio español de Educación) que constituye una ayuda financiera complementaria pero en ningún caso suficiente para cubrir los costes de vida en el extranjero. La beca será abonada en dos tandas: la primera parte se transferirá antes de Navidades de cada curso académico a la cuenta corriente que el alumno indique, la segunda en marzo. Los alumnos con destino en Suiza no recibirán una beca Erasmus, sino otra equiparable del Gobierno helvético. Los alumnos que estudien fuera de los países asociados a los programas Erasmus+/Sócrates no recibirán beca Erasmus.