

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1. ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS

El Título de **Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas** por la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) comprende 240 créditos ECTS repartidos de la siguiente forma:

DISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS EN CRÉDITOS ECTS GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	
FORMACIÓN BÁSICA	60
OBLIGATORIAS	150
OPTATIVAS	24
TRABAJO FIN DE GRADO	6
TOTAL	240

Las asignaturas que componen los 60 créditos de **formación básica**, según lo establecido en el Anexo de la la Orden ECI/3854/2007, de 27 de diciembre, por la que se establecen lo requisitos para la verificación de los títulos, se detallan a continuación en una tabla con los siguientes contenidos:

Asignatura	Rama de Conocimiento	Materia	Créditos ECTS
Lengua Española	Artes y Humanidades	Lengua	6
Teoría de la Comunicación Social	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación	6
Sociología General	Ciencias Sociales y Jurídicas	Sociología	6
Introducción al Derecho	Ciencias Sociales y Jurídicas	Derecho	6
Tecnología y Gestión de la Información y del Conocimiento	Ingeniería y Arquitectura	Informática	6
Introducción a la Economía	Ciencias Sociales y Jurídicas	Economía	6
Estadística	Ciencias Sociales y Jurídicas	Estadística	6
Comunicación Escrita	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación	6
Introducción a la Psicología de la Comunicación	Ciencias Sociales y Jurídicas	Psicología	6
Marketing y Globalización	Ciencias Sociales y Jurídicas	Comunicación	6
TOTAL CRÉDITOS ECTS		60	

Las asignaturas que componen los 150 créditos de **formación obligatoria** se detallan a continuación en la siguiente tabla:

Asignatura	Módulo	Créditos ECTS
Teoría de la Publicidad	Teoría, Estructura y Organización Publicitaria y de las Relaciones Públicas	6
Fundamentos de las Relaciones Públicas	Teoría, Estructura y Organización Publicitaria y de las Relaciones Públicas	6
Publicidad y Manifestaciones Culturales	Publicidad, Relaciones Públicas y Sociedad	6
Creatividad en Comunicación	Teoría, Estructura y Organización Publicitaria y	6

	de las Relaciones Públicas	
Narrativa Audiovisual	Fundamentos Comunicativos para la Publicidad y las Relaciones Públicas	6
Lenguaje Publicitario	Teoría, Estructura y Organización Publicitaria y de las Relaciones Públicas	6
Comunicación Institucional	Procesos y Técnicas de las Relaciones Públicas	6
Fundamentos de la Comunicación en el Entorno Digital	Comunicación y Nuevas Tecnologías	6
Fundamentos del Diseño Gráfico	Procesos de Creación Publicitaria	6
Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas	Publicidad, relaciones públicas y sociedad	6
Creatividad Publicitaria I: Redacción	Procesos de Creación Publicitaria	6
Publicidad Audiovisual	Procesos de Creación Publicitaria	6
Empresa Publicitaria y de las Relaciones Públicas	Teoría, Estructura y Organización Publicitaria y de las Relaciones Públicas	6
Planificación de Medios Publicitarios	Investigación, Planificación y Compra de Medios y Soportes Publicitarios	6
Gestión de Eventos y Protocolo	Procesos y Técnicas de las Relaciones Públicas	6
Investigación en Medios Digitales	Investigación, Planificación y Compra de Medios y Soportes Publicitarios	6
Creatividad Publicitaria II: Dirección de Arte	Procesos de Creación Publicitaria	6
Identidad Corporativa	Procesos y Técnicas de las Relaciones Públicas	6
Opinión Pública	Fundamentos Comunicativos para la Publicidad y las Relaciones Públicas	6
Investigación de Mercados	Investigación, Planificación y Compra de Medios y Soportes Publicitarios	6
Estructura de la Comunicación	Fundamentos Comunicativos para la Publicidad y las Relaciones Públicas	6
Redes sociales y Community Management	Procesos y Técnicas de las Relaciones Públicas	6
Grupos de Presión y Persuasión	Procesos y Técnicas de las Relaciones Públicas	6
Derecho de la Publicidad	Publicidad, Relaciones Públicas y Sociedad	6
Taller de Publicidad y Relaciones Públicas	Taller de Publicidad y Relaciones Públicas	6
TOTAL CRÉDITOS ECTS: 150		

A estas asignaturas obligatorias hay que sumar el **Trabajo Fin de Grado**, con 6 créditos ECTS, también de carácter obligatorio.

Las asignaturas **optativas**, de carácter multidisciplinar más las Prácticas Externas, son las siguientes:

MATERIAS OPTATIVAS DE CARÁCTER MULTIDISCIPLINAR Y PRÁCTICAS EXTERNAS		
Asignaturas	Módulo	CRÉDITOS ECTS
Dirección de Cuentas	Formación Multidisciplinar	6
Gestión de Portavoces y Relaciones Institucionales	Formación Multidisciplinar	6
Diseño y Gestión de Campañas Online y Offline	Formación Multidisciplinar	6

Comunicación Política	Formación Multidisciplinar	6
Marketing Estratégico	Formación Multidisciplinar	6
Propaganda Política	Formación Multidisciplinar	6
Psicología Económica	Formación Multidisciplinar	6
Literatura y Creación Literaria	Formación Multidisciplinar	6
Movimientos Artísticos y Tendencias Estéticas	Formación Multidisciplinar	6
Inglés	Formación Multidisciplinar	6
Fotografía Publicitaria	Formación Multidisciplinar	6
Comunicación Televisiva	Formación Multidisciplinar	6
Comunicación Radiofónica	Formación Multidisciplinar	6
Historia de la Comunicación Social	Formación Multidisciplinar	6
Historia del Cine	Formación Multidisciplinar	6
Documentación Informativa	Formación Multidisciplinar	6
Teoría de la Comunicación Interpersonal	Formación Multidisciplinar	6
Prácticas Externas	Prácticas Externas	6

Para cursar las asignaturas de materias optativas, en cada curso académico la universidad hará una oferta suficiente de asignaturas que permitan a todos sus estudiantes superar los 24 créditos ECTS previstos para las mismas.

Asimismo, los estudiantes, de conformidad con lo establecido en la normativa vigente, podrán solicitar el reconocimiento de un máximo de 6 créditos en materias optativas por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.

EXPLICACIÓN GENERAL DE LA PLANIFICACIÓN DE ESTUDIOS

Como paso previo a describir en detalle el plan de estudios y facilitar la comprensión del mismo, y siguiendo la recomendación de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), se incluye a continuación una explicación sobre la manera en la que se van a estructurar las enseñanzas.

Así mismo, antes de desarrollar la planificación de las enseñanzas, conviene aclarar que la estructura del plan de estudios se presenta desglosada por módulos, en la forma establecida por la Orden ECI/3854/2007, de 27 de diciembre, por la que se establecen los requisitos para la verificación de los títulos, y en la medida que sea aplicable tal como permite el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, así como la "Guía de Apoyo para la Elaboración de la Memoria de Solicitud de Verificación de Títulos Oficiales" diseñada por la ANECA. En concreto, esta guía aconseja distinguir entre las unidades administrativas de matrícula (asignaturas) y las unidades académicas de enseñanza-aprendizaje (que pueden expresarse en términos de módulos o materias). Al mismo tiempo, se recomienda no desarrollar el modelo de ordenación de las enseñanzas en términos demasiado detallados, que puedan dificultar la realización de pequeños ajustes y mejoras una vez implantado el título. Atendiendo a estas recomendaciones, aunque se ha partido del módulo como unidad básica de planificación de las enseñanzas, al mismo tiempo se ha tratado de concretar lo más posible los contenidos formativos del plan de estudios, según las diferentes asignaturas que forman los conjuntos de las materias de formación básica y de las materias obligatorias, con su correspondiente carga en créditos ECTS.

En consonancia con las ideas anteriores, las actividades formativas, la metodología de enseñanza y aprendizaje y los sistemas de evaluación se refieren siempre a los módulos correspondientes, procurando proporcionar información suficientemente específica para facilitar la verificación del título propuesto, pero sin concretar aquellos detalles que deberán ser objeto de un desarrollo posterior, en las guías académicas y en los programas de las asignaturas.

La totalidad de las materias básicas, que sirven para que el estudiante alcance un nivel adecuado, que le permita comprender y asimilar las materias de los cursos sucesivos, se imparten en el primer curso, por tanto, su distribución temporal queda ajustada a lo que señalan la Orden ECI/3854/2007 y el Real Decreto 1393/2007.

Junto a las materias básicas (60 ECTS), se ha establecido un total de 150 créditos (incluido el **Taller de Publicidad y Relaciones Públicas**) de materias de carácter obligatorio.

Las materias optativas desglosadas por asignaturas, se pueden cursar a partir del primer semestre del tercer

curso, buscando que su aprendizaje capacite al estudiante para el desempeño de los perfiles profesionales perseguidos en este Grado.

Finalmente, en el cuarto año se incluye el **Taller de Publicidad y Relaciones Públicas**, que se compone de 6 créditos, y el Trabajo Fin de Grado (TFG) con otros 6 créditos ECTS. Ambas materias permiten al estudiante consolidar las habilidades y destrezas, prácticas y técnicas, que deben adquirir los alumnos en su capacitación como profesionales de la publicidad y las relaciones públicas en los distintos ámbitos de actuación. Para lograr los objetivos marcados para los estudios de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se presentan a continuación los módulos (y su distribución en créditos) en que se agrupan todas las materias del plan de estudios.

Del total de asignaturas optativas ofertadas, **diecisiete (102 créditos ECTS)**, el estudiante deberá cursar únicamente cuatro de ellas (24 créditos ECTS).

Distribución del Plan por cursos y semestres (unidad temporal), créditos (ECTS), carácter básico, obligatorio u optativo

La siguiente tabla presenta la composición del plan de estudios y su organización temporal por semestres y asignaturas, estructurado en cuatro años. Cada curso académico consta de un total de 10 asignaturas (60 créditos ECTS); a su vez, dichas asignaturas se dividen en dos semestres por curso, de modo que el estudiante puede obtener hasta 30 créditos en cada semestre:

Denominación	Carácter	ECTS	Denominación	Carácter	ECTS
PRIMER CURSO. PRIMER SEMESTRE			PRIMER CURSO. SEGUNDO SEMESTRE		
Teoría de la Publicidad	Obligatoria	6	Fundamentos de las Relaciones Públicas	Obligatoria	6
Teoría de la Comunicación Social	Básica	6	Creatividad en Comunicación	Obligatoria	6
Lengua Española	Básica	6	Marketing y Globalización	Básica	6
Introducción a la Economía	Básica	6	Introducción al Derecho	Básica	6
Tecnologías y Gestión de la Información y del Conocimiento	Básica	6	Comunicación Escrita	Básica	6
Total primer curso, primer semestre		30	Total primer curso, segundo semestre		30
SEGUNDO CURSO. PRIMER SEMESTRE			SEGUNDO CURSO. SEGUNDO SEMESTRE		
Sociología General	Básica	6	Estadística	Básica	6
Introducción a la Psicología de la Comunicación	Básica	6	Empresa Publicitaria y de las Relaciones Públicas	Obligatoria	6
Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas	Obligatoria	6	Investigación de Mercados	Obligatoria	6
Narrativa Audiovisual	Obligatoria	6	Fundamentos del Diseño Gráfico	Obligatoria	6
Comunicación Institucional	Obligatoria	6	Lenguaje Publicitario	Obligatoria	6
Total segundo curso, primer semestre		30	Total segundo curso, segundo semestre		30
TERCER CURSO. PRIMER SEMESTRE			TERCER CURSO. SEGUNDO SEMESTRE		
Creatividad Publicitaria I: Redacción	Obligatoria	6	Publicidad y Manifestaciones Culturales	Obligatoria	6
Publicidad Audiovisual	Obligatoria	6	Creatividad Publicitaria II: Dirección de Arte	Obligatoria	6
Fundamentos de la Comunicación en el Entorno Digital	Obligatoria	6	Identidad Corporativa	Obligatoria	6
Planificación de Medios Publicitarios	Obligatoria	6	Opinión Pública	Obligatoria	6
Optativa 1	Optativa	6	Optativa 2	Optativa	6
Total tercer curso, primer semestre		30	Total tercer curso, segundo semestre		30
CUARTO CURSO. PRIMER SEMESTRE			CUARTO CURSO. SEGUNDO SEMESTRE		
Estructura de la Comunicación	Obligatoria	6	Derecho de la Publicidad	Obligatoria	6
Redes Sociales y Community Management	Obligatoria	6	Investigación en Medios Digitales	Obligatoria	6
Grupos de Presión y Persuasión	Obligatoria	6	Optativa 4	Optativa	6
Gestión de Eventos y Protocolo	Obligatoria	6	Trabajo Fin de Grado	Obligatoria	6
Optativa 3	Optativa	6	Taller de Publicidad y Relaciones Públicas	Obligatoria	6
Total cuarto curso, primer semestre		30	Total cuarto curso, segundo semestre		30

Aprovechamiento eficiente de los créditos en las modalidades a tiempo completo o a tiempo parcial.

Cada una de las acciones formativas tiene asignado un porcentaje del total de créditos de los que consta el módulo, entendiendo que el crédito es una unidad de medida que representa la cantidad de trabajo del estudiante para cumplir con los objetivos del programa, integrando tanto la enseñanza teórica y práctica, como las actividades académicas dirigidas y el trabajo individual o en grupo, necesario para alcanzar los objetivos formativos propios de cada uno de los módulos.

Con esta distribución se pretende:

- Un mejor aprovechamiento del crédito, ya que las acciones formativas en las que se distribuye la carga docente están claramente definidas.
- Una mayor transparencia en las actividades formativas previstas en cada módulo, con una distribución definida de tareas.
- Una mayor claridad en la evaluación, al distribuir el porcentaje de evaluación en función de cada una de las actividades formativas.

En la metodología de enseñanza de la UDIMA, a través de una plataforma virtual de enseñanza *on-line*, la programación se contiene en la «Guía docente de la Asignatura», en la que el profesor distribuye el contenido de las enseñanzas en las semanas lectivas programadas.

Antes de comenzar a explicar el posible itinerario formativo a seguir por el estudiante y antes de introducirnos en el contenido específico del Grado, es prioritario iniciarse y familiarizarse con el sistema de aprendizaje de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA).

Respeto a los derechos fundamentales, igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.

En las distintas Materias (Módulos) del Grado se garantiza que el futuro egresado, en su ejercicio profesional, realizará sus funciones respetando siempre:

- Los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.
- Los derechos humanos, facilitando su promoción, así como los principios de accesibilidad universal y diseño para todos, de conformidad con lo dispuesto en la disposición final décima de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de Igualdad de Oportunidades, no Discriminación y Accesibilidad Universal de las Personas con Discapacidad.
- Los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos.

Notas previas a todas las Materias (Módulos): actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación y calificación**▪ 1. Actividades formativas**

Las actividades formativas en las que se basa el estudio en la UDIMA son las siguientes:

- Estudio de las Unidades Didácticas.
- Lectura de artículos y bibliografía asociada a las materias objeto de estudio.
- Supuestos y casos prácticos.
- Búsqueda de información.
- Redacción o realización de informes.
- Acción tutorial.
- Evaluación.
- Realización de las prácticas en una entidad u organización de ámbito publicitario o de relaciones públicas.
- Elección de un tema concreto a desarrollar (para el Trabajo Fin de Grado).
- Formulación de un plan metódico de trabajo y análisis de datos (para el Trabajo Fin de Grado).
- Obtención de resultados y formulación de los mismos en la Memoria final (para el Trabajo Fin de Grado).
- Preparación de la exposición oral (para el Trabajo Fin de Grado).

A continuación, se describe cada una de ellas:

● **Estudio de las Unidades Didácticas.** Las Unidades didácticas constituyen el Manual de la asignatura, de índole teórico-práctico, con ejemplos reales y propuesta de supuestos y ejemplos. Tanto el Manual correspondiente como el material didáctico complementario está disponible tanto en formato Libro como en archivo PDF en el aula virtual a disposición del estudiante.

● **Lectura de artículos y bibliografía asociada a las materias objeto de estudio.** La Biblioteca de UDIMA, lleva a cabo una política de gestión de la colección orientada al personal investigador, así como para nuestros estudiantes de grado y postgrado. Selecciona y adquiere fondos específicos para los diferentes programas ofertados, especialmente aquellos de carácter electrónico o virtual debido a la naturaleza de la docencia. Forma parte de la Red de Bibliotecas Universitarias (REBIUN) y dispone de un servicio de Préstamo Interbibliotecario. La UDIMA pone a disposición de los estudiantes, profesores e investigadores un conjunto de recursos de información a través del servicio de Biblioteca perteneciente a la Unidad de Servicios de Apoyo a la Investigación de la OTRI.

En la actualidad contamos con los siguientes recursos de información en formato electrónico:

- **Summon:** Plataforma de descubrimiento que permite al usuario consultar todos los recursos en una única consulta.

- **Proquest:** Actualmente se dispone de acceso a un total de 11 bases de datos de publicaciones periódicas de los diversos ámbitos del conocimiento en la modalidad de texto completo.

- **Ebrary:** Se trata de una gran biblioteca de libros electrónicos de todos los ámbitos del conocimiento que cuenta con dos colecciones principales, una en castellano y otra en inglés.

- **Web of Knowledge (WoK):** Es una plataforma de la empresa Thomson Reuters basada en tecnología web, formada por una amplia colección de bases de datos bibliográficas, citas y referencias de publicaciones científicas de cualquier disciplina del conocimiento, tanto científico, como tecnológico, humanístico y sociológico, desde 1945.

- **Refworks:** Es una herramienta para gestionar referencias bibliográficas en entorno web que permite:

- Crear una base de datos personal para almacenar referencias importadas de bases de datos (como Web of Knowledge WOK) o añadidas manualmente.

- Gestionar las referencias creando carpetas por materias, asignaturas, proyectos, etc.

- Generar automáticamente bibliografías en diversos formatos (MLA, Vancouver, etc.) de las referencias guardadas y exportarlas de manera fácil a un documento de texto.

- **Ceflegal:** Base de datos jurídica creada por el Centro de Estudios Financieros (CEF) que abarca los principales ámbitos del derecho como son Tributación, Civil, Mercantil y Socio-Laboral.

- **IUSTEL:** Portal especializado en derecho constituido por 51.300 referencias bibliográficas de las que 6800 son trabajos a texto completo. Incluye libros, obras colectivas, trabajos de autor y 40 revistas jurídicas especializadas en todas las ramas y disciplinas jurídicas.

También se ha elaborado una relación de recursos de información de acceso gratuito organizado en las diferentes ramas del saber.

Adicionalmente, la Universidad tiene una biblioteca física con más de 7500 ejemplares relacionados con todas las materias que se imparten en la UDIMA.

● **Supuestos y casos prácticos.** Los supuestos y casos prácticos serán proporcionados por el profesor, estando disponibles en el Aula virtual, y basados en casos y supuestos reales. Tras el estudio de la metodología utilizada por los referentes externos consultados (punto 2.1 de este Plan), la UDIMA apuesta por un enfoque metodológico eminentemente práctico, buscando el equilibrio entre la teoría y la práctica, basando sus explicaciones en supuestos extraídos de la realidad y preparando a los alumnos para que sean capaces de analizar y aplicar la teoría a los casos propuestos.

● **Búsqueda de información.** La búsqueda de información se llevará a cabo mediante las técnicas de gestión de información y del conocimiento a través de Internet y de las bases de datos disponibles.

● **Redacción o realización de informes.** La redacción o realización de informes implica el desarrollo de la capacidad de argumentación, análisis y síntesis, de acuerdo a los conocimientos adquiridos y a la búsqueda de información fiable que permita dar una opinión o un dictamen de carácter técnico, con fundamento y solidez, ante un supuesto de hecho particular planteado.

● **Acción tutorial.** La acción tutorial implica la participación del profesor para diseñar y planificar la asignatura, la propuesta de actividades, los plazos de entrega, la dinamización de la participación y motivación del estudiante a través de los foros, la resolución de dudas y problemas, así como la disponibilidad para cualquier cuestión que se pueda plantear al estudiante. Para todo ello, existen tutorías telefónicas (en los horarios marcados) o vía plataforma (en cualquier momento, con el compromiso de contestar en un plazo máximo de 48 horas).

● **Evaluación.** La evaluación de las actividades formativas previstas implicará tanto la calificación como el feed-back correspondiente al estudiante.

● **Realización de las Prácticas en una entidad u organización de ámbito publicitario o de relaciones públicas.** Se trata de aproximar a los estudiantes al ejercicio de la actividad profesional con el fin de poner en práctica los conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo de su formación académica, completando así su formación teórica. Además de los objetivos específicos por razón de la materia, pueden señalarse los siguientes objetivos de carácter general:

- Facilitar la futura inserción y adaptación del estudiante a una empresa u organización mediante el conocimiento de la estructura y funcionamiento de la organización correspondiente.
- Familiarizar al estudiante con la dinámica cotidiana del entorno laboral y profesional.

La organización de las “Prácticas Externas” se realizará de acuerdo con la normativa vigente sobre prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios. Las prácticas se realizarán a través del oportuno convenio de cooperación educativa con empresas o asociaciones, que tiene como finalidad permitir a los alumnos tener una experiencia laboral, al mismo tiempo que las empresas conocen a potenciales recursos humanos óptimos para mejorar su competitividad. Las empresas que colaboran en este programa facilitan un espacio para que los alumnos demuestren los conocimientos adquiridos, así como las destrezas y habilidades que poseen. Las prácticas en empresas o instituciones proporcionan una experiencia formativa y profesional que, generalmente, reconoce el mercado laboral.

● **Para el Trabajo Fin de Grado**, específicamente, tenemos las siguientes actividades formativas (que se complementan con las anteriores):

- **Elección de un tema concreto a desarrollar (para TFG):** Los Trabajos Fin de Grado serán definidos mediante un listado de temas elaborado cada año académico por el profesorado especializado del Grado, de modo que se asegure así la relevancia de tales temáticas, para la formación completa de los estudiantes.

- **Formulación de un plan metódico de trabajo y análisis de datos (para TFG):** Los estudiantes propondrán una formulación concreta de su trabajo de investigación, y presentarán un plan de trabajo que será examinado y aprobado con las correcciones e indicaciones que fueran pertinentes, siendo asignado un Profesor Ponente que asumirá la dirección académica del mismo.

- **Obtención de resultados y formulación de los mismos en la Memoria final (para TFG):** Consiste en la redacción de una Memoria que acredite el correcto conocimiento y uso del lenguaje especializado y de la metodología de análisis adecuada.

- **Preparación de la exposición oral del Trabajo (para TFG):** Preparación de la presentación oral del Trabajo de una manera sintética que recoja todo el núcleo principal del Trabajo.

▪ 2. Metodologías docentes

Son la manera en que el estudiante va adquiriendo los conocimientos que le llevarán a la consecución del Título. La metodología adoptada para el aprendizaje y evaluación de sus contenidos se encuentra adecuada a la modalidad de enseñanza a distancia, y se desglosa en las siguientes técnicas:

■ **Tutorías telefónicas.** A través de las tutorías telefónicas (entre tres y cuatro días a la semana, durante dos horas) los alumnos pueden consultar con los profesores las dudas acerca de materia estudiada, así como recibir recomendaciones sobre cómo abordar la titulación de un modo más eficaz, siendo asesorados en función de la disponibilidad para estudiar que disponga cada alumno.

■ **Clases Blackboard Collaborate.** Blackboard Collaborate es una aplicación que permite a varias personas comunicarse a distancia y en tiempo real compartiendo información de forma oral, a través de una pizarra virtual y de otras utilidades como la compartición de escritorio. La pizarra virtual permite al profesor escribir en ella o mostrar presentaciones de diapositivas. Además, cuenta con la posibilidad de grabar las sesiones, que posteriormente serán publicadas en el aula virtual para que los alumnos tengan acceso a ellas cuando deseen. Esta opción posibilita que todos los alumnos puedan acceder a la clase impartida en un horario distinto a aquel en que tuvo lugar la sesión. Las salas de Blackboard Collaborate tienen una capacidad superior a cien estudiantes conectados simultáneamente.

■ **Comunicación en el Aula Virtual.** A lo largo de los estudios los alumnos y el profesor mantienen una comunicación constante en tiempo real o de forma diferida. Por medio del aula el estudiante se puede comunicar a cualquier hora con su profesor y con su compañeros. Las dudas conceptuales o procedimentales que surjan tras el estudio razonado de las unidades del manual y del material complementario, deben plantearse en el foro de tutorías correspondiente activado en el Aula Virtual, sin perjuicio de que puedan ser, asimismo, formuladas por vía telefónica, de acuerdo con el horario de tutorías establecido.

■ **Comunicación Síncrona.** Para la comunicación síncrona (en tiempo real) en el Aula se utiliza el Chat de Moodle y la Sala de Blackboard Collaborate, lo que permite la adquisición de conocimientos en línea.

■ **Comunicación Asíncrona.** La comunicación asíncrona (diferida en el tiempo) se realiza mediante el uso de los Foros. Estos son de varios tipos:

- Tablón de Anuncios: aquel en el cual el profesor envía todos los comunicados importantes relativos a la materia.
- Foro Entre Estudiantes: destinado exclusivamente a que los alumnos puedan comunicarse entre ellos sin intervención por parte del profesor.
- Foros de Tutorías: donde los alumnos plantean todas las dudas referidas a la materia.
- Otros Foros que el profesor estime oportuno crear para el mejor desarrollo de los estudios.

■ **Buzones de entrega.** Es la herramienta que permite al alumno enviar al profesor sus informes, siendo posteriormente devueltos al estudiante a través del buzón corregidos y calificados.

■ **Unidades didácticas adaptadas a la enseñanza a distancia.** Todas las asignaturas disponen de un manual, bien externo o interno editado por UDIMA, en el que las unidades didácticas están adaptadas a la enseñanza a distancia.

■ **Guía Docente.** Se trata de la planificación detallada de una asignatura o un módulo basada en los principios que guían el proceso de creación de un Espacio Europeo de Educación Superior. Es una herramienta básica del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS) para alcanzar el objetivo de promover la cooperación europea en garantía de calidad mediante el desarrollo de metodologías y criterios comparables, según lo dispuesto en la Declaración de Bolonia. La Guía Docente siempre es revisada por el director del departamento correspondiente.

■ **Second Life.** Es un metaverso accesible gratuitamente donde los alumnos encuentran el campus virtual de la UDIMA, lo cual les permite la interacción con otros estudiantes no sólo de la titulación que están cursando sino de cualquier otra. A través de Second Life, en las diferentes salas con las que cuenta la universidad, los profesores imparten clases virtuales, organizan visitas guiadas a otros lugares, hacen simulacros en determinadas prácticas, e incluso posibilitan y facilitan la realización de trabajos en grupo. El enlace a Second Life se encuentra en cada una de las Aulas.

■ **Material Audiovisual.** Los profesores complementan las unidades didácticas con materiales audiovisuales (vídeos, podcasts, etc) que refuerzan los contenidos de las Unidades Didácticas. La UDIMA cuenta con un canal en Youtube actualizado permanentemente con vídeos de interés para el alumnado. El enlace a este canal de la UDIMA se encuentra en todas las Aulas.

■ **Bases de datos y glosarios.** Se trata de repositorios de información que son utilizados tanto para complementar la información de las unidades como para favorecer el aprendizaje colectivo.

■ **Blogs, wikis y google docs.** Los blogs, las wikis y la herramienta google docs se utilizan para que los estudiantes puedan participar activamente y trabajar cooperativamente en la construcción del aprendizaje, garantizando su uso la adquisición de competencias de carácter multidisciplinar.

■ **Planificación de las Prácticas [metodología aplicable únicamente a la materia (módulo) de prácticas externas].** Se trata de la planificación detallada de las Prácticas en una empresa u organización de acuerdo al contenido del Acuerdo de colaboración firmado entre dicho centro y la UDIMA. Esta planificación contemplará tanto los aspectos sustantivos objeto de las prácticas, como su extensión y planificación temporal por semanas.

■ **Tutorización de la entidad colaboradora [metodología aplicable únicamente a la materia (módulo) de prácticas externas].** El Tutor de la entidad colaboradora es el responsable de explicar y guiar al estudiante en el desarrollo de las prácticas, aportando su conocimiento práctico y experiencia, y evaluando las actividades realizadas por el estudiante. La entidad colaboradora emitirá un informe relativo a la presencia del alumno en el lugar de trabajo asignado y del seguimiento del Programa, que remitirá a la finalización de las mismas a la Universidad. El informe deberá incluir el número de horas de prácticas que se han desarrollado. Todo ello cumpliendo con la normativa vigente sobre prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios.

■ **Tutorización interna (académica) [metodología aplicable únicamente a la materia (módulo) de prácticas externas].** El tutor interno (académico), perteneciente a la universidad, debe estar disponible en los horarios marcados de Tutorías, tanto telefónicas como on-line, para atender las posibles demandas del estudiante, en relación a las Prácticas. Además, supervisará el desarrollo de las prácticas y realizará su evaluación, a la vista de los resultados del aprendizaje en el entorno de la empresa o despacho y de los informes realizados, tanto por la entidad colaboradora como por el propio estudiante. Todo ello cumpliendo con la normativa vigente sobre prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios.

■ **Aula taller de diseño y edición.** Para alcanzar las competencias necesarias en algunas de las asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas que requieren la realización de actividades de carácter práctico se necesita el uso de software especializado. Las actividades consisten en ejercicios, actividades o pruebas que necesitan el uso de programas específicos para configurar o desarrollar ciertas salidas a partir de un enunciado, y que sirven para ayudar a la adquisición de una o varias competencias. En el apartado 7 de la Memoria del Plan de Estudios se detalla dicho software especializado.

▪ Sistemas de evaluación y calificación

Cada una de las materias (módulos) formativos que componen el Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas incluye una o varias asignaturas, por lo que el sistema de evaluación se ha planteado de forma genérica en cada uno de ellos, sabiendo que las materias que conforman la materia (módulo) tendrán sus especificidades dentro de las directrices generales que la materia (módulo) debe tener.

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización y, en su caso, superación de

diferentes tipos de actividades. El peso que cada una de estas actividades formativas tendrá en la evaluación del aprendizaje, estará determinado en función de los objetivos de aprendizaje descritos en el plan de estudios al que pertenece la asignatura y se expresará en porcentajes. Los pesos porcentuales establecidos para evaluar las actividades de cada asignatura serán descritos en detalle en la ficha de cada materia (módulo) o asignatura contenida en la planificación de la enseñanza y se establecerán a partir de los máximos y mínimos establecidos en la siguiente tabla:

Participación en actividades de aprendizaje (AAs)	10-20%
Controles	10-20%
Actividades de Evaluación Continua (AECs): supuestos y casos prácticos, trabajos de búsqueda de información, realización de informes y presentación de informes.	20-30%
Examen final presencial	50-60%
TOTAL	100,00%

En todas las asignaturas debe haber un seguimiento académico del estudiante a través de la calificación de actividades didácticas, basadas en las características del Espacio Europeo de Educación Superior, las cuales se desarrollan utilizando diferentes herramientas telemáticas por parte del profesorado.

Los sistemas de evaluación comunes a todas las asignaturas se describen de la siguiente manera:

- **Actividades de aprendizaje (AA):** cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual o colectiva del conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario, que permite la creación colectiva de diccionarios o bases de datos, Cuestionarios (tests de autoevaluación de conocimientos) y Foros, que permiten la realización de foros de debate, todos ellos a disposición de los estudiantes en la Plataforma de Teleformación.
- **Controles:** siguiendo una dinámica de trabajo que es habitual en todos los sistemas de enseñanza a distancia y también en muchos ámbitos de la enseñanza presencial, los alumnos realizarán Controles, consistentes en pruebas de evaluación tipo test que tienen como finalidad la evaluación de los conocimientos adquiridos durante el estudio de una o varias unidades didácticas.
Desde el primer día el estudiante podrá realizar los controles desde el Aula Virtual de la asignatura en cuestión, respetando las fechas de realización recogidas en el cronograma de actividades didácticas de la asignatura. La calificación y corrección de los controles se realiza automáticamente desde la herramienta «**Cuestionarios**» de la Plataforma de Teleformación. El estudiante podrá consultar a posteriori en línea todos los intentos realizados con el *feedback* correspondiente y la calificación obtenida. De esta forma, se potencia el autoaprendizaje y una progresión académica más rápida y motivada. A través de ellos, el profesor sigue la tarea del estudiante y éste conoce sus niveles de avance en la materia y los puntos en los que pueda necesitar un mayor refuerzo.
Los tests del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas se compondrán de 20 preguntas elegidas al azar por el sistema y de forma automática a partir de una bolsa de aproximadamente 100 preguntas. Se permite que el estudiante realice el mismo test en dos ocasiones, reconstruyendo la herramienta en cada intento un nuevo test con preguntas extraídas al azar de la bolsa. La calificación que finalmente se tendrá en cuenta será la más alta de los dos intentos.
- **Actividades de Evaluación Continua (AECs):** al tratarse de una formación para una profesión eminentemente práctica, en todas las materias (módulos) los alumnos realizarán una serie de Actividades de Evaluación Continua, consistentes en la realización de supuestos prácticos, trabajos basados en la búsqueda de información, de realización y presentación de informes, entre otros. Dichas pruebas a criterio del profesor, podrán plantearse para su desarrollo a título individual y/o en grupo (fomento del trabajo colaborativo).

La Plataforma de Teleformación cuenta, entre otras, con las siguientes herramientas asociadas al desarrollo de las actividades de evaluación (AECs), las actividades de aprendizaje (AA) y los controles:

- **Buzones de Entrega de Ficheros:** en los buzones de entrega de ficheros los estudiantes pueden subir sus documentos (informes) durante el plazo especificado de entrega, quedando registro de la fecha y hora en la que ésta tiene lugar. Aplicable para la realización y entrega de casos, supuestos prácticos, búsqueda de información, elaboración y presentación de informes, memorias y propuestas.

- **Cuestionarios:** es la herramienta que permite la realización de controles (pruebas de evaluación tipo test), según una bolsa propuesta por el profesor, que la propia plataforma presenta al estudiante para su realización, eligiendo el número de preguntas al azar que se haya programado y siendo corregidas en el momento, sin perjuicio del correspondiente *feedback* por parte del profesor.

- **Bases de Datos y Glosarios:** las bases de datos y los glosarios permiten que todos los estudiantes trabajen

sobre un mismo repositorio de información en el que cada uno vuelca los resultados de la información que localiza en bibliotecas, bases de datos documentales, páginas web de carácter científico, etc.

- **Talleres:** a través del taller el profesor repartirá los trabajos realizados por el alumnado entre los propios estudiantes para que cada uno de ellos lea y califique los llevados a cabo por otros compañeros.

Al final de cada asignatura habrá un **examen final presencial**, con las excepciones que se reseñan a continuación. Éste incluirá preguntas o análisis de casos en todas aquellas materias (módulos) en que se divide el grado, que así lo requieran.

En la Materia (Módulo) de **Taller de Publicidad y Relaciones Públicas** no habrá examen final presencial. El estudiante deberá realizar cinco casos prácticos de los seis propuestos (y antes descritos como "Práctica de Publicidad y Relaciones Públicas") en el Aula Virtual de la asignatura. La elaboración y estudio de cada uno de los supuestos se desarrollará dentro de los plazos establecidos en la Guía Docente. La evaluación de los casos prácticos se efectuará sobre diez. Cada uno de ellos contará con el mismo peso porcentual de cara a la calificación final de la asignatura (20%).

Para superar el **Taller de Publicidad y Relaciones Públicas** es necesario haber realizado cinco casos prácticos y haber aprobado, al menos, cuatro de ellos. Se considera que un caso está aprobado cuando se ha obtenido una calificación mínima de cinco puntos.

En cada uno de los casos prácticos se evaluará:

- Corrección lingüística de la pieza.
- Ajuste a las características del género publicitario o de relaciones públicas elegido.
- Idoneidad y valor de las estrategias comunicativas persuasivas utilizadas.

En la Materia (Módulo) de Prácticas Externas (de carácter optativo), dado que su objetivo de aprendizaje consiste en familiarizar al estudiante con la dinámica de las relaciones personales y profesionales en el entorno del trabajo, no se seguirá el sistema de evaluación común al resto de asignaturas del Grado tal y como se acaba de describir. La calificación y evaluación de esta Materia (Módulo), la cual queda descrita más adelante en este documento, viene determinada por la acción tutorial, correspondiendo el 60% de la calificación al tutor de la entidad colaboradora (tutor externo) y el 40% al tutor académico (tutor interno) de la universidad.

La asignatura de Prácticas Externas, de carácter optativo, se desarrolla en su totalidad en el ámbito de una entidad comunicativa en alguna de las áreas objeto de estudio en la titulación, para favorecer el desarrollo de habilidades prácticas y preprofesionales que tienen las competencias de los Títulos de la rama Ciencias Sociales y Jurídicas. Por tanto, el Plan de estudios tiene planificado un periodo sólido de prácticas que asegura la presencialidad en el centro receptor, en prácticamente la totalidad de la asignatura, manteniendo, eso sí, con carácter complementario, la tutorización del profesor de la Universidad encargado del seguimiento, a través de la plataforma virtual y sin perjuicio del contacto permanente y presencial con el tutor externo asignado.

Durante el periodo de prácticas presenciales, el estudiante sigue teniendo acceso al Aula desde el lugar donde se encuentre, a través de cualquier conexión a Internet, para consultar las bases de datos e información que pudiera necesitar, así como el apoyo necesario y tutorial para realizar los informes sobre su actividad.

Durante este periodo de prácticas, el estudiante deberá poner en práctica los aprendizajes adquiridos en determinadas materias, concretamente, aquellas cuyas competencias puedan ser mejoradas a través de la experiencia y que, en su justa medida, han sido ya potenciadas a través de otras herramientas que ayudan a desarrollar análisis y evaluaciones más allá del informe escrito. Son ejemplos de ello, la videoconferencia a través de la herramienta Blackboard Collaborate o los role-playing desarrollados a través de "Second Life".

Los estudiantes realizarán la totalidad de las horas asignadas a la asignatura Prácticas Externas (150 horas), correspondientes a los 6 créditos que lo constituyen, en algunas de las áreas funcionales de una empresa comunicativa (véase recursos del Apartado 7 de la Memoria del Plan de Estudios).

En la Materia (Módulo) de Trabajo fin de grado (TFG), consistente en la elaboración de un Proyecto Fin de Grado, el examen final se sustituirá por la entrega y defensa pública de dicho proyecto. En su evaluación se tendrán en cuenta los siguientes elementos, valorados en su conjunto por la Comisión Académica del Trabajo Fin de Grado y teniendo en cuenta los siguientes criterios en el peso de la nota final del Trabajo:

- Calidad científica, extensión y originalidad del Trabajo Fin de Grado, acordes con el nivel conceptual exigido, con la sistematización requerida y con la coherencia con el informe realizado y entregado.
- Defensa del Trabajo Fin de Grado, respondiendo, argumentando y contra argumentando las preguntas y cuestiones que los miembros del Tribunal formulen al alumno.

Para aprobar cada asignatura será requisito necesario aprobar el examen final, independientemente de los resultados obtenidos en otros tipos de pruebas de evaluación realizados previamente durante el semestre. No obstante, sólo podrán realizar el examen final presencial los estudiantes que hayan superado el porcentaje de actividades de evaluación continua, según los requisitos exigibles descritos en cada Materia (Módulo) en la planificación de las enseñanzas, así como haber realizado todos los controles ofertados en el Aula de las asignatura en cuestión.

Las fechas y lugares de realización de los exámenes, así como los relativos a la defensa pública del Trabajo Fin de Grado serán anunciados al menos con un mes antes de antelación a la fecha correspondiente. Se ofrecerán dos fechas con franjas horarias distintas para que el estudiante elija en cuál de esas fechas se examinará y defenderá su Trabajo Fin de Grado.

El profesor de la asignatura redactará dos modelos de examen para utilizar en cada una de las dos fechas de examen, sometiéndolos a la aprobación del Director del Departamento del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

La duración del examen final de cada una de las asignaturas del Grado, será de 90 minutos para una asignatura de 6 créditos.

En cada una de las sedes donde se van a realizar los exámenes presenciales habrá personal docente y personal de gestión académica de la UDIMA supervisando el normal funcionamiento de dicha realización, llevando a cabo los pertinentes controles tanto anteriores a su realización (comprobación individualizada de la identidad del estudiante que asiste al examen) como durante su realización (evitando cualquier tipo de incidencia y resolviendo los problemas que se pudieran plantear durante el evento). Sin la presencia física de este personal académico de la UDIMA no será posible comenzar la realización de los exámenes.

De acuerdo con las Normas de Permanencia de la UDIMA para los Títulos de Grado, el número máximo de convocatorias al examen final presencial del Grado será de seis, computándose tanto las ordinarias como las extraordinarias. Con carácter excepcional corresponderá a la Comisión Académica de Convalidaciones y Permanencia de la UDIMA conceder una séptima convocatoria cuando el estudiante alegue y pruebe alguna causa que justifique la ampliación.

A los efectos anteriores no se entenderán convocatorias consumidas aquellas a las que no concurra el estudiante pese a haberse matriculado en el Grado correspondiente.

Las convocatorias de examen se celebran en febrero, julio y septiembre.

Las calificaciones obtenidas en las actividades evaluables (AECs, AAs y Controles) se guardarán para todas las convocatorias dentro del mismo curso académico.

El **sistema de calificaciones** es numérico, de 0 a 10, con expresión de un decimal. Se añade, además, su correspondiente calificación cualitativa como sigue:

- 0 - 4,9: Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9: Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9: Notable (NT)
- 9,0 - 10: Sobresaliente (SB)

Sistemas de evaluación y su relación con la adquisición de las competencias de cada módulo o materia y de las competencias del título

En la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) la evaluación del estudiante se realiza a través de diferentes herramientas que permiten análisis y evaluaciones más allá del informe escrito y que se definen y concretan en el apartado "metodologías", que permiten a su vez evaluar las competencias propuestas en el porcentaje establecido para cada actividad de aprendizaje y cada actividad de evaluación continua, tales como:

- *Second Life*, a través del cual el estudiante, a través de una avatar, puede realizar gran variedad de ejercicios, como aquellos de role-playing en los que su desempeño puede ser observado y evaluado por el profesor.

- *Blackboard Collaborate*, herramienta que permite una actividad sincrónica entre el estudiante y el profesor. En ella pueden observarse las habilidades y competencias del estudiante a la hora de resolver tareas, exponer información, contestar a preguntas, etc. Dicha herramienta se utiliza habitualmente en las asignaturas.

- Existen otras herramientas virtuales, como las Wikis y los Foros de discusión, a través de las cuales puede evaluarse la competencia de trabajo colaborativo, la capacidad de razonamiento, la toma de decisiones, la capacidad de liderazgo y otras competencias a adquirir difícilmente evaluables a través de un informe escrito.

Todas estas actividades tienen una gran carga de carácter práctico, realizándose evaluaciones de cada una de las mismas en este sentido.

Para garantizar la identidad del estudiante en todo momento, todo lo anterior se enlaza con lo establecido a continuación referente a la identificación del usuario remoto.

Descripción de los sistemas de evaluación indicando como se puede identificar al usuario remoto.

Los sistemas de evaluación propuestos se caracterizan por su adaptación a la enseñanza a distancia, haciendo posible la adquisición de los conocimientos necesarios que capaciten al estudiante a adquirir las competencias descritas, asegurando que la persona que supera las actividades y sobre todo, el examen final que es presencial, es el propio estudiante. Las garantías de garantía de identificación del estudiante se sustentan en los siguientes métodos:

1) Métodos de identificación directa: Presencia del estudiante en los exámenes de cada asignatura. La comprobación de la identidad del estudiante sólo es posible de forma directa en los exámenes presenciales, que tienen lugar en cada asignatura, mediante presentación y comprobación de su documento de identificación (DNI o equivalente).

2) Métodos de identificación directa "semipresencial" vía videoconferencia. A través del sistema Clases de Blackboard Collaborate: es una aplicación que garantiza la presencialidad de la docencia y fomenta el desarrollo de competencias comunicativas, interpersonales y sociales, competencias referidas al área de estudio, así como la competencia digital y tratamiento de la información.

3) A través de identificación indirecta. Todas las actividades realizadas por los estudiantes en régimen de "enseñanza a distancia o e-learning" han de ser contrastadas para determinar su identidad y autoría. Para ello, los

mecanismos utilizados para asegurar la identidad de la persona que envía los registros de las actividades de aprendizaje en las que no hay un contacto directo y visual entre profesor y estudiante, son los siguientes:

3.1. Configuración del Plan de estudios de forma que cada uno de los Módulos requieran la realización de un examen presencial, que será necesario aprobar para la superación de la asignatura, suponiendo al mismo tiempo, la mitad del valor de la calificación de la asignatura (este requisito se incluye en el apartado de "evaluación" de cada uno de los Módulos). Por tanto, en el caso de que se constate en el examen presencial que el estudiante no ha adquirido las competencias y los conocimientos que derivan de las actividades entregadas on-line, no será posible la superación de la asignatura.

3.2. El profesor de la asignatura, deberá asegurar que las actividades realizadas en régimen de e-learning corresponden al estudiante que nominalmente va a recibir la acreditación de haberlas realizado. Para ello, el examen presencial se elaborará de forma que pueda validar los conocimientos adquiridos en dichas actividades (a través de test de autoevaluación, preguntas y supuestos prácticos similares a los resueltos en las actividades de e-learning).

3.3. Por su parte, el tutor del Trabajo Fin de Grado, preparará una guía de cuestiones a realizar al estudiante sobre el trabajo realizado en su exposición y defensa pública, de tal forma que asegure que sólo el conocimiento profundo que implica su elaboración, permita responder al estudiante de forma adecuada. Ello supondrá la valoración de la autoría del Trabajo, independientemente de la evaluación de su contenido.

4) A través de las propias metodologías de la enseñanza "on line" a distancia. El crecimiento de las tecnologías de la información y la comunicación, los desarrollos de la telemática, y la transformación experimentada por las técnicas audiovisuales y de construcción y reproducción de la imagen han tenido por consecuencia una renovación radical en las técnicas de enseñanza, y han modificado profundamente las relaciones de aula e interacción entre docente y discente, obligando con ello a absorber e incorporar los nuevos conceptos y tecnologías a fin de situar la acción educativa a la altura de los tiempos.

El mundo educativo se halla enfrentado al reto de una redefinición operativa de los nuevos roles del docente y del discente, al tiempo que se hace preciso redimensionar el "aula", toda vez que al aula habitual ha venido a sobreponerse una nueva "aula virtual", como resultado de los nuevos procedimientos derivados de los avances tecnológicos vinculados a la actual Sociedad de la Información en donde ahora acontecen muchas de las acciones educativas antes limitadas al aula física real.

Guiados por esa conciencia de renovación y de cambio profundo, la UDIMA pretende, desde su condición de Universidad a distancia, y su innovadora metodología y tecnología, diseñar un programa formativo dirigido a los estudiantes que permitan capacitarles en el desarrollo de su profesión a través de la adquisición de las competencias necesarias, mediante el empleo de las técnicas ya utilizadas en impartición de enseñanza a distancia "e-learning", con garantías contrastadas no sólo en esta Universidad, sino en otras Universidades denominadas "on line", donde el empleo de la tecnología reduce la distancia propia de estas universidades a un contacto directo, en tiempo real en muchas ocasiones, y que permite la interactividad entre los profesores y alumnos, así como entre los propios alumnos, sin sujeción a horarios y con la ayuda prácticamente del ordenador y de una conexión a Internet.

Estas metodologías, cuando además se acompañan de la presencialidad necesaria para garantizar la identidad del estudiante en los exámenes (presenciales), exposición de los trabajos fin de Grado y prácticas externas (presenciales), suponen una vía de adquisición de conocimientos que pueden ser puestos en práctica desde una tutela permanente y continua, al mismo tiempo que permite comprobar los resultados del aprendizaje a través de los sistemas de evaluación, tanto "on-line", como presenciales. Ello implica una adquisición de las competencias plasmadas en el programa formativo y la capacitación profesional del estudiante del Grado en Ingeniería Informática, así como la comprobación de los resultados de aprendizaje del estudiante.

Así, a través del Aula Virtual con todas las herramientas que en ella se encuentran a disposición del alumnado, se garantiza una comunicación permanente, tanto asincrónica como síncrona, no solo entre el profesor-alumno, sino también entre alumno-alumno; fomentando y desarrollando el aprendizaje cooperativo y la adquisición de competencias. Para ello, la UDIMA utiliza metodologías docentes para adquirir conocimientos, valores, actitudes y destrezas en el Área de la Informática que potencien y permitan el ejercicio profesional de la docencia especializada desde dicho "Aula", auténtico centro de documentación, consulta y disponibilidad del profesor-tutor, así como canal de comunicación a través de foros, videoconferencias (a través de la herramienta "Blackboard Collaborate") y por la tradicional vía telefónica en los horarios de tutorías.

El aula cuenta con una serie de herramientas como el chat de moodle, los foros, bases de datos, buzones de entrega, glosarios, en ella además se encuentra la Guía Docente que orienta el proceso de aprendizaje y las Unidades Didácticas. Estos recursos favorecen la adquisición de conocimientos y el desarrollo de competencias referidas a comunicación lingüística, de matemáticas, social, cultural, tratamiento de la información, aprender a aprender y autonomía e iniciativa personal.

Este seguimiento del alumno, aún a través de medios virtuales, desemboca en que el propio sistema de evaluación continua, donde los conocimientos adquiridos son la base para la adquisición de otros, determina también una garantía más para comprobar la identidad del estudiante, máxime, cuando necesita la superación del Examen final presencial para superar la asignatura o la exposición del Trabajo Fin de Grado, para aprobarlo.

Mecanismos de coordinación docente

Se programarán unos tutores que velen por la integración de las materias y su coordinación académica, evitando solapamientos y lagunas, así como por el aprovechamiento de sinergias.

La planificación de las enseñanzas en materias (módulos) y asignaturas no implica una necesaria

compartimentación cerrada sino que, al contrario, el diseño del Plan está enfocado hacia un itinerario formativo en el que los estudiantes adquieran desde un primer momento una visión global de conjunto de la disciplina.

Esta integración se produce a través de los siguientes mecanismos:

1. El aprovechamiento de sistemas comunes de evaluación

La enseñanza a distancia, on-line o virtual, a través de la plataforma de teleformación de UDIMA, permite la interacción entre profesores y estudiantes a través de distintas herramientas que permiten, de una forma sencilla y efectiva, la oportunidad de realizar trabajos individuales o en grupo entre los estudiantes, como por ejemplo, resolución de casos y problemas, supuestos, elaboración y presentación de informes. También posibilitan participar en foros de discusión sobre cualquier tema planteado, así como realizar pruebas de evaluación y autoevaluación periódicas, en el marco del principio de evaluación continua por el que se caracteriza nuestro sistema formativo.

Aprovechando estos medios y con la finalidad de establecer sistemas de evaluación comunes, se prevén en la UDIMA reuniones periódicas de todo el profesorado, presididas por el Director del Departamento a fin de fijar los criterios comunes específicos sobre la evaluación de:

- Los trabajos presentados, a título individual o colectivo.
- La realización y resolución de casos y supuestos prácticos.
- La elaboración y presentación de informes.
- La participación en foros de discusión o de debate, establecidos al efecto.
- La prueba final presencial.

En todo caso, son criterios comunes generales de evaluación:

- La búsqueda de información para la elaboración de los trabajos, informes y supuestos planteados, con mención expresa a las fuentes consultadas.
- Los razonamientos y fundamentaciones empleados en la participación en foros, elaboración de trabajos, realización de trabajos y en la prueba final de evaluación.
- La participación activa en los foros de debate y el contacto con el profesor.
- La realización y superación de las pruebas periódicas de evaluación.
- La capacidad de análisis y síntesis.
- La consulta a fuentes de información en otros idiomas.
- La forma en la presentación de los distintos trabajos y el lenguaje empleado.
- El empleo adecuado de las herramientas informáticas y los distintos programas.
- El acceso y utilización de las bases de datos proporcionadas por la UDIMA o consultadas por el propio estudiante.

2. Sinergias entre las distintas materias

La existencia de medios comunes de trabajo en las distintas materias, con criterios de evaluación comunes y establecidos previamente, permite aprovechar los conocimientos y habilidades adquiridos en las distintas asignaturas para el desarrollo de las siguientes, en el itinerario formativo previsto en el Plan de Estudios.

La relación entre las distintas materias debe permitir una combinación entre la capacidad de comprensión, el conocimiento y la motivación, que permita al estudiante analizar como los conocimientos adquiridos se relacionan y se agrupan.

Para ello, se aprovechan especialmente las habilidades transversales, que no son propias de una sola asignatura o materia, y que deben enriquecer la formación integral del estudiante. Así, en todas las materias (módulos) del Plan de Estudios, junto a los conocimientos específicos de carácter teórico o científico, se han de tener en cuenta:

- La capacidad de realizar escritos y de expresarse en el lenguaje propio de la Publicidad y de las Relaciones Públicas en sus distintos ámbitos.
- La capacidad de gestión de la información y el conocimiento.
- La capacidad de resolución de problemas y de decisión.
- La capacidad de organización y planificación.
- El dominio de las técnicas informáticas en la obtención de la información

✓ Sistemas de coordinación para evitar solapamientos y lagunas

Son sistemas de coordinación que tratarán de evitar solapamientos de contenidos entre asignaturas y lagunas

de aquellos que se consideren imprescindibles:

- La definición previa del contenido específico de cada asignatura, integrada en su correspondiente Materia (Módulo), fruto de los trabajos de una única Comisión para la elaboración de un Plan de Estudios, lo que se favorece extraordinariamente por la elaboración de Manuales Básicos de referencia (Unidades didácticas elaboradas por catedráticos y profesores titulares universitarios).
- La concepción de un sistema de enseñanza abierto y flexible, con una coordinación permanente entre los distintos Profesores, por Departamentos y por Facultades.
- La realización de trabajos por parte de los estudiantes de carácter multidisciplinar, con la participación de varios profesores de distintas materias, que en algunos casos suponen la configuración de una asignatura propia, o incluso una Materia (Módulo).
- La garantía de la efectiva coordinación de los docentes en el planteamiento de los casos y las prácticas planteados.

3. Aprovechamiento eficiente de los créditos ECTS

Para el aprovechamiento eficiente de los créditos que corresponden a cada una de las materias (módulos) del Plan de Estudios, se ha establecido en éstas una distribución porcentual de las distintas acciones formativas previstas y utilizadas con carácter general, adaptadas a las distintas habilidades o competencias que se pretenden adquirir en cada las materias (módulos).

Cada una de las acciones formativas tiene asignado un porcentaje del total de créditos de los que consta la materia (módulo), entendiéndose que el crédito es una unidad de medida que representa la cantidad de trabajo del estudiante necesario para cumplir con los objetivos del programa, integrando tanto la enseñanza teórica y práctica, como las actividades académicas dirigidas y el trabajo individual o en grupo, necesario para alcanzar los objetivos formativos propios de cada una de las materias (módulos).

Con esta distribución se pretende:

- Un mejor aprovechamiento del crédito, ya que las acciones formativas en las que se distribuye la carga docente están claramente definidas.
- Una mayor transparencia en las actividades formativas previstas en cada Materia (Módulo), con una distribución definida de tareas.
- Una mayor claridad en la evaluación, al distribuir el porcentaje de evaluación en función de cada una de las actividades formativas.

5.2 PROCEDIMIENTOS PARA LA ORGANIZACIÓN DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA

• INFORMACIÓN SOBRE LAS ACCIONES DE MOVILIDAD Y SU JUSTIFICACIÓN

Para consolidar una comunidad académica con reconocimiento internacional, el Departamento de Relaciones Institucionales de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) pone a disposición de sus estudiantes una política específica de «Movilidad académica nacional e internacional», que contempla los procedimientos y condiciones para acceder a las diferentes modalidades de movilidad.

Dicha política basa su concepción en los procesos, procedimientos y normatividad asociados al cumplimiento de los siguientes objetivos:

- Mejorar la oferta curricular.
- Favorecer la internacionalización de educación superior.
- Propiciar la introducción de nuevos modelos pedagógicos innovadores en los procesos de aprendizaje.
- Ofrecer experiencias multiculturales.
- Aumentar la calidad de la formación recibida.
- Contribuir a la movilidad del mercado laboral de la Unión Europea en la e-sociedad.
- Incrementar la movilidad virtual y las competencias tecnológicas de la comunidad, académica así como de los propios estudiantes.
- Colaborar en la inclusión social (e-inclusión) y la igualdad de oportunidades para todos.

En este sentido, el Departamento de Relaciones Institucionales lidera, coordina, promueve, fomenta y apoya la gestión y evaluación de todos los programas de movilidad virtual, resaltando entre sus prioridades el fortalecimiento de la actividad académica de los estudiantes de todas las facultades y centros, y la proyección de acuerdos que enlacen a las comunidades académicas entre sí tanto en el ámbito nacional como internacional.

Así, la UDIMA proporcionará a los estudiantes:

- El desarrollo de habilidades comunicativas.
- La adquisición de nuevas competencias para trabajar y estudiar en ambientes internacionales.
- La ampliación de opciones curriculares.
- La inmersión cultural y lingüística.

- La adquisición de nuevas competencias tecnológicas.
- La participación en nuevos escenarios de aprendizaje.
- El acceso a la movilidad a los habitualmente excluidos de estos programas.
- La posibilidad de conocer otras culturas.

● SISTEMAS DE INCENTIVACIÓN O INSTRUMENTOS DE COOPERACIÓN DIRIGIDOS A FACILITAR LA MOVILIDAD VIRTUAL

Impulso de las acciones de la movilidad y mecanismos de apoyo

En la actualidad, la UDIMA está desarrollando una política de relaciones institucionales nacional e internacional que le permitirá establecer convenios de colaboración con universidades que contemplen la docencia de un plan de estudios de similares características, con el fin de impulsar las acciones de movilidad previstas.

A continuación, se detallan algunos de los resultados obtenidos hasta la fecha que permitirán la firma futura de acuerdos de colaboración basados en la movilidad virtual y que servirán de mecanismos de apoyo a la movilidad:

- La inclusión en asociaciones y fundaciones internacionales de educación superior, calidad y e-learning (EFQUEL, European Foundation for Quality in E-Learning).
- El ingreso en los principales networks europeos; instituciones que basan sus principales líneas de colaboración en el establecimiento de alianzas en las diferentes disciplinas así como en la innovación didáctico-tecnológica. (MENON Network, Belgium, WINDS-Lac; Cooperación estratégica sobre investigación TIC entre Europa, América Latina y Caribe y Red VITALIS; Red Europa-América Latina y Caribe para la Sociedad de la Información).
- La presidencia de la UDIMA en la Comisión de E-Learning de la Asociación Nacional de Empresas de Internet (ANEI) que cuenta con una línea de investigación-innovación y colaboración en materia de movilidad virtual.
- Con el objetivo de desarrollar acciones formativas basadas en la movilidad virtual con garantías de calidad, contamos además con un asesoramiento importante: EuroPACE Bélgica (principal Network europeo; pionero en el desarrollo de las líneas de actuación en materia de movilidad virtual) y con la posibilidad, al ser miembros de European Distance and E-Learning Network (EDEN) que cuenta con más de 150 miembros (véase <http://www.eden-online.org/eden.php?menuId=10>) en la actualidad, de establecer convenios de colaboración futuros con otras instituciones educativas miembros de dicho network.

Incentivación basada en un efectivo diseño curricular on-line:

En cuanto a los sistemas de incentivación, desde el Departamento de Relaciones Institucionales en colaboración con los diferentes centros docentes, se asociará a cada programa de movilidad el desarrollo de actividades de aprendizaje *on-line* basadas en el trabajo colaborativo, la comunicación sincrónica, la adquisición de competencias lingüísticas y la inmersión cultural.

Con este fin, para cada programa se realizarán ciclos de conferencias virtuales y seminarios con el objetivo de fomentar entre los estudiantes la participación en grupos de discusión en línea con el objetivo de fomentar el trabajo colaborativo.

Instrumentos de cooperación nacional e internacional:

La política de la movilidad virtual considera dos tipos de instrumentos de cooperación diferenciados:

- Establecimiento de **acuerdos de movilidad privados** a través de la firma de convenios de colaboración de carácter privado con otras universidades nacionales o internacionales.
- Participación en **programas de movilidad públicos** sustentados en iniciativas de carácter europeo (ej.: Erasmus Mundus, etc.).

En cuanto a la tipología de los mismos, teniendo en cuenta la temporalidad asociada a los diferentes acuerdos, desde el Departamento de Relaciones Institucionales de la UDIMA se contemplará la realización de los acuerdos que a continuación se detallan:

*1. Establecimiento de **acuerdos de cooperación** en materia de **movilidad virtual nacionales**.*

a) **Plan de movilidad virtual semestral:** Firma de acuerdos con diferentes universidades nacionales con el objetivo de proporcionar a los estudiantes de la UDIMA la posibilidad de cursar *on-line* una asignatura obligatoria con una duración de seis meses en otra universidad nacional.

b) **Plan de movilidad virtual anual:** Firma de acuerdos con diferentes universidades nacionales con el objetivo de proporcionar a los estudiantes de la UDIMA la posibilidad de cursar *on-line* dos asignaturas obligatorias con una duración de un año en otra universidad nacional.

*2. Establecimiento de **acuerdos de cooperación** en materia de **movilidad virtual internacionales**.*

a) **Plan de movilidad virtual semestral:** Firma de acuerdos con diferentes universidades internacionales con el objetivo de proporcionar a los estudiantes de la UDIMA la posibilidad de cursar *on-line* una asignatura obligatoria con

una duración de seis meses en otra universidad internacional.

b) **Plan de intercambio anual:** Firma de acuerdos con diferentes universidades internacionales con el objetivo de proporcionar a los estudiantes de la UDIMA la posibilidad de cursar *on-line* dos asignaturas obligatorias con una duración de dos semestres (un periodo académico completo) en otra universidad internacional.

3. Desarrollo de acciones específicas para facilitar la **inmersión lingüística** a los estudiantes.

a) **Programa de apoyo a la movilidad virtual de estudiantes:** El servicio lingüístico de la Universidad propondrá dos acciones dirigidas a facilitar la adaptación de los estudiantes a las universidades de acogida y las universidades de destino, respectivamente:

- **Curso básico de lengua española** para el alumnado que se encuentra acogido en un programa de movilidad virtual de la UDIMA que no sea hispano-hablante.

- **Curso básico de lengua inglesa** dirigido a los estudiantes de la UDIMA que participen en programas de movilidad europeos.

4. Desarrollo de acciones específicas para facilitar la **inmersión cultural** a los estudiantes.

- **Programa de apoyo a la movilidad de estudiantes extranjeros:** Desarrollo de acciones dirigidas a la integración y conocimiento de la cultura del país y la ciudad de la universidad de acogida (Madrid/España).

- **Planes de acogida on-line** de la UDIMA: Relación de asignaturas virtuales asociadas a los diferentes programas formativos que contienen, entre otros, elementos socio-culturales que se ponen a disposición de los estudiantes antes del comienzo de la acción formativa junto con los recursos y orientaciones de tipo pedagógico-tecnológicos.

Oficina de relaciones internacionales de la UDIMA.

La internacionalización en la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) se inscribe en unas coordenadas temporales que en el momento actual tienen el valor de la oportunidad, porque el cambio en la Educación Superior se vincula al proceso de convergencia que emprendieron hace más de un decenio el conjunto de las Universidades europeas. Un componente fundamental de todo modelo educativo que aspire a la excelencia consiste en su proyección internacional. Por lo tanto, la internacionalización supone un aspecto medular de ese proceso que impulsa la sociedad del conocimiento y que arribará en la aproximación de las expectativas laborales y ciudadanas en un mundo globalizado. La búsqueda de las buenas prácticas universitarias exige conocer la realidad de dichas metodologías en las Universidades que las pensaron, las pusieron en práctica y las viven, por lo que la internacionalización constituye una poderosa arma para detectar dichas prácticas excelentes, extenderlas, adaptarlas y mejorarlas.

La UDIMA se inspira en la Estrategia Universidad 2015 (EU.2015) -iniciativa del Gobierno de España encaminada a la modernización de las universidades españolas mediante la coordinación de los correspondientes sistemas universitarios autonómicos y el desarrollo de un moderno Sistema Universitario Español- para diseñar y ejecutar su estrategia de internacionalización durante los próximos años. La EU2015 persigue que las universidades estén académicamente más preparadas, sean más eficientes y estén más internacionalizadas para afrontar el futuro; unas universidades que presten mayor atención a la colaboración interuniversitaria, a la agregación estratégica con otras instituciones y agentes; unas universidades más reconocidas socialmente y más valoradas y mejor financiadas por las correspondientes administraciones y por la sociedad.

La UDIMA hace suyo también, el objetivo del Programa de Aprendizaje Permanente 2007-2013 de la Comisión Europea; “desarrollar y reforzar los intercambios, la cooperación y la movilidad, para que los sistemas de educación y formación se conviertan en una referencia de calidad mundial con arreglo a la estrategia de Lisboa. Contribuyendo al desarrollo de la Comunidad como sociedad del conocimiento avanzada, caracterizada por un desarrollo económico sostenible, con más y mejores empleos y con mayor cohesión social”. El marco estratégico de la política de internacionalización de la UDIMA se basa en tres ejes de actuación prioritarios:

1. Internacionalización de la cultura institucional:

- La extensión de la experiencia internacional a aquellos miembros de la comunidad universitaria que no puedan realizar estancias en el exterior.

- El fomento de la competencia lingüística e intercultural de toda la comunidad universitaria en colaboración con el Instituto de Idiomas de la Universidad.

2. Docencia e investigación con dimensión internacional:

- La promoción de la participación en programas y proyectos de I+D+i interuniversitarios internacionales.

- La recepción de estudiantes, profesorado y personal de administración y servicios de universidades socias internacionales.

- La promoción de actividades de colaboración interuniversitaria internacional en el marco de convenios bilaterales y multilaterales.

3. Desarrollo de la movilidad y participación en las redes académicas internacionales:

- La movilidad de estudiantes, profesorado y personal de administración y servicios de la UDIMA.
- El fomento de la presencia de la UDIMA en foros, asociaciones y redes universitarias internacionales de todo tipo.

La Oficina de relaciones Internacionales de UDIMA se encarga de planificar, gestionar y coordinar las relaciones internacionales de la Universidad a través de la participación activa en Redes y Asociaciones Internacionales. Así como de promover, divulgar y gestionar los programas internacionales de cooperación académica (titulaciones conjuntas, convenios y proyectos de investigación); y de diseñar y coordinar el plan de internacionalización de la Universidad. Entre sus funciones destacan las siguientes:

- Movilidad internacional: promover, facilitar, y apoyar todas las actividades de movilidad internacional de estudiantes, PAS y PDI.
- Erasmus Statement Policy. La Universidad a Distancia de Madrid ha obtenido el reconocimiento "Erasmus University Charter" (Call for Proposals 2013.- EACEA Lifelong Learning Programme).
- Convenios internacionales de investigación y titulaciones conjuntas: promover, facilitar, y apoyar todas las actividades relacionadas con convenios internacionales y titulaciones conjuntas. En la actualidad, se han firmado convenios con:

En Europa:

- Alemania: Riedlingen University
- Armenia: Russian-Armenian (Slavonic) University
- Austria: University of Teacher Education Vienna
- Bulgaria:

International University College
National Sports Academy "Vassill Levski"
The University of Mining and Geology St. Ivan Rilski - UMG
"Angel Kanchev" University of Ruse
Burgas Free university

- Dinamarca: Tietgenskolen (EAL)
- Eslovenia:

Visoka Poslovna Šola Erudio
The Faculty of Organisation Studies Novo Mesto
The University of Nova Gorica

- Francia: IPAC Institute of Higher Education
- Grecia:

Technological Educational Institute of Patra
Technological Education Institute of Chalkida

- Holanda: Foundation University
- Hungría:

Budapest University of Technology and Economics
The Budapest College of Communication and Business

- Italia:

Universita Telematica Internazionale (UNINETTUNO)
Università degli Studi Guglielmo Marconi
The University of Rome "Tor Vergata"
Universita degli Studi di Parma Espanol

- Irlanda: The Institute of Technology Blanchardstown
- Lituania

Klaipeda University
Northern Lithuania College

- Polonia

The University College of Tourism and Ecology

The School of Higher Vocational School in Nysa
The University of Technology and Life Sciences Regional Innovations Centre
Gdansk University of Technology

- Portugal:

IPA Instituto Superior Autónomo de Estudios Politécnicos
IPBeja Instituto Politécnico de Beja
Politécnico da Guarda
Universidade de Lisboa

- Rumanía:

Academy of Music Gheorghe Dima
Eftimie Murgu" University, Resita
Athenaeum University Bucharest
"Danubius" University from Galati
Spiru Haret University of Bucharest
Politehnica University of Timisoara

- Serbia:

Modern Business School of Belgrade
The University Business Academy in Novi Sad

- Suecia: University West
- Turquía: Hasan Kalyoncu Üniversitesi
- Ucrania: Dniprodzerzhynsk State Technical University

En África:

- Kenya: African Virtual University
- Suazilandia: University of Swaziland

En Asia:

- India: Indira Ghandi National Open University
- Japón: The Open University of Japan
- Taiwan: National Open University

En América:

- Colombia: Universidad Manuela Beltrán
- Panamá:

Universidad Especializada del Contador Público (UNESCPA)
Universidad Tecnológica de Panamá

- Paraguay: Universidad Autónoma de Asunción
- Perú:

Universidad César Vallejo
Universidad Señor de Sipán

- México:

Universidad Anglo Mexicana Europea
Universidad Europea
Universidad Mexicana en Línea
Universidad Mexicoamericana del Golfo (UMAG)
Universidad Autónoma de Chiapas

También se ha firmado el Acuerdo de Londrina, que incluye a las siguientes universidades:

Universidad Abierta para Adultos (UAPA), de República Dominicana
Universidad Central del Este, UCE, de República Dominicana
Universidade Norte do Paraná (UNOPAR)
CEIPA Institución Universitaria

La UDIMA también pertenece a redes, asociaciones y proyectos internacionales, con el objetivo de promover, facilitar y apoyar todas las actividades relacionadas con proyectos de investigación de cooperación académica internacional, así como la gestión de los programas, redes y asociaciones internacionales en las que participa la Universidad a Distancia de Madrid.

La UDIMA es miembro de las Redes y Asociaciones Internacionales siguientes:

- EUA: la misión de la European University Association es influir en los resultados de los debates a nivel europeo de política sobre temas que tienen un impacto tanto a nivel nacional de trabajo con las asociaciones nacionales de universidades como con miembros individuales de la asociación. Igualmente, EUA busca dar soporte a sus miembros mediante el entendimiento y respuesta a estos desarrollos en un ambiente global complejo y competitivo: <http://www.eua.be/Home.aspx>
- EDEN: European Distance and E-Learning Network: <http://www.eden-online.org>
- EFQUEL : European Foundation for Quality in E-Learning <http://www.qualityfoundation.org>
- GUIDE Association. GUIDE promueve la implementación de los resultados de innovación, conocimiento y buenas practicas con el fin de identificar los presentes, emergentes y futuras necesidades de los regionales e internacionales interesados así como resaltar las áreas potenciales para la colaboración estratégica y la cooperación transnacional: <http://www.guideassociation.org/>
- Vit@lis: Red Europa-América Latina y Caribe para la Sociedad de la Información: <http://www.red-vitalis.org/vitalis/index.php>
- Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia (ANCED): Su objetivo es potenciar y defender los intereses de sus centros asociados a la vez de ofrecer a sus alumnos un alto nivel en la calidad de enseñanza, garantizando a éstos una formación controlada por profesores y tutores especializados y asesorar a los Centros miembros de la ANCED sobre metodología, pedagógica, tutorías y nuevas tecnologías: http://www.anced.es/centro1.asp?elegido=465&b_centro=&pagina=3&zona=MAD&provincia=28
- Presidencia de la UDIMA de la Comisión E-Learning de la Asociación Nacional de Empresas de Internet (ANEI).
- Universia: El portal de las universidades españolas y latinoamericanas: <http://internacional.universia.net/europa/rel-internacionales/>
- Fundación Universidad.es. Fundación del Gobierno de España para la proyección internacional de las universidades españolas: <http://universidad.es/es/universidades/udima/datos>

SISTEMAS DE INCENTIVACIÓN O INSTRUMENTOS DE COOPERACIÓN DIRIGIDOS A FACILITAR LA MOVILIDAD VIRTUAL

Descripción de los acuerdos para la movilidad, virtual o no, tanto nacional como internacional específica para el Grado.

La Universidad a Distancia de Madrid es consciente de que la consolidación de una comunidad académica con reconocimiento internacional exige poner a disposición de los estudiantes instrumentos que hagan efectiva la movilidad tanto en el ámbito nacional, como internacional y promover el intercambio universitario nacional e internacional en sus dos facetas principales: la movilidad no virtual y la movilidad virtual

De esta manera, se pretende cumplir con los requisitos de Bolonia que consideran la movilidad universitaria como uno de los elementos centrales del sistema educativo europeo. Con la finalidad de facilitar la movilidad de estudiantes, la Universidad a Distancia de Madrid está desarrollando las siguientes actuaciones:

Movilidad no virtual

Dentro de la movilidad no virtual, la Universidad a Distancia de Madrid se encuentra en diferentes fases de adscripción a los programas de intercambio que poseen un mayor prestigio educativo:

- Programa Erasmus

El programa Erasmus, en sus múltiples variantes (Erasmus Estudios, Erasmus Prácticas y Erasmus Mundus), tiene como objetivo mejorar la calidad de la enseñanza superior y potenciar su dimensión europea, fomentando la cooperación transnacional entre universidades, estimulando la movilidad europea y mejorando la transparencia y el reconocimiento académico de estudios y cualificaciones en el seno de la Unión Europea. La Universidad a Distancia de Madrid está pendiente de la resolución positiva de su pertenencia al programa puesto que ya ha sido entregada la documentación requerida en el proceso de tramitación.

- Programa de movilidad SICUE y Becas SENECA

SICUE es un programa de movilidad nacional de estudiantes universitarios que posibilita realizar un periodo de estudios en otra universidad española, con iguales garantías de reconocimiento académico y aprovechamiento de los estudios realizados que en la Universidad a Distancia de Madrid. SICUE es un programa de movilidad que no otorga ayuda económica a los estudiantes que participan en él. Sin embargo, los estudiantes que resulten seleccionados para realizar el intercambio, podrán solicitar complementariamente la beca Séneca, convocada por el Ministerio de

Educación. La Universidad a Distancia de Madrid tiene previsto iniciar los trámites para incorporarse a este programa de movilidad en la siguiente convocatoria.

- Goya MUNDUS

En la actualidad, la UDIMA forma parte del Programa Goya Mundus, que tiene por objeto ampliar y completar la oferta de movilidad para los estudiantes de las universidades madrileñas, ofreciendo a los estudiantes universitarios de la Comunidad de Madrid la oportunidad de realizar un periodo de prácticas en empresas/instituciones ubicadas en Europa, Estados Unidos o Asia. El Programa está promovido y financiado por la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid. La Universidad Pontificia Comillas es la entidad coordinadora y gestora del programa, con la colaboración de las 13 restantes Universidades de la Comunidad de Madrid adscritas al mismo.

El Programa cuenta con una dotación económica en función del país de destino. La Universidad a Distancia de Madrid, adscrito a este programa, permite a sus estudiantes la posibilidad de acceder a dichas becas para que puedan cursar créditos que se puedan reconocer y para que adquieran una experiencia académica válida para su futura carrera profesional.

Movilidad virtual

La Universidad a Distancia a Madrid basa su metodología docente en sistemas de aprendizaje “e-learning” articulados en una plataforma “Moodle”. Dada esta característica, desde el área de movilidad se está trabajando para constituir una red de intercambio de estudiantes con otras universidades nacionales e internacionales que posean sistemas docentes similares.

A través de este acuerdo se pretende facilitar la movilidad entre ambas universidades en titulaciones comunes o pertenecientes a la misma rama. En el ámbito del conocimiento de las Ciencias Sociales y Jurídicas cualquier estudiante de ambas universidades tendrán reconocidos créditos pertenecientes a asignaturas con contenidos similares o análogos, independientemente del centro donde se hayan cursado.

Además de ello, se detallan algunos de los resultados obtenidos hasta la fecha que permitirán la firma futura de acuerdos de colaboración basados en la movilidad virtual.

Acciones de movilidad específica para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

La UDIMA contempla la posibilidad de realizar acciones de movilidad, adecuadas al tipo de enseñanza que se imparte: “modalidad on-line”, con universidades de otros países, en las que por la lengua, culturas y tradiciones, los principios y la materia que se imparte, sea posible el intercambio de conocimientos y experiencias.

Las Universidades con las que abre la posibilidad de Convenio, son todas aquellas especializadas en alguna Titulación similar, sin excluir ninguna, siendo preferente, las que imparten sus enseñanzas a distancia (on-line).

De este modo **se ha firmado el Acuerdo de Movilidad Virtual con diversas universidades:**

Relación de convenios gestionados hasta la fecha:

Universidad Internacional de Valencia (VIU) (España)
Indira Ghandi National Open University (India)
Universita Telematica Internazionale (UNINETTUNO) (Italia)
Università degli Studi Guglielmo Marconi (Italia)
Dniprodzerzhynsk State Technical University (Ucrania)
Budapest University of Technology and Economics (Hungria)
Klaipeda University (Lituania)
Academy of Music Gheorghe Dima (Rumanía)
Modern Business School of Belgrade (Serbia)
Russian-Armenian (Slavonic) University (Armenia / Rusia)
Foundation University (Holanda)
Universidad Autónoma de Chiapas (México)
International University College (Bulgaria)
Technological Educational Institute of Patra (Grecia)
Tietgenskolen (EAL) (Dinamarca)
Dniprodzerzhinsk State Technical University (Ucrania)
Riedlingen University (Alemania)
Northern Lithuania College (Lituania)
National Sports Academy "Vassill Levski" (Bulgaria)
Visoka Poslovna Šola Erudio (Eslovenia)
Technological Education Institute of Chalkida (Grecia)
The University of Rome "Tor Vergata" (Italia)
IPBeja Instituto Politécnico de Beja (Portugal)
The Open University of Japan (Japón)
The Budapest College of Communication and Business (Hungria)
Politécnico da Guarda (Portugal)

Universidad Carlos Albizu (Puerto Rico)
Universidade Norte do Paraná (UNOPAR) (Brasil)
Universidad Abierta para Adultos (UAPA). (República Dominicana)
Universidad César Vallejo (Perú)
CEIPA, Institución Universitaria (Colombia)
UMEL (México)
Universidad Anglomexicana Europea (México)

Estos acuerdos de movilidad se concretan en los siguientes puntos:

- Ejecución conjunta de proyectos y programas de investigación en relación con el Grado.
- Cooperación en programas de formación de personal investigador y técnico.
- Asesoramiento mutuo en cuestiones relacionadas con la actividad de ambas universidades.
- Movilidad virtual de estudiantes entre ambas universidades.
- Uso e intercambio de materiales didácticos relacionados con la enseñanza virtual.
- Asesoría para la implementación de programas virtuales.
- Compartir experiencia editorial en producción de libros de texto para enseñanza virtual.
- Desarrollo conjunto de programas docentes.
- Formación en empresas e instituciones.
- Fomentar el intercambio de investigadores para la realización de Programas conjuntos de investigación, en especial, de carácter internacional.
- Promover el intercambio de conocimientos en materia de las Tecnologías de la Información y Comunicación, adaptados a la formación y capacitación pedagógica del docente e investigador en un entorno virtual.
- Elaborar proyectos de investigación, así como estudios y artículos de carácter científico de forma conjunta.

Dentro de la política de acciones de movilidad que está llevando a cabo la UDIMA, sin perjuicio de la solicitud en tramitación del Programa SICUE, se ha ampliado los contactos con Universidades a efectos de firmar acuerdos bilaterales con las siguientes universidades:

De manera simultánea y complementaria, la UDIMA está llevando a cabo contactos a con universidades tanto nacionales como internacionales para incrementar el número convenios de colaboración firmados, con el fin de atender las posibles demandas de movilidad virtual, dando cobertura adecuada a los alumnos que así lo soliciten. Estas gestiones se están realizando con universidades que tengan planes de estudio dentro del área de la Publicidad y las Relaciones Públicas.

Los mecanismos de seguimiento, evaluación, asignación de créditos y reconocimiento curricular seguirán las directrices de los puntos que se citan a continuación, con fines de llegar a acuerdos concretos.

PLANIFICACIÓN

A continuación, se describe y documenta la sistemática de la planificación y gestión de los programas de movilidad virtual de los estudiantes propios y de acogida de la UDIMA, en particular, los procesos y fases asociadas a dicha organización y gestión.

Las líneas de actuación que se describen serán de obligado cumplimiento por parte de todos los estudiantes y gestores asociados a todos los tipos de programas de movilidad virtual descritos anteriormente.

Fases asociadas a la sistemática de la planificación y gestión de los programas de movilidad virtual de los estudiantes

■ FASE 1: *Definición y aprobación de las políticas de movilidad*

- 1.1. Definición de los objetivos y las políticas relativas a la movilidad de estudiantes.
- 1.2. Aprobación de los programas.

■ FASE 2: *Análisis de información*

- 2.1. Análisis de la información necesaria para gestionar la movilidad.

■ FASE 3: *Formalización*

- 3.1. Establecimiento de acuerdos o convenios con otras universidades nacionales e internacionales.

■ FASE 4: *Gestión*

- 4.1. Planificación de las actividades de movilidad.
- 4.2. Aprobación de la planificación de las acciones de movilidad.
- 4.3. Preparación del material para informar sobre los programas de movilidad y las condiciones de

participación.

- 4.4. Difusión de la información relativa a los programas de movilidad.
- 4.5. Gestión de los trámites para la participación de estudiantes en los programas de movilidad.
- 4.6. Desarrollo de las actividades de apoyo al estudiante.

■ FASE 5: *Evaluación*

- 5.1. Seguimiento de los programas de movilidad gestionados.
- 5.2. Reconocimiento académico de los estudios realizados por los estudiantes.

A continuación, se detalla la relación de **actuaciones asociadas** al desarrollo de las fases contempladas para la sistemática descrita.

FASE 1: Definición y aprobación de las políticas de movilidad

1.1. Definición de los objetivos y las políticas relativas a la movilidad de estudiantes

Para la definición de los objetivos y políticas relativas a los programas de movilidad nacionales e internacionales se tendrán como marcos de referencia las convocatorias y/o normativa oficial, los convenios específicos y los programas impulsados por la UE o cualquiera de las redes virtuales europeas de movilidad, así como los programas de movilidad y los acuerdos que a título privado pueda establecer la UDIMA con otras instituciones educativas y/u organizaciones nacionales o internacionales.

1.2. Aprobación de los programas

Las acciones asociadas a la aprobación de los programas de movilidad en los que participe la UDIMA se recogerán en un «Procedimiento para la definición y aprobación de los objetivos y políticas de movilidad», que se desarrollará al comienzo de la actividad académica de la Universidad.

En el caso de que el Rector no considere oportuna la aprobación de un programa de movilidad específico, el Director de Relaciones Institucionales deberá proceder a la revisión de las actuaciones e implementar acciones de mejora en dicho programa, presentándose de nuevo al Rector dentro del plazo que se establezca para dicha revisión.

FASE 2: Análisis de información

2.1. Análisis de información necesaria para gestionar la movilidad

El análisis de toda la información y documentación asociada a la gestión y dirección de la movilidad correrá a cargo del Director de Relaciones Institucionales de la UDIMA.

FASE 3: Formalización

3.1. Establecimiento de acuerdos o convenios con otras universidades nacionales e internacionales.

El establecimiento de los acuerdos de movilidad será responsabilidad del Director de Relaciones Institucionales, quien previamente deberá contar con la aprobación del Rector (véase apartado «Aprobación de los programas») antes de la firma del acuerdo o convenio.

Para una correcta gestión de los acuerdos o convenios se establecen unas líneas de actuación que deberán ejecutarse con carácter obligatorio por parte de todas las figuras implicadas en el programa de movilidad en cuestión.

El acuerdo o convenio entre las instituciones educativas u organizaciones quedará formalmente establecido entre las partes mediante la oficialización del mismo, como queda recogido en un documento específico que se creará a tal efecto y llevará por nombre «Acuerdos o convenios firmados».

FASE 4: Gestión

4.1. Planificación de las actividades de movilidad

Todas las actividades de movilidad asociadas a los acuerdos y/o convenios establecidos se planificarán con una antelación de dos meses y detalle suficiente para conocimiento de las actividades a desarrollar por parte de las personas implicadas en dichos programas.

4.2. Aprobación de la planificación de las acciones de movilidad

La aprobación de la planificación de las actividades de movilidad asociadas a un acuerdo o convenio quedarán

recogidas en un documento que se desarrollará a tal efecto, el cual llevará por nombre «Aprobación de la planificación de las acciones de movilidad».

El responsable de dicha aprobación es el Director del Departamento de Relaciones Institucionales de la Universidad.

El Director del Departamento de Relaciones Institucionales podrá apoyarse en el personal de su departamento y/o en algún miembro del personal docente e investigador (PDI), dependiendo de las características específicas del acuerdo o convenio, así como en miembros del personal de administración y servicios (PAS) para la gestión de algunas de las tareas administrativas.

4.3. Preparación del material para informar sobre los programas de movilidad y las condiciones de participación

Se creará un «Documento informativo de los programas de movilidad», que recogerá las bases y las características de la información asociada a los programas de movilidad, así como las condiciones de participación.

4.4. Difusión de la información relativa a los programas de movilidad

Con carácter anual se ejecutará una «Memoria de actividades» de los programas de movilidad virtual en los que haya participado la UDIMA –como institución de origen o anfitriona, respectivamente– (existiendo también el registro correspondiente denominado «Elaboración y difusión de la Memoria de actividades») y, posteriormente, se procederá a su publicación en las secciones «Relaciones institucionales» y «Programas de movilidad virtual» de la página web institucional de la UDIMA.

4.5. Gestión de los trámites para la participación de estudiantes en los programas de movilidad

Se creará un registro específico para la «Gestión de los trámites de movilidad» que recogerá las características de la gestión asociada a este apartado en concreto.

Para la gestión efectiva de dichos trámites, tanto la institución educativa anfitriona (UDIMA) como la institución de origen, o viceversa, deberán cumplir con las responsabilidades que a título general se detallan en el apartado dedicado a la «Organización de los programas de movilidad virtual» de la Memoria de los planes de estudio presentados. Además, dichas responsabilidades se incluirán en los diferentes modelos concretos a utilizar dependiendo de la tipología del programa de movilidad virtual en cuestión.

4.6. Desarrollo de las actividades de apoyo al estudiante

A continuación, se describen las actividades de apoyo al estudiante que se han clasificado en dos fases de actuación diferenciadas:

4.6.1. Fase de acogida

En los casos en los que la UDIMA actúe como institución anfitriona, cada programa de movilidad virtual dispondrá de un «Plan de acogida *on-line*» específico teniendo en cuenta las características del programa formativo a cursar por parte del estudiante, el perfil del mismo, así como su país de procedencia.

El principal objetivo de esta fase de acogida será la integración plena del estudiante en el nuevo contexto académico (familiarización con la metodología del sistema de enseñanza, conocimiento de las características del programa formativo a cursar, etc.), el conocimiento del contexto socio-cultural del país de acogida y su completa integración con el colectivo de estudiantes del país anfitrión.

Además, esta fase de acogida contemplará también la posibilidad de cursar una materia (módulo) de contenidos formativos específicos con apoyo tutorial para garantizar la inmersión lingüística de los alumnos que no sean hispano-hablantes.

4.6.2. Fase de inicio y desarrollo de la acción formativa

Esta fase está caracterizada por la labor de orientación al estudiante y desarrollo de la enseñanza que correrá a cargo del PDI asociado al programa formativo en cuestión, tal y como se recogerá en un «Procedimiento de orientación al estudiante y desarrollo de la enseñanza».

FASE 5: Evaluación

5.1. Seguimiento de los programas de movilidad gestionados

El seguimiento de los programas de movilidad gestionados corre a cargo del Director de Relaciones Institucionales de la Universidad.

Dicho seguimiento consiste en la realización de una evaluación periódica que se realizará un mes antes de la finalización del programa de movilidad en cuestión, utilizando dos modelos de encuestas diferenciados: «Encuesta del nivel de satisfacción de los estudiantes (universidad de acogida)» y «Encuesta del nivel de satisfacción de los estudiantes propios (universidad de destino)».

La evaluación tendrá como objetivo el conocimiento del nivel de satisfacción del estudiante respecto a las acciones de movilidad en las que ha participado.

5.2. Reconocimiento académico de los estudios realizados por los estudiantes

El reconocimiento formal de los programas formativos cursados por parte de los estudiantes queda recogido en un «Procedimiento para el reconocimiento académico de los estudios o actividades», utilizando la información asociada al registro «Documentación relativa al reconocimiento académico».

ASIGNACIÓN DE CRÉDITOS Y RECONOCIMIENTO CURRICULAR

Para la asignación de créditos y el reconocimiento curricular de los programas de movilidad virtual, la Universidad se basará en el **Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS)** dando transparencia a los programas formativos y facilitando el reconocimiento de los periodos de estudio virtuales en otras universidades.

Actualmente se está transformando en un sistema de acumulación de créditos para el aprendizaje permanente que facilitará la validación de todo tipo de aprendizajes y le dará cabida dentro de un marco de cualificaciones, ya se adquiera a través de la educación formal o informal, las prácticas, el trabajo o simplemente la experiencia personal en la «universidad de la vida». La idea es que no debe permitirse que ningún tipo de aprendizaje se pierda y que todos ellos, si se desea, cuenten para la adquisición de cualificaciones formales.

En este sentido, los estudiantes de la UDIMA que cursen asignaturas obligatorias con carácter trimestral, semestral o anual dependiendo de las características del programa de movilidad en el que esté adscrito podrán desarrollar sus estudios mediante la transferencia de 3, 4, 5 y 6 créditos ECTS, respectivamente. Siendo siempre la UDIMA la que realice las asignaciones de créditos para sus estudiantes, así como el reconocimiento curricular de los mismos.

Al mismo tiempo, en el **Suplemento de Diploma** (documento adjunto a un título de enseñanza superior en el que se detallan el contexto, el nivel, la naturaleza, el contenido y el rango de los estudios realizados) quedará constancia de las asignaturas obligatorias cursadas, así como el nombre de la universidad donde se cursaron, haciendo una referencia al programa de movilidad virtual en el que el estudiante en cuestión estuvo adscrito.

Por último, se instará al estudiante que haya cursado algún programa de movilidad virtual a realizar la mención del mismo en el **CV Europeo** (formulario estandarizado, ofrecido por la Comisión para su utilización con carácter voluntario, que facilita a los contratantes, en particular, la comprensión de las experiencias y las capacidades de candidatos procedentes de distintos países de la UE) y su mención en el momento de la solicitud de prácticas de trabajo en el extranjero, teniendo en cuenta que el **Europass** está desarrollado para la educación y la formación de profesionales (documento informativo estándar de la UE que acredita las prácticas de trabajo realizadas en el extranjero).

MECANISMOS DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Con el objetivo de desarrollar los programas de movilidad virtual de acuerdo a una serie de parámetros que garanticen la calidad de los mismos, desde el Departamento de Relaciones Institucionales de la Universidad se ha definido una serie de actuaciones concretas y mecanismos que lo permitan, los cuales se describen a continuación.

Medición y análisis de la satisfacción en la relación con las acciones de movilidad

El Director de Relaciones Institucionales realizará un análisis pormenorizado de la satisfacción en relación con las acciones de movilidad tal y como se establecerá en un «Procedimiento de análisis de resultados de los programas de movilidad» que se creará con ese objetivo. Esta actividad contemplará la revisión de todas las encuestas de satisfacción de los estudiantes propios o de acogida, así como la revisión del «Procedimiento para la organización de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida» que desarrollará la Universidad con el objetivo de garantizar los estándares de calidad previstos para los diferentes programas.

Revisión, modificación y mejora de las acciones de movilidad

Con el objetivo de mejorar permanentemente los diferentes programas de movilidad, la Universidad dispondrá de un procedimiento específico, que recoge las actividades asociadas a la revisión, modificación y mejora de las acciones de movilidad, el cual se desarrollará, revisará, modificará y coordinará desde el Departamento de Relaciones Institucionales de la Universidad.

Los resultados asociados a la medición, análisis de la satisfacción, así como a la revisión, modificación y definición de acciones de mejora serán comunicados por el Director del citado Departamento al Rector de la UDIMA.

Las modificaciones y acciones de mejora derivadas de dicha revisión se incluirán en programas de movilidad que

se desarrollen a posteriori y quedarán documentadas en un registro específico creado para tal fin denominado «Nuevas versiones de la documentación relativa a los programas de movilidad».

Rendición de cuentas a las partes implicadas

Los resultados asociados a las diferentes encuestas existentes para medir los niveles de satisfacción; «Encuesta del nivel de satisfacción de los estudiantes (universidad de acogida)» y «Encuesta del nivel de satisfacción de los estudiantes propios (universidad de destino)», respectivamente, se facilitarán a los miembros del PDI que hayan desarrollado la actividad docente en el programa en cuestión, así como al interlocutor de la universidad de origen y al Rector cuando la UDIMA actúe como institución anfitriona. Cuando la UDIMA actúe como institución de origen se solicitará esta misma información al interlocutor correspondiente de la universidad de acogida.

RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

El sistema de reconocimiento y transferencia de créditos, así como el procedimiento previsto, conforme al Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre [modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio (BOE de 3 de julio de 2010) y por el Real Decreto 99/2011, de 28 de enero (BOE de 10 de febrero de 2011)], se desarrolla en el punto 4 de esta Memoria (véase el epígrafe 4.4 Reconocimiento y Transferencia de créditos). Dicho procedimiento se hará de conformidad con lo dispuesto en el Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre.

5.3 DESCRIPCIÓN DE LAS MATERIAS (MÓDULOS) DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE QUE CONSTITUYEN LA ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS Y EL TRABAJO FIN DE GRADO.

A continuación presentamos todos los Módulos y asignaturas que se incluyen en el **Grado en Publicidad y Relaciones Públicas**.

DENOMINACIÓN DEL MÓDULO	COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS	
Créditos (ECTS)	12	
Carácter	Formación Básica (6 créditos)	Formación Obligatoria (6 créditos)
RELACIÓN DE COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE		
Competencias Generales		
<ul style="list-style-type: none"> CG1, CG2. 		
Competencias Transversales		
<ul style="list-style-type: none"> CT2, CT3, CT4, CT5, CT6. 		
Competencias Específicas		
<ul style="list-style-type: none"> CE36, CE37, CE38. 		
RESULTADOS DEL APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> Analizar, interpretar y estructurar información digital. Interactuar en un entorno virtual, utilizando un método científico. Desarrollar un estilo de comunicación virtual en una comunidad de aprendizaje especializada en el ámbito de la Publicidad y de las Relaciones Públicas. Manejar, gestionar y aplicar la información a supuestos concretos. Dominar las estrategias y herramientas de búsqueda en Internet conociendo los distintos formatos, soportes y sedes de almacenamiento de datos al servicio de la publicidad y las relaciones públicas. Análisis, tratamiento, interpretación, elaboración y estructuración de la información y de la gestión del conocimiento en el ámbito publicitario o de relaciones públicas. 		
REQUISITOS PREVIOS/OBSERVACIONES		
Sin requisitos específicos previos.		
BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y DESGLOSE DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL		

MÓDULO DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS			
ASIGNATURAS	CRÉDITOS (ECTS)	CARÁCTER	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDO
Tecnología y Gestión de la Información y del Conocimiento	6	Básica	1. Entorno enseñanza – aprendizaje on-line: Campus virtual de la UDIMA. 2. Comunicación on-line y comunicación on-line para el aprendizaje. 3. Herramientas de redacción de la información y comunicación digital. 4. Herramientas de presentación digital. 5. Introducción a la Gestión del Conocimiento. 6. Técnicas Estratégicas para la Gestión del Conocimiento. 7. Mapas de Conocimiento. 8. Lecciones Aprendidas. 9. Benchmarking. 10. Memoria y Cultura Institucional, y Capital Intelectual
Fundamentos de la Comunicación en el Entorno Digital	6	Obligatoria	1. Conceptos tecnológicos básicos de la Comunicación digital. 2. Herramientas, recursos y soportes de la Comunicación digital. 3. Internet como fuente y como medio de medios. 4. Técnicas de escritura digital. 5. Lenguaje hipertextual. 6. Narrativa hipermedia y convergencia digital. 7. El mensaje digital. Contenidos y diseño. 8. Interactividad de los medios. 9. Estrategia en medios digitales. 10. Nuevas profesiones.
<p align="center">Actividades formativas indicando su contenido en créditos (ECTS), la metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe de adquirir el estudiante</p> <p>La acción formativa y su distribución en créditos ECTS (%) es la siguiente:</p> <p align="center"><u>Distribución en créditos ECTS (%):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> → Estudio de las Unidades Didácticas: 20% → Supuestos y casos prácticos: 25% → Lectura de artículos: 10% → Búsqueda de información: 30% → Redacción o realización de informes: 5% → Acción tutorial: 5% → Evaluación: 5% <p>Las Unidades didácticas constituyen el Manual de la asignatura, de índole teórico-práctico, con ejemplos reales y propuesta de supuestos y ejemplos. Tanto el Manual correspondiente como el material didáctico complementario está disponible tanto en formato Libro como en archivo PDF en el aula virtual a disposición del estudiante.</p> <p>Los artículos para su lectura estarán disponibles a través de los materiales complementarios asociados a esta asignatura, siendo facilitados y estando disponibles en el aula virtual.</p> <p>Los supuestos y casos prácticos serán proporcionados por el profesor, estando disponibles en el Aula virtual, y basados en casos y supuestos reales. Tras el estudio de la metodología utilizada por los referentes externos consultados (punto 2.1 de este Plan), la UDIMA apuesta por un enfoque metodológico eminentemente práctico, buscando el equilibrio entre la teoría y la práctica, basando sus explicaciones en supuestos extraídos de la realidad y preparando a los alumnos para que sean capaces de analizar y aplicar la teoría a los casos propuestos.</p> <p>La búsqueda de información se llevará a cabo mediante las técnicas de gestión de información y del conocimiento a través de Internet y de las bases de datos disponibles.</p> <p>La redacción o realización de informes implica el desarrollo de la capacidad de argumentación, análisis y síntesis, de acuerdo a los conocimientos adquiridos y a la búsqueda de información fiable que permita dar una opinión o un dictamen de carácter técnico, con fundamento y solidez, ante un supuesto de hecho particular planteado.</p> <p>La acción tutorial implica la participación del profesor para diseñar y planificar la asignatura, la propuesta de actividades, los plazos de entrega, la dinamización de la participación y motivación del estudiante a través de los foros, la resolución de dudas y problemas, así como la disponibilidad para cualquier cuestión que se pueda plantear al estudiante. Para todo ello, existen tutorías telefónicas (en los horarios marcados) o vía plataforma (en cualquier momento, con el compromiso de contestar en un plazo máximo de 48 horas).</p> <p>La evaluación de las actividades formativas previstas implicará tanto la calificación como el feed-back correspondiente al estudiante.</p>			

Metodología y su relación con las competencias a adquirir

Para la correcta comprensión y el afianzamiento de las nociones teóricas, se parte de la **lectura y estudio reflexivo** de los manuales y recursos didácticos proporcionados al estudiante como materiales básicos. Éstos serán comentados y complementados con la **acción tutorial**, que incluye asesoramiento personalizado, intercambio de impresiones en los debates habilitados en foros y demás recursos y medios que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Se combinará el **aprendizaje teórico con las enseñanzas prácticas** para garantizar la asimilación de los conceptos estudiados.

Para las actividades educativas de esta materia se utiliza la Plataforma Moodle de la UDIMA que habilita un entorno virtual de enseñanza-aprendizaje que permite el desarrollo de las actividades educativas, además de una comunicación fluida profesor-alumno, alumnos-alumnos y alumnos-equipo de apoyo técnico. Se proporciona más información al respecto en el apartado 7 sobre Recursos Materiales y Servicios.

Por ello, se valorará especialmente la habilidad para utilizar las herramientas que pone a disposición del alumno el Aula Virtual.

Las **metodologías** de aprendizaje aplicables a esta Materia (Módulo) son las siguientes:

■ *Tutorías telefónicas.*

A través de las tutorías telefónicas (entre tres y cuatro días a la semana, durante dos horas) los alumnos pueden consultar con los profesores las dudas acerca de materia estudiada, así como recibir recomendaciones sobre cómo abordar la titulación de un modo más eficaz, siendo asesorados en función de la disponibilidad para estudiar que disponga cada alumno.

■ *Clases Blackboard Collaborate*

Blackboard Collaborate es una aplicación que permite a varias personas comunicarse a distancia y en tiempo real compartiendo información de forma oral, a través de una pizarra virtual y de otras utilidades como la compartición de escritorio. La pizarra virtual permite al profesor escribir en ella o mostrar presentaciones de diapositivas. Además, cuenta con la posibilidad de grabar las sesiones, que posteriormente serán publicadas en el aula virtual para que los alumnos tengan acceso a ellas cuando deseen. Esta opción posibilita que todos los alumnos puedan acceder a la clase impartida en un horario distinto a aquel en que tuvo lugar la sesión.

Las salas de Blackboard Collaborate tienen una capacidad superior a cien estudiantes conectados simultáneamente.

■ *Comunicación en el Aula Virtual*

A lo largo de los estudios los alumnos y el profesor mantienen una comunicación constante en tiempo real o de forma diferida. Por medio del aula el estudiante se puede comunicar a cualquier hora con su profesor y con su compañeros.

Las dudas conceptuales o procedimentales que surjan tras el estudio razonado de las unidades del manual y del material complementario, deben plantearse en el foro de tutorías correspondiente activado en el Aula Virtual, sin perjuicio de que puedan ser, asimismo, formuladas por vía telefónica, de acuerdo con el horario de tutorías establecido.

■ *Comunicación Síncrona*

Para la comunicación síncrona (en tiempo real) en el Aula se utiliza el Chat de Moodle y la Sala de Blackboard Collaborate, lo que permite la adquisición de conocimientos en línea.

■ *Comunicación Asíncrona*

La comunicación asíncrona (diferida en el tiempo) se realiza mediante el uso de los Foros. Estos son de varios tipos:

- Tablón de Anuncios: aquel en el cual el profesor envía todos los comunicados importantes relativos a la materia.
- Foro Entre Estudiantes: destinado exclusivamente a que los alumnos puedan comunicarse entre ellos sin intervención por parte del profesor.
- Foros de Tutorías: donde los alumnos plantean todas las dudas referidas a la materia.
- Otros Foros que el profesor estime oportuno crear para el mejor desarrollo de los estudios.

■ *Buzones de entrega*

Es la herramienta que permite al alumno enviar al profesor sus informes, siendo posteriormente devueltos al estudiante a través del buzón corregidos y calificados.

■ *Unidades didácticas adaptadas a la enseñanza a distancia.*

Todas las asignaturas disponen de un manual, bien externo o interno editado por UDIMA, en el que las unidades didácticas están adaptadas a la enseñanza a distancia.

■ *Guía Docente.*

Se trata de la planificación detallada de una asignatura o un módulo basada en los principios que guían el proceso de creación de un Espacio Europeo de Educación Superior. Es una herramienta básica del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS) para alcanzar el objetivo de promover la cooperación europea en garantía de calidad mediante el desarrollo de metodologías y criterios comparables, según lo dispuesto en la Declaración de Bolonia.

La Guía Docente siempre es revisada por el director del departamento correspondiente.

■ *Second Life*

Es un metaverso accesible gratuitamente donde los alumnos encuentran el campus virtual de la UDIMA, lo cual les permite la interacción con otros estudiantes no sólo de la titulación que están cursando sino de cualquier otra.

A través de Second Life, en las diferentes salas con las que cuenta la universidad, los profesores imparten clases virtuales, organizan visitas guiadas a otros lugares, hacen simulacros en determinadas prácticas, e incluso posibilitan y facilitan la realización de trabajos en grupo.

El enlace a Second Life se encuentra en cada una de las Aulas.

■ *Material Audiovisual*

Los profesores complementan las unidades didácticas con materiales audiovisuales (vídeos, podcasts, etc) que refuerzan los contenidos de las Unidades Didácticas. La UDIMA cuenta con un canal en Youtube actualizado permanentemente con vídeos de interés para el alumnado.

El enlace a este canal de la UDIMA se encuentra en todas las Aulas.

■ *Bases de datos y glosarios*

Se trata de repositorios de información que son utilizados tanto para complementar la información de las unidades como para favorecer el aprendizaje colectivo.

■ *Blogs, wikis y google docs*

Los blogs, las wikis y la herramienta google docs se utilizan para que los estudiantes puedan participar activamente y trabajar cooperativamente en la construcción del aprendizaje, garantizando su uso la adquisición de competencias de carácter multidisciplinar.

Sistema de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones

La ponderación de la nota final se distribuye entre las siguientes actividades evaluables:

- Participación en actividades de aprendizaje: 10-20%

Cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades didácticas basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual y/o colectiva de conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán, entre otras, desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación), Wiki, Lección, Google docs o Foro (foros de debate) de la Plataforma de Teleformación.

- Realización de controles: 10-20%

Pruebas de evaluación tipo test que tienen como finalidad la evaluación de los conocimientos adquiridos durante el estudio de una o varias unidades didácticas.

- Actividades de Evaluación Continua (AEC): 20-30%

A lo largo del estudio de las asignaturas del módulo, el estudiante realizará diferentes actividades de evaluación en grupo o de manera individual. Este tipo de actividades contemplan la realización y presentación de informes sobre diversa índole, tales como trabajos individuales, prácticas grupales o análisis de supuestos prácticos.

Son, en todo caso, trabajos a entregar al profesor con carácter obligatorio a través de los «Buzones de entrega» del Aula Virtual.

- Examen final presencial: 50-60%

La prueba de evaluación final de cada asignatura del módulo se realiza con carácter obligatorio a título individual y tiene como objetivo valorar la adquisición y consolidación de los contenidos presentados en las unidades didácticas del manual de referencia de las asignaturas en cuestión y, opcionalmente, del material complementario que el profesor de la asignatura considere oportuno valorar.

El modelo de examen será consensuado por el profesorado del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

El **sistema de calificaciones** es numérico, de 0 a 10, con expresión de un decimal. Se añade, además, su correspondiente calificación cualitativa como sigue:

- 0 - 4,9: Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9: Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9: Notable (NT)
- 9,0 - 10: Sobresaliente (SB)

DENOMINACIÓN DEL MÓDULO	BASES DE LA COMUNICACIÓN
Créditos (ECTS)	42
Carácter	Formación Básica (42 ECTS)
RELACIÓN DE COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE	
Competencias Generales	
<ul style="list-style-type: none">• CG3, CG4, CG5, CG6, CG7.	
Competencias Transversales	
<ul style="list-style-type: none">• CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7.	
Competencias Específicas	
<ul style="list-style-type: none">• CE4, CE10, CE11, CE13, CE15, CE29, CE40.	
RESULTADOS DEL APRENDIZAJE	
<ul style="list-style-type: none">• Resolver problemas y casos prácticos relacionados con la aplicación de los principios del Derecho, el manejo de sus fuentes jurídicas legales y la interpretación de sus textos.• Habilidad en la búsqueda de información e investigación de mercados y capacidad para entender el entorno económico circundante.• Realizar análisis críticos de la realidad social a partir de su lectura sociológica.• Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios más adecuados.• Identificar los métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones en el área de la publicidad y de las relaciones públicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia, entre otras.• Utilizar las herramientas y variables estadísticas fundamentales para el desarrollo posterior de la investigación en publicidad y relaciones públicas.	
REQUISITOS PREVIOS/OBSERVACIONES	
Sin requisitos específicos previos.	

BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y DESGLOSE DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO DE BASES DE LA COMUNICACIÓN			
ASIGNATURAS	CRÉDITOS (ECTS)	CARÁCTER	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDO
Lengua Española	6	Básica	1. La lengua en los medios de comunicación de masas. 2. Semiótica. 3. Fonética y fonología del español. 4. Morfología del español: morfología flexiva. 5. Morfología del español: morfología derivativa. 6. Sintaxis del español: la oración simple. 7. Sintaxis del español: la oración compuesta. 8. Semántica y lexicología del español. 9. Pragmática del español. 10. Sociolingüística del español.
Introducción al Derecho	6	Básica	1. Regulación Normativa de la Convivencia Social. 2. Derecho Positivo, Derecho Natural y Moral. 3. Las Normas Jurídicas. 4. Los Principios Jurídicos. 5. Hechos, Actos y Negocios Jurídicos. 6. Las Relaciones Jurídicas. 7. Los Derechos Subjetivos. 8. Los Deberes Jurídicos. 9. La Aplicación y la Interpretación del Derecho. 10. La Unidad del Derecho Encuadramiento de las Disciplinas Jurídicas. Ciencia, Teoría y Filosofía del Derecho
Introducción a la Economía	6	Básica	1. Conceptos básicos de economía. 2. La Teoría de la demanda. 3. La Elasticidad de la demanda. 4. La Teoría y elasticidad de la oferta. El equilibrio del mercado. 5. La Teoría y Costes de producción. 6. El mercado. 7. Macroeconomía: Una visión general. 8. La demanda agregada. 9. El dinero. 10. El sector Exterior. 11. La inflación y el desempleo.
Comunicación Escrita	6	Básica	1. Comunicación oral y escrita. 2. La planificación o preescritura. 3. El acto de escritura. 4. La reescritura. 5. Cuestiones de ortografía y gramática. 6. Modelos textuales: la descripción. 7. Modelos textuales: la narración. 8. Modelos textuales: la exposición y el género epistolar. 9. Modelos textuales: la argumentación. 10. La escritura académica.
Marketing y Globalización	6	Básica	1. Introducción al marketing. Presente y futuro. 2. Introducción a la investigación de mercados. 3. Marketing mix: Producto y precio. 4. Marketing mix: La distribución. Mercado y clientes. 5. Marketing mix: Comunicación integral y marketing. 6. Marketing directo. 7. Organización comercial. Equipos de venta. 8. Introducción al marketing en Internet y nuevas tecnologías. 9. Plan de marketing y auditoría. 10. Marketing internacional.
Sociología General	6	Básica	1. La perspectiva sociológica. 2. Acción, estructura y cambio social. 3. Persona, cultura y sociedad. 4. El proceso de socialización. 5. Adaptación y desviación social. 6. Desigualdad, estratificación y exclusión social. 7. Familia y relaciones de pareja. 8. Sociedad y Política. 9. Medios de comunicación social. 10. El proceso de globalización.
Estadística	6	Básica	1. Introducción a la Estadística. Conceptos Preliminares. 2. Distribuciones de Frecuencias Unidimensionales o Univariantes. 3. Análisis Numérico de una Variable Medible (I): Medidas de Centralización o de Tendencia Central. 4. Análisis Numérico de una Variable Medible (II): Medidas de Dispersión y Medidas de Forma. 5. Análisis Numérico de una Variable Medible (III): Otras Medidas de Localización, de Dispersión y de Forma. 6. Descripción Conjunta de Varias Variables: Distribuciones de Frecuencias y Correlación. 7. Teoría de la Correlación: Introducción a la Regresión Lineal Simple. 8. Conceptos Básicos de Probabilidad. 9. Variables Aleatorias. Modelos Univariantes

Actividades formativas indicando su contenido en créditos (ECTS), la metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe de adquirir el estudiante

La acción formativa y su distribución en créditos ECTS (%) es la siguiente:

Distribución en créditos ECTS (%):

- Estudio de las Unidades Didácticas: 25%
- Supuestos y casos prácticos: 25%
- Lectura de artículos: 10%
- Búsqueda de información: 10%
- Redacción o realización de informes: 20%
- Acción tutorial: 5%
- Evaluación: 5%

Las **Unidades didácticas** constituyen el Manual de la asignatura, de índole teórico-práctico, con ejemplos reales y propuesta de supuestos y ejemplos. Tanto el Manual correspondiente como el material didáctico complementario está disponible tanto en formato Libro como en archivo PDF en el aula virtual a disposición del estudiante.

Los **artículos para su lectura** estarán disponibles a través de los materiales complementarios asociados a esta asignatura, siendo facilitados y estando disponibles en el aula virtual.

Los **supuestos y casos prácticos** serán proporcionados por el profesor, estando disponibles en el Aula virtual, y basados en casos y supuestos reales. Tras el estudio de la metodología utilizada por los referentes externos consultados (punto 2.1 de este Plan), la UDIMA apuesta por un enfoque metodológico eminentemente práctico, buscando el equilibrio entre la teoría y la práctica, basando sus explicaciones en supuestos extraídos de la realidad y preparando a los alumnos para que sean capaces de analizar y aplicar la teoría a los casos propuestos.

La **búsqueda de información** se llevará a cabo mediante las técnicas de gestión de información y del conocimiento a través de Internet y de las bases de datos disponibles.

La **redacción o realización de informes** implica el desarrollo de la capacidad de argumentación, análisis y síntesis, de acuerdo a los conocimientos adquiridos y a la búsqueda de información fiable que permita dar una opinión o un dictamen de carácter técnico, con fundamento y solidez, ante un supuesto de hecho particular planteado.

La **acción tutorial** implica la participación del profesor para diseñar y planificar la asignatura, la propuesta de actividades, los plazos de entrega, la dinamización de la participación y motivación del estudiante a través de los foros, la resolución de dudas y problemas, así como la disponibilidad para cualquier cuestión que se pueda plantear al estudiante. Para todo ello, existen tutorías telefónicas (en los horarios marcados) o vía plataforma (en cualquier momento, con el compromiso de contestar en un plazo máximo de 48 horas).

La **evaluación** de las actividades formativas previstas implicará tanto la calificación como el feed-back correspondiente al estudiante.

Metodología y su relación con las competencias a adquirir

Para la correcta comprensión y el afianzamiento de las nociones teóricas, se parte de la **lectura y estudio** reflexivo de los manuales y recursos didácticos proporcionados al estudiante como materiales básicos. Éstos serán comentados y complementados con la **acción tutorial**, que incluye asesoramiento personalizado, intercambio de impresiones en los debates habilitados en foros y demás recursos y medios que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Se combinará el **aprendizaje teórico con las enseñanzas prácticas** para garantizar la asimilación de los conceptos estudiados.

Para las actividades educativas de esta materia se utiliza la Plataforma Moodle de la UDIMA que habilita un entorno virtual de enseñanza-aprendizaje que permite el desarrollo de las actividades educativas, además de una comunicación fluida profesor-alumno, alumnos-alumnos y alumnos-equipo de apoyo técnico. Se proporciona más información al respecto en el apartado 7 sobre Recursos Materiales y Servicios.

Por ello, se valorará especialmente la habilidad para utilizar las herramientas que pone a disposición del alumno el Aula Virtual.

Las **metodologías** de aprendizaje aplicables a esta Materia (Módulo) son las siguientes:

■ *Tutorías telefónicas.*

A través de las tutorías telefónicas (entre tres y cuatro días a la semana, durante dos horas) los alumnos pueden consultar con los profesores las dudas acerca de materia estudiada, así como recibir recomendaciones sobre cómo abordar la titulación de un modo más eficaz, siendo asesorados en función de la disponibilidad para estudiar que disponga cada alumno.

■ *Clases Blackboard Collaborate*

Blackboard Collaborate es una aplicación que permite a varias personas comunicarse a distancia y en tiempo real compartiendo información de forma oral, a través de una pizarra virtual y de otras utilidades como la compartición de escritorio. La pizarra virtual permite al profesor escribir en ella o mostrar presentaciones de diapositivas. Además, cuenta con la posibilidad de grabar las sesiones, que posteriormente serán publicadas en el aula virtual para que los alumnos tengan acceso a ellas cuando deseen. Esta opción posibilita que todos los alumnos puedan acceder a la clase impartida en un horario distinto a aquel en que tuvo lugar la sesión.

Las salas de Blackboard Collaborate tienen una capacidad superior a cien estudiantes conectados simultáneamente.

■ *Comunicación en el Aula Virtual*

A lo largo de los estudios los alumnos y el profesor mantienen una comunicación constante en tiempo real o de forma diferida. Por medio del aula el estudiante se puede comunicar a cualquier hora con su profesor y con su compañeros.

Las dudas conceptuales o procedimentales que surjan tras el estudio razonado de las unidades del manual y del material complementario, deben plantearse en el foro de tutorías correspondiente activado en el Aula Virtual, sin perjuicio de que puedan ser, asimismo, formuladas por vía telefónica, de acuerdo con el horario de tutorías establecido.

■ *Comunicación Síncrona*

Para la comunicación síncrona (en tiempo real) en el Aula se utiliza el Chat de Moodle y la Sala de Blackboard Collaborate, lo que permite la adquisición de conocimientos en línea.

■ *Comunicación Asíncrona*

La comunicación asíncrona (diferida en el tiempo) se realiza mediante el uso de los Foros. Estos son de varios tipos:

- Tablón de Anuncios: aquel en el cual el profesor envía todos los comunicados importantes relativos a la materia.
- Foro Entre Estudiantes: destinado exclusivamente a que los alumnos puedan comunicarse entre ellos sin intervención por parte del profesor.
- Foros de Tutorías: donde los alumnos plantean todas las dudas referidas a la materia.
- Otros Foros que el profesor estime oportuno crear para el mejor desarrollo de los estudios.

■ *Buzones de entrega*

Es la herramienta que permite al alumno enviar al profesor sus informes, siendo posteriormente devueltos al estudiante a través del buzón corregidos y calificados.

■ *Unidades didácticas adaptadas a la enseñanza a distancia.*

Todas las asignaturas disponen de un manual, bien externo o interno editado por UDIMA, en el que las unidades didácticas están adaptadas a la enseñanza a distancia.

■ *Guía Docente.*

Se trata de la planificación detallada de una asignatura o un módulo basada en los principios que guían el proceso de creación de un Espacio Europeo de Educación Superior. Es una herramienta básica del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS) para alcanzar el objetivo de promover la cooperación europea en garantía de calidad mediante el desarrollo de metodologías y criterios comparables, según lo dispuesto en la Declaración de Bolonia.

La Guía Docente siempre es revisada por el director del departamento correspondiente.

■ *Second Life*

Es un metaverso accesible gratuitamente donde los alumnos encuentran el campus virtual de la UDIMA, lo cual les permite la interacción con otros estudiantes no sólo de la titulación que están cursando sino de cualquier otra.

A través de Second Life, en las diferentes salas con las que cuenta la universidad, los profesores imparten clases virtuales, organizan visitas guiadas a otros lugares, hacen simulacros en determinadas prácticas, e incluso posibilitan y facilitan la realización de trabajos en grupo.

El enlace a Second Life se encuentra en cada una de las Aulas.

■ *Material Audiovisual*

Los profesores complementan las unidades didácticas con materiales audiovisuales (vídeos, podcasts, etc) que refuerzan los contenidos de las Unidades Didácticas. La UDIMA cuenta con un canal en Youtube actualizado permanentemente con vídeos de interés para el alumnado.

El enlace a este canal de la UDIMA se encuentra en todas las Aulas.

■ *Bases de datos y glosarios*

Se trata de repositorios de información que son utilizados tanto para complementar la información de las unidades como para favorecer el aprendizaje colectivo.

■ *Blogs, wikis y google docs*

Los blogs, las wikis y la herramienta google docs se utilizan para que los estudiantes puedan participar activamente y trabajar cooperativamente en la construcción del aprendizaje, garantizando su uso la adquisición de competencias de carácter multidisciplinar.

Sistema de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones

La ponderación de la nota final se distribuye entre las siguientes actividades evaluables:

- Participación en actividades de aprendizaje: 10-20%

Cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades didácticas basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual y/o colectiva de conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán, entre otras, desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación), Wiki, Lección, Google docs o Foro (foros de debate) de la Plataforma de Teleformación.

- Realización de controles: 10-20%

Pruebas de evaluación tipo test que tienen como finalidad la evaluación de los conocimientos adquiridos durante el estudio de una o varias unidades didácticas.

- Actividades de Evaluación Continua (AEC): 20-30%

A lo largo del estudio de las asignaturas del módulo, el estudiante realizará diferentes actividades de evaluación en grupo o de manera individual. Este tipo de actividades contemplan la realización y presentación de informes sobre diversa índole, tales como trabajos individuales, prácticas grupales o análisis de supuestos prácticos.

Son, en todo caso, trabajos a entregar al profesor con carácter obligatorio a través de los «Buzones de entrega» del Aula Virtual.

- Examen final presencial: 50-60%

La prueba de evaluación final de cada asignatura del módulo se realiza con carácter obligatorio a título individual y tiene como objetivo valorar la adquisición y consolidación de los contenidos presentados en las unidades didácticas del manual de referencia de las asignaturas en cuestión y, opcionalmente, del material complementario que el profesor de la asignatura considere oportuno valorar.

El modelo de examen será consensuado por el profesorado del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

El **sistema de calificaciones** es numérico, de 0 a 10, con expresión de un decimal. Se añade, además, su

correspondiente calificación cualitativa como sigue:

0 - 4,9: Suspenso (SS)
 5,0 - 6,9: Aprobado (AP)
 7,0 - 8,9: Notable (NT)
 9,0 - 10: Sobresaliente (SB)

DENOMINACIÓN DEL MÓDULO		FUNDAMENTOS COMUNICATIVOS PARA LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS	
Créditos (ECTS)		30	
Carácter		Formación Básica (12 créditos)	Formación Obligatoria (18 créditos)
RELACIÓN DE COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE			
Competencias Generales			
<ul style="list-style-type: none"> CG4, CG7, CG8, CG10, CG11, CG12, CG14. 			
Competencias Transversales			
<ul style="list-style-type: none"> CT1, CT2, CT3, CT4, CT6, CT7, CT8. 			
Competencias Específicas			
<ul style="list-style-type: none"> CE12, CE14, CE16, CE27, CE39, CE43. 			
RESULTADOS DEL APRENDIZAJE			
<ul style="list-style-type: none"> Aplicar la metodología científica propia de las teorías de la comunicación. Analizar los procesos psicológicos básicos de la comunicación y del receptor de la publicidad. Dominar las pautas básicas que rigen la comunicación audiovisual que sirvan de fundamento para el ejercicio de la publicidad y las relaciones públicas. Describir las principales tendencias de investigación en la comunicación social, así como sus diferentes modelos: behavioristas, funcionales, constructivistas y estructuralistas. Identificar las múltiples expresiones, fenómenos y procesos de la opinión pública. Definir el marco de actuación de los grandes grupos de medios y sus procesos de concentración. Describir la evolución general de los medios de comunicación a través de su desarrollo histórico. 			
REQUISITOS PREVIOS/OBSERVACIONES			
Sin requisitos previos.			
BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y DESGLOSE DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO DE FUNDAMENTOS COMUNICATIVOS PARA LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS			
ASIGNATURAS	CRÉDITOS (ECTS)	CARÁCTER	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDO
Teoría de la Comunicación Social	6	Básica	1. Introducción. La ciencia de la comunicación como ciencia social. 2. Elementos de la comunicación. Ámbitos científicos de la comunicación social. 3. Trayectorias de la investigación en comunicación social. 4. La conducta comunicativa. 5. La transacción comunicativa. 6. Identidad, autoconcepto y comunicación. 7. La comunicación en grupos y organizaciones. 8. Comunicación mediática I: Teorías sobre los efectos poderosos de los medios. 9. Comunicación mediática II: Los efectos limitados. 10. La comunicación computerizada y la realidad virtual como objetos de estudio emergentes.
Introducción a la	6	Básica	1. Historia de la Psicología. 2. Psicología Social. 3.

Psicología de la Comunicación			Cognición Social. 4. Psicología de la Personalidad. 5. Las emociones. 6. Psicología de la Comunicación. Persuasión y cambio de actitudes. 7. El emisor. 8. El mensaje. 9. El receptor. 10. Nuevas aproximaciones al estudio de la comunicación.
Narrativa Audiovisual	6	Obligatorio	1. La narrativa audiovisual. 2. El discurso y las instancias enunciadoras. 3. La historia y los ejes de la narración. 4. La construcción del discurso audiovisual: el guión. 5. Teoría y análisis del montaje cinematográfico. 6. La narración cinematográfica: de los orígenes a la postmodernidad. 7. El cine informativo: de los noticiarios al documental. 8. El discurso televisivo: información y entretenimiento. 9. El discurso publicitario audiovisual: spot, tráiler y videoclip. 10. Nuevos medios y estructuras narrativas en la era digital.
Opinión Pública	6	Obligatoria	1. El concepto de opinión pública. 2. Marco teórico de la opinión pública. 3. Psicología social y opinión pública. 4. Modelos de influencia mediática. 5. Opinión pública y comunicación política. 6. Opinión pública y elecciones. 7. Gobierno y opinión pública. 8. La intermediación política de la prensa. 9. Esfera pública y modelos emergentes de democracia. 10. Métodos y técnicas de investigación de la opinión pública.
Estructura de la Comunicación	6	Obligatoria	1. Introducción, teoría y método. 2. Nuevo Orden Internacional de la Comunicación: la Tríada (EE.UU, Europa y Japón) y la "herética" Al Jazeera. 3. Flujos informativos en Latinoamérica. 4. Los grandes grupos en los países emergentes. 5. Las agencias informativas. 6. Políticas de comunicación. 7. Concentración en la Unión Europea. 8. Estructura de la Comunicación en España. 9. Análisis sectorial de la Estructura de la Comunicación en España. 10. Internet, publicidad y prensa en el contexto mundial.

Actividades formativas indicando su contenido en créditos (ECTS), la metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe de adquirir el estudiante

La acción formativa y su distribución en créditos ECTS (%) es la siguiente:

Distribución en créditos ECTS (%):

- Estudio de las Unidades Didácticas: 35%
- Supuestos y casos prácticos: 20%
- Lectura de artículos: 10%
- Búsqueda de información: 10%
- Redacción o realización de informes: 15%
- Acción tutorial: 5%
- Evaluación: 5%

Las **Unidades didácticas** constituyen el Manual de la asignatura, de índole teórico-práctico, con ejemplos reales y propuesta de supuestos y ejemplos. Tanto el Manual correspondiente como el material didáctico complementario está disponible tanto en formato Libro como en archivo PDF en el aula virtual a disposición del estudiante.

Los **artículos para su lectura** estarán disponibles a través de los materiales complementarios asociados a esta asignatura, siendo facilitados y estando disponibles en el aula virtual.

Los **supuestos y casos prácticos** serán proporcionados por el profesor, estando disponibles en el Aula virtual, y basados en casos y supuestos reales. Tras el estudio de la metodología utilizada por los referentes externos consultados (punto 2.1 de este Plan), la UDIMA apuesta por un enfoque metodológico eminentemente práctico, buscando el equilibrio entre la teoría y la práctica, basando sus explicaciones en supuestos extraídos de la realidad y preparando a los alumnos para que sean capaces de analizar y aplicar la teoría a los casos propuestos.

La **búsqueda de información** se llevará a cabo mediante las técnicas de gestión de información y del

conocimiento a través de Internet y de las bases de datos disponibles.

La **redacción o realización de informes** implica el desarrollo de la capacidad de argumentación, análisis y síntesis, de acuerdo a los conocimientos adquiridos y a la búsqueda de información fiable que permita dar una opinión o un dictamen de carácter técnico, con fundamento y solidez, ante un supuesto de hecho particular planteado.

La **acción tutorial** implica la participación del profesor para diseñar y planificar la asignatura, la propuesta de actividades, los plazos de entrega, la dinamización de la participación y motivación del estudiante a través de los foros, la resolución de dudas y problemas, así como la disponibilidad para cualquier cuestión que se pueda plantear al estudiante. Para todo ello, existen tutorías telefónicas (en los horarios marcados) o vía plataforma (en cualquier momento, con el compromiso de contestar en un plazo máximo de 48 horas).

La **evaluación** de las actividades formativas previstas implicará tanto la calificación como el feed-back correspondiente al estudiante.

Metodología y su relación con las competencias a adquirir

Para la correcta comprensión y el afianzamiento de las nociones teóricas, se parte de la **lectura y estudio** reflexivo de los manuales y recursos didácticos proporcionados al estudiante como materiales básicos. Éstos serán comentados y complementados con la **acción tutorial**, que incluye asesoramiento personalizado, intercambio de impresiones en los debates habilitados en foros y demás recursos y medios que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Se combinará el **aprendizaje teórico con las enseñanzas prácticas** para garantizar la asimilación de los conceptos estudiados.

Para las actividades educativas de esta materia se utiliza la Plataforma Moodle de la UDIMA que habilita un entorno virtual de enseñanza-aprendizaje que permite el desarrollo de las actividades educativas, además de una comunicación fluida profesor-alumno, alumnos-alumnos y alumnos-equipo de apoyo técnico. Se proporciona más información al respecto en el apartado 7 sobre Recursos Materiales y Servicios.

Por ello, se valorará especialmente la habilidad para utilizar las herramientas que pone a disposición del alumno el Aula Virtual.

Las **metodologías** de aprendizaje aplicables a esta Materia (Módulo) son las siguientes:

■ *Tutorías telefónicas.*

A través de las tutorías telefónicas (entre tres y cuatro días a la semana, durante dos horas) los alumnos pueden consultar con los profesores las dudas acerca de materia estudiada, así como recibir recomendaciones sobre cómo abordar la titulación de un modo más eficaz, siendo asesorados en función de la disponibilidad para estudiar que disponga cada alumno.

■ *Clases Blackboard Collaborate*

Blackboard Collaborate es una aplicación que permite a varias personas comunicarse a distancia y en tiempo real compartiendo información de forma oral, a través de una pizarra virtual y de otras utilidades como la compartición de escritorio. La pizarra virtual permite al profesor escribir en ella o mostrar presentaciones de diapositivas. Además, cuenta con la posibilidad de grabar las sesiones, que posteriormente serán publicadas en el aula virtual para que los alumnos tengan acceso a ellas cuando deseen. Esta opción posibilita que todos los alumnos puedan acceder a la clase impartida en un horario distinto a aquel en que tuvo lugar la sesión.

Las salas de Blackboard Collaborate tienen una capacidad superior a cien estudiantes conectados simultáneamente.

■ *Comunicación en el Aula Virtual*

A lo largo de los estudios los alumnos y el profesor mantienen una comunicación constante en tiempo real o de forma diferida. Por medio del aula el estudiante se puede comunicar a cualquier hora con su profesor y con su compañeros.

Las dudas conceptuales o procedimentales que surjan tras el estudio razonado de las unidades del manual y del material complementario, deben plantearse en el foro de tutorías correspondiente activado en el Aula Virtual, sin perjuicio de que puedan ser, asimismo, formuladas por vía telefónica, de acuerdo con el horario de tutorías establecido.

■ *Comunicación Síncrona*

Para la comunicación síncrona (en tiempo real) en el Aula se utiliza el Chat de Moodle y la Sala de Blackboard Collaborate, lo que permite la adquisición de conocimientos en línea.

■ *Comunicación Asíncrona*

La comunicación asíncrona (diferida en el tiempo) se realiza mediante el uso de los Foros. Estos son de varios tipos:

- Tablón de Anuncios: aquel en el cual el profesor envía todos los comunicados importantes relativos a la materia.
- Foro Entre Estudiantes: destinado exclusivamente a que los alumnos puedan comunicarse entre ellos sin intervención por parte del profesor.
- Foros de Tutorías: donde los alumnos plantean todas las dudas referidas a la materia.
- Otros Foros que el profesor estime oportuno crear para el mejor desarrollo de los estudios.

■ *Buzones de entrega*

Es la herramienta que permite al alumno enviar al profesor sus informes, siendo posteriormente devueltos al estudiante a través del buzón corregidos y calificados.

■ *Unidades didácticas adaptadas a la enseñanza a distancia.*

Todas las asignaturas disponen de un manual, bien externo o interno editado por UDIMA, en el que las unidades didácticas están adaptadas a la enseñanza a distancia.

■ *Guía Docente.*

Se trata de la planificación detallada de una asignatura o un módulo basada en los principios que guían el proceso de creación de un Espacio Europeo de Educación Superior. Es una herramienta básica del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS) para alcanzar el objetivo de promover la cooperación europea en garantía de calidad mediante el desarrollo de metodologías y criterios comparables, según lo dispuesto en la Declaración de Bolonia.

La Guía Docente siempre es revisada por el director del departamento correspondiente.

■ *Second Life*

Es un metaverso accesible gratuitamente donde los alumnos encuentran el campus virtual de la UDIMA, lo cual les permite la interacción con otros estudiantes no sólo de la titulación que están cursando sino de cualquier otra.

A través de Second Life, en las diferentes salas con las que cuenta la universidad, los profesores imparten clases virtuales, organizan visitas guiadas a otros lugares, hacen simulacros en determinadas prácticas, e incluso posibilitan y facilitan la realización de trabajos en grupo.

El enlace a Second Life se encuentra en cada una de las Aulas.

■ *Material Audiovisual*

Los profesores complementan las unidades didácticas con materiales audiovisuales (vídeos, podcasts, etc) que refuerzan los contenidos de las Unidades Didácticas. La UDIMA cuenta con un canal en Youtube actualizado permanentemente con vídeos de interés para el alumnado.

El enlace a este canal de la UDIMA se encuentra en todas las Aulas.

■ *Bases de datos y glosarios*

Se trata de repositorios de información que son utilizados tanto para complementar la información de las unidades como para favorecer el aprendizaje colectivo.

■ *Blogs, wikis y google docs*

Los blogs, las wikis y la herramienta google docs se utilizan para que los estudiantes puedan participar activamente y trabajar cooperativamente en la construcción del aprendizaje, garantizando su uso la adquisición de competencias de carácter multidisciplinar.

Sistema de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones

La ponderación de la nota final se distribuye entre las siguientes actividades evaluables:

- Participación en actividades de aprendizaje: 10-20%

Cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades didácticas basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual y/o colectiva de conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán, entre otras, desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación), Wiki, Lección, Google docs o Foro (foros de debate) de la Plataforma de Teleformación.

- Realización de controles: 10-20%

Pruebas de evaluación tipo test que tienen como finalidad la evaluación de los conocimientos adquiridos durante el estudio de una o varias unidades didácticas.

- Actividades de Evaluación Continua (AEC): 20-30%

A lo largo del estudio de las asignaturas del módulo, el estudiante realizará diferentes actividades de evaluación en grupo o de manera individual. Este tipo de actividades contemplan la realización y presentación de informes sobre diversa índole, tales como trabajos individuales, prácticas grupales o análisis de supuestos prácticos.

Son, en todo caso, trabajos a entregar al profesor con carácter obligatorio a través de los «Buzones de entrega» del Aula Virtual.

- Examen final presencial: 50-60%

La prueba de evaluación final de cada asignatura del módulo se realiza con carácter obligatorio a título individual y tiene como objetivo valorar la adquisición y consolidación de los contenidos presentados en las unidades didácticas del manual de referencia de las asignaturas en cuestión y, opcionalmente, del material complementario que el profesor de la asignatura considere oportuno valorar.

El modelo de examen será consensuado por el profesorado del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

El **sistema de calificaciones** es numérico, de 0 a 10, con expresión de un decimal. Se añade, además, su correspondiente calificación cualitativa como sigue:

0 - 4,9: Suspenso (SS)
5,0 - 6,9: Aprobado (AP)
7,0 - 8,9: Notable (NT)
9,0 - 10: Sobresaliente (SB)

DENOMINACIÓN DEL MÓDULO	TEORÍA, ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN PUBLICITARIA Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS
Créditos (ECTS)	30
Carácter	Formación Obligatoria
RELACIÓN DE COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE	
Competencias Generales	
<ul style="list-style-type: none"> • CG3, CG8, CG9, CG12. 	
Competencias Transversales	
<ul style="list-style-type: none"> • CT1, CT2, CT5, CT6, CT7, CT8. 	
Competencias Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE7, CE8, CE21. 	
<u>RESULTADOS DEL APRENDIZAJE</u>	
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los ámbitos de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras 	

organizativas.

- Identificar los perfiles profesionales del publicitario y del profesional de las relaciones públicas, así como las principales habilidades que se le exigen en el desempeño de su ejercicio profesional.
- Dominar los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello el conocimiento de la lengua española, analizando los distintos niveles y componentes que integran el sistema lingüístico del español, así como los productos discursivos que se enmarcan en las diferentes tipologías textuales.
- Identificar los principios fundamentales de la creatividad humana y su aplicación en las manifestaciones propias de la comunicación persuasiva.
- Saber aplicar los procesos creativos al ámbito de la comunicación, en especial al ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.
- Comprender los sistemas de análisis de campañas de publicidad y de relaciones públicas.
- Saber describir la estructura de las agencias de publicidad.
- Delimitar cada una de las funciones para la gestión de la empresa de publicidad y de relaciones públicas resaltando sus principales aplicaciones.

REQUISITOS PREVIOS/OBSERVACIONES

- Para poder aprobar "Lenguaje Publicitario" será necesario haber superado previamente "Teoría de la Publicidad".

BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y DESGLOSE DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO TEORÍA, ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN PUBLICITARIA Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

ASIGNATURAS	CRÉDITOS (ECTS)	CARÁCTER	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDO
Teoría de la Publicidad	6	Obligatoria	1. Fundamentos de la publicidad. 2. Historia de la publicidad. 3. La publicidad y sus protagonistas I: El anunciante. 4. La publicidad y sus protagonistas I: Las agencias de publicidad. 5. La publicidad y sus protagonistas III: El receptor publicitario. 6. El proceso de creación publicitaria I: Del anunciante a los medios. 7. El proceso de creación publicitaria II: Creatividad y publicidad. 8. El proceso de creación publicitaria III: Ideación y desarrollo del manifiesto publicitario. 9. Planificación de medios publicitarios. 10. Publicidad, sociedad y cultura.
Lenguaje Publicitario	6	Obligatoria	1. Publicidad y comunicación persuasiva. 2. Introducción al lenguaje publicitario. 3. Funciones del lenguaje publicitario. 4. Teorías psicosociales sobre el lenguaje publicitario. 5. Introducción a la semiótica. 6. Argumentación publicitaria. 7. Análisis estructural de la comunicación publicitaria. 8. Efectos del lenguaje publicitario en el receptor. 9. Efectos del lenguaje publicitario en la sociedad. 10. Panorama actual del lenguaje publicitario: nuevos medios, nuevos lenguajes.
Fundamentos de las Relaciones Públicas	6	Obligatoria	1. Marco teórico de las Relaciones Públicas. 2. Evolución Histórica. 3. La Comunicación externa. 4. La Comunicación interna. 5. Relaciones públicas y opinión pública. 6. Las Relaciones Públicas internacionales. 7. Relaciones Públicas y crisis.
Creatividad en Comunicación	6	Obligatoria	1. Concepto de creatividad. 2. Bases psicosociales de la creatividad humana. 3. Investigación científica en creatividad. 4. Creatividad y comunicación persuasiva. 5. Creatividad para publicidad. 6. El rol creativo en las agencias de publicidad. 7. Creatividad para las relaciones públicas. 8. Creatividad en la comunicación corporativa. 9. Creatividad en la comunicación política. 10. Nuevos escenarios para la creatividad en la comunicación persuasiva.
Empresa Publicitaria y de las Relaciones Públicas	6	Obligatoria	1. La perspectiva empresarial de la Publicidad y las Relaciones Públicas. 2. Estructura del sistema publicitario y de las Relaciones Públicas. 3. El anunciante. 4. La agencia. 5. Los medios de comunicación. 6. El consumidor. 7. La

investigación en Publicidad y en Relaciones Públicas. 8. La evaluación en Publicidad y en Relaciones Públicas. 9. Empresas auxiliares. 10. Nuevas tendencias empresariales en Publicidad y Relaciones Públicas.

Actividades formativas indicando su contenido en créditos (ECTS), la metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe de adquirir el estudiante

La acción formativa y su distribución en créditos ECTS (%) es la siguiente:

Distribución en créditos ECTS (%):

- Estudio de las Unidades Didácticas: 25%
- Supuestos y casos prácticos: 30%
- Lectura de artículos: 10%
- Búsqueda de información: 10%
- Redacción o realización de informes: 15%
- Acción tutorial: 5%
- Evaluación: 5%

Las **Unidades didácticas** constituyen el Manual de la asignatura, de índole teórico-práctico, con ejemplos reales y propuesta de supuestos y ejemplos. Tanto el Manual correspondiente como el material didáctico complementario está disponible tanto en formato Libro como en archivo PDF en el aula virtual a disposición del estudiante.

Los **artículos para su lectura** estarán disponibles a través de los materiales complementarios asociados a esta asignatura, siendo facilitados y estando disponibles en el aula virtual.

Los **supuestos y casos prácticos** serán proporcionados por el profesor, estando disponibles en el Aula virtual, y basados en casos y supuestos reales. Tras el estudio de la metodología utilizada por los referentes externos consultados (punto 2.1 de este Plan), la UDIMA apuesta por un enfoque metodológico eminentemente práctico, buscando el equilibrio entre la teoría y la práctica, basando sus explicaciones en supuestos extraídos de la realidad y preparando a los alumnos para que sean capaces de analizar y aplicar la teoría a los casos propuestos.

La **búsqueda de información** se llevará a cabo mediante las técnicas de gestión de información y del conocimiento a través de Internet y de las bases de datos disponibles.

La **redacción o realización de informes** implica el desarrollo de la capacidad de argumentación, análisis y síntesis, de acuerdo a los conocimientos adquiridos y a la búsqueda de información fiable que permita dar una opinión o un dictamen de carácter técnico, con fundamento y solidez, ante un supuesto de hecho particular planteado.

La **acción tutorial** implica la participación del profesor para diseñar y planificar la asignatura, la propuesta de actividades, los plazos de entrega, la dinamización de la participación y motivación del estudiante a través de los foros, la resolución de dudas y problemas, así como la disponibilidad para cualquier cuestión que se pueda plantear al estudiante. Para todo ello, existen tutorías telefónicas (en los horarios marcados) o vía plataforma (en cualquier momento, con el compromiso de contestar en un plazo máximo de 48 horas).

La **evaluación** de las actividades formativas previstas implicará tanto la calificación como el feed-back correspondiente al estudiante.

Metodología y su relación con las competencias a adquirir

Para la correcta comprensión y el afianzamiento de las nociones teóricas, se parte de la **lectura y estudio** reflexivo de los manuales y recursos didácticos proporcionados al estudiante como materiales básicos. Éstos serán comentados y complementados con la **acción tutorial**, que incluye asesoramiento personalizado, intercambio de impresiones en los debates habilitados en foros y demás recursos y medios que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Se combinará el **aprendizaje teórico con las enseñanzas prácticas** para garantizar la asimilación de los conceptos estudiados.

Para las actividades educativas de esta materia se utiliza la Plataforma Moodle de la UDIMA que habilita un entorno virtual de enseñanza-aprendizaje que permite el desarrollo de las actividades educativas, además de una comunicación fluida profesor-alumno, alumnos-alumnos y alumnos-equipo de apoyo técnico. Se proporciona más información al respecto en el apartado 7 sobre Recursos Materiales y Servicios.

Por ello, se valorará especialmente la habilidad para utilizar las herramientas que pone a disposición del alumno

el Aula Virtual.

Las **metodologías** de aprendizaje aplicables a esta Materia (Módulo) son las siguientes:

■ ***Tutorías telefónicas.***

A través de las tutorías telefónicas (entre tres y cuatro días a la semana, durante dos horas) los alumnos pueden consultar con los profesores las dudas acerca de materia estudiada, así como recibir recomendaciones sobre cómo abordar la titulación de un modo más eficaz, siendo asesorados en función de la disponibilidad para estudiar que disponga cada alumno.

■ ***Clases Blackboard Collaborate***

Blackboard Collaborate es una aplicación que permite a varias personas comunicarse a distancia y en tiempo real compartiendo información de forma oral, a través de una pizarra virtual y de otras utilidades como la compartición de escritorio. La pizarra virtual permite al profesor escribir en ella o mostrar presentaciones de diapositivas. Además, cuenta con la posibilidad de grabar las sesiones, que posteriormente serán publicadas en el aula virtual para que los alumnos tengan acceso a ellas cuando deseen. Esta opción posibilita que todos los alumnos puedan acceder a la clase impartida en un horario distinto a aquel en que tuvo lugar la sesión.

Las salas de Blackboard Collaborate tienen una capacidad superior a cien estudiantes conectados simultáneamente.

■ ***Comunicación en el Aula Virtual***

A lo largo de los estudios los alumnos y el profesor mantienen una comunicación constante en tiempo real o de forma diferida. Por medio del aula el estudiante se puede comunicar a cualquier hora con su profesor y con su compañeros.

Las dudas conceptuales o procedimentales que surjan tras el estudio razonado de las unidades del manual y del material complementario, deben plantearse en el foro de tutorías correspondiente activado en el Aula Virtual, sin perjuicio de que puedan ser, asimismo, formuladas por vía telefónica, de acuerdo con el horario de tutorías establecido.

■ ***Comunicación Síncrona***

Para la comunicación síncrona (en tiempo real) en el Aula se utiliza el Chat de Moodle y la Sala de Blackboard Collaborate, lo que permite la adquisición de conocimientos en línea.

■ ***Comunicación Asíncrona***

La comunicación asíncrona (diferida en el tiempo) se realiza mediante el uso de los Foros. Estos son de varios tipos:

- Tablón de Anuncios: aquel en el cual el profesor envía todos los comunicados importantes relativos a la materia.
- Foro Entre Estudiantes: destinado exclusivamente a que los alumnos puedan comunicarse entre ellos sin intervención por parte del profesor.
- Foros de Tutorías: donde los alumnos plantean todas las dudas referidas a la materia.
- Otros Foros que el profesor estime oportuno crear para el mejor desarrollo de los estudios.

■ ***Buzones de entrega***

Es la herramienta que permite al alumno enviar al profesor sus informes, siendo posteriormente devueltos al estudiante a través del buzón corregidos y calificados.

■ ***Unidades didácticas adaptadas a la enseñanza a distancia.***

Todas las asignaturas disponen de un manual, bien externo o interno editado por UDIMA, en el que las unidades didácticas están adaptadas a la enseñanza a distancia.

■ ***Guía Docente.***

Se trata de la planificación detallada de una asignatura o un módulo basada en los principios que guían el proceso de creación de un Espacio Europeo de Educación Superior. Es una herramienta básica del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS) para alcanzar el objetivo de promover la cooperación europea en garantía de calidad mediante el desarrollo de metodologías y criterios comparables, según lo dispuesto en la Declaración de Bolonia.

La Guía Docente siempre es revisada por el director del departamento correspondiente.

■ *Second Life*

Es un metaverso accesible gratuitamente donde los alumnos encuentran el campus virtual de la UDIMA, lo cual les permite la interacción con otros estudiantes no sólo de la titulación que están cursando sino de cualquier otra.

A través de Second Life, en las diferentes salas con las que cuenta la universidad, los profesores imparten clases virtuales, organizan visitas guiadas a otros lugares, hacen simulacros en determinadas prácticas, e incluso posibilitan y facilitan la realización de trabajos en grupo.

El enlace a Second Life se encuentra en cada una de las Aulas.

■ *Material Audiovisual*

Los profesores complementan las unidades didácticas con materiales audiovisuales (vídeos, podcasts, etc) que refuerzan los contenidos de las Unidades Didácticas. La UDIMA cuenta con un canal en Youtube actualizado permanentemente con vídeos de interés para el alumnado.

El enlace a este canal de la UDIMA se encuentra en todas las Aulas.

■ *Bases de datos y glosarios*

Se trata de repositorios de información que son utilizados tanto para complementar la información de las unidades como para favorecer el aprendizaje colectivo.

■ *Blogs, wikis y google docs*

Los blogs, las wikis y la herramienta google docs se utilizan para que los estudiantes puedan participar activamente y trabajar cooperativamente en la construcción del aprendizaje, garantizando su uso la adquisición de competencias de carácter multidisciplinar.

Sistema de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones

La ponderación de la nota final se distribuye entre las siguientes actividades evaluables:

- Participación en actividades de aprendizaje: 10-20%

Cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades didácticas basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual y/o colectiva de conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán, entre otras, desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación), Wiki, Lección, Google docs o Foro (foros de debate) de la Plataforma de Teleformación.

- Realización de controles: 10-20%

Pruebas de evaluación tipo test que tienen como finalidad la evaluación de los conocimientos adquiridos durante el estudio de una o varias unidades didácticas.

- Actividades de Evaluación Continua (AEC): 20-30%

A lo largo del estudio de las asignaturas del módulo, el estudiante realizará diferentes actividades de evaluación en grupo o de manera individual. Este tipo de actividades contemplan la realización y presentación de informes sobre diversa índole, tales como trabajos individuales, prácticas grupales o análisis de supuestos prácticos.

Son, en todo caso, trabajos a entregar al profesor con carácter obligatorio a través de los «Buzones de entrega» del Aula Virtual.

- Examen final presencial: 50-60%

La prueba de evaluación final de cada asignatura del módulo se realiza con carácter obligatorio a título individual y tiene como objetivo valorar la adquisición y consolidación de los contenidos presentados en las unidades didácticas del manual de referencia de las asignaturas en cuestión y, opcionalmente, del material complementario que el profesor de la asignatura considere oportuno valorar.

El modelo de examen será consensuado por el profesorado del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

El **sistema de calificaciones** es numérico, de 0 a 10, con expresión de un decimal. Se añade, además, su correspondiente calificación cualitativa como sigue:

- 0 - 4,9: Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9: Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9: Notable (NT)
- 9,0 - 10: Sobresaliente (SB)

DENOMINACIÓN DEL MÓDULO		PROCESOS DE CREACIÓN PUBLICITARIA	
Créditos (ECTS)		24	
Carácter		Formación Obligatoria	
RELACIÓN DE COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE			
Competencias Generales			
<ul style="list-style-type: none"> • CG1, CG2, CG8, CG9, CG12. 			
Competencias Transversales			
<ul style="list-style-type: none"> • CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8. 			
Competencias Específicas			
<ul style="list-style-type: none"> • CE21, CE22, CE23, CE24, CE25, CE26. 			
RESULTADOS DEL APRENDIZAJE			
<ul style="list-style-type: none"> • Comprender la naturaleza y potencialidad comunicativa de las imágenes y del diseño gráfico. • Saber planificar de un modo estratégico las campañas de publicidad. • Conocer el proceso creativo publicitario. • Saber analizar textos publicitarios desde una perspectiva crítica e identificando los diferentes elementos de los mensajes. • Elaborar piezas publicitarias en tiempo y forma conforme a las especificaciones de los distintos géneros publicitarios y de relaciones públicas. • Tener capacidad de llevar a cabo el rol profesional de redactor publicitario dentro de una agencia de publicidad o de un departamento de publicidad de una empresa o institución. • Tener capacidad de llevar a cabo el rol profesional de director de arte dentro de una agencia de publicidad o de un departamento de publicidad de una empresa o institución. • Participar en la elaboración de publicidad audiovisual. • Capacidad para dominar las pautas básicas que rigen la publicidad audiovisual para la elaboración de productos publicitarios audiovisuales. 			
REQUISITOS PREVIOS/OBSERVACIONES			
- Para poder aprobar "Creatividad Publicitaria I: Redacción" y "Creatividad Publicitaria II: Dirección de Arte" será necesario haber superado previamente "Teoría de la Publicidad".			
BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y DESGLOSE DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO DE PROCESOS DE CREACIÓN PUBLICITARIA			
ASIGNATURAS	CRÉDITOS (ECTS)	CARÁCTER	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDO
Fundamentos del Diseño Gráfico	6	Obligatoria	1. La comunicación visual. 2. El diseño gráfico. 3. Antecedentes y evolución de la comunicación visual. 4. El significado en los mensajes visuales. 5. Elementos relativos a la representación de la imagen. 6. La composición. 7. El color y la luz. 8. La tipografía. 9. El diseño editorial y la infografía. 10. El diseño publicitario desde la Teoría de la Imagen.

Creatividad Publicitaria I: Redacción	6	Obligatoria	1. El copy en la agencia de publicidad. 2. El redactor publicitario y el arte de escribir. 3. El proceso de investigación y acumulación de conocimientos. 4. La relación con la dirección de arte. 5. La idea y su materialización. 6. El guion publicitario. 7. La autopromoción en medios de comunicación. 8. Escritura de guiones para cine y ficción televisiva. 9. Escritura de guiones y programación de entretenimiento. 10. Escritura en Internet y redes sociales.
Creatividad Publicitaria II: Dirección de Arte	6	Obligatoria	1. El director de arte en la agencia de publicidad. 2. Introducción a las tecnologías para la producción de contenidos publicitarios. 3. Producción publicitaria: del brief creativo a la producción. 4. Fundamentos de diseño gráfico aplicado. 5. Herramientas para el diseño gráfico I. 6. Herramientas para el diseño gráfico II. 7. Fundamentos de la edición de vídeo. 8. Herramientas para la edición de vídeo I. 9. Herramientas para la edición de vídeo II. 10. Nuevas tendencias.
Publicidad Audiovisual	6	Obligatoria	1. Preproducción publicitaria: nacimiento de un proyecto. 2. Factores de la producción: equipo técnico y artístico. 3. Factores de la producción: equipo material. 4. Preproducción: Plan de producción. 5. Preproducción: El presupuesto. 6. Producción: el rodaje. 7. Producción: Problemas en el rodaje. 8. Postproducción: Postproducción de imagen. 9. Postproducción: Postproducción de sonido. 10. Distribución.

Actividades formativas indicando su contenido en créditos (ECTS), la metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe de adquirir el estudiante

La acción formativa y su distribución en créditos ECTS (%) es la siguiente:

Distribución en créditos ECTS (%):

- Estudio de las Unidades Didácticas: 25%
- Supuestos y casos prácticos: 35%
- Lectura de artículos: 10%
- Búsqueda de información: 10%
- Redacción o realización de informes: 10%
- Acción tutorial: 5%
- Evaluación: 5%

Las **Unidades didácticas** constituyen el Manual de la asignatura, de índole teórico-práctico, con ejemplos reales y propuesta de supuestos y ejemplos. Tanto el Manual correspondiente como el material didáctico complementario está disponible tanto en formato Libro como en archivo PDF en el aula virtual a disposición del estudiante.

Los **artículos para su lectura** estarán disponibles a través de los materiales complementarios asociados a esta asignatura, siendo facilitados y estando disponibles en el aula virtual.

Los **supuestos y casos prácticos** serán proporcionados por el profesor, estando disponibles en el Aula virtual, y basados en casos y supuestos reales. Tras el estudio de la metodología utilizada por los referentes externos consultados (punto 2.1 de este Plan), la UDIMA apuesta por un enfoque metodológico eminentemente práctico, buscando el equilibrio entre la teoría y la práctica, basando sus explicaciones en supuestos extraídos de la realidad y preparando a los alumnos para que sean capaces de analizar y aplicar la teoría a los casos propuestos.

La **búsqueda de información** se llevará a cabo mediante las técnicas de gestión de información y del conocimiento a través de Internet y de las bases de datos disponibles.

La **redacción o realización de informes** implica el desarrollo de la capacidad de argumentación, análisis y síntesis, de acuerdo a los conocimientos adquiridos y a la búsqueda de información fiable que permita dar una opinión o un dictamen de carácter técnico, con fundamento y solidez, ante un supuesto de hecho particular planteado.

La **acción tutorial** implica la participación del profesor para diseñar y planificar la asignatura, la propuesta de actividades, los plazos de entrega, la dinamización de la participación y motivación del estudiante a través de los foros, la resolución de dudas y problemas, así como la disponibilidad para cualquier cuestión que se pueda plantear al estudiante. Para todo ello, existen tutorías telefónicas (en los horarios marcados) o vía plataforma (en cualquier momento, con el compromiso de contestar en un plazo máximo de 48 horas).

La **evaluación** de las actividades formativas previstas implicará tanto la calificación como el feed-back correspondiente al estudiante.

Metodología y su relación con las competencias a adquirir

Para la correcta comprensión y el afianzamiento de las nociones teóricas, se parte de la **lectura y estudio** reflexivo de los manuales y recursos didácticos proporcionados al estudiante como materiales básicos. Éstos serán comentados y complementados con la **acción tutorial**, que incluye asesoramiento personalizado, intercambio de impresiones en los debates habilitados en foros y demás recursos y medios que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Se combinará el **aprendizaje teórico con las enseñanzas prácticas** para garantizar la asimilación de los conceptos estudiados.

Para las actividades educativas de esta materia se utiliza la Plataforma Moodle de la UDIMA que habilita un entorno virtual de enseñanza-aprendizaje que permite el desarrollo de las actividades educativas, además de una comunicación fluida profesor-alumno, alumnos-alumnos y alumnos-equipo de apoyo técnico. Se proporciona más información al respecto en el apartado 7 sobre Recursos Materiales y Servicios.

Por ello, se valorará especialmente la habilidad para utilizar las herramientas que pone a disposición del alumno el Aula Virtual.

Por otra parte, los estudiantes de la asignatura Publicidad Audiovisual tienen la posibilidad de participar en actividades presenciales en la sede de la UDIMA, utilizando las herramientas y las infraestructuras disponibles en los estudios de radio y de televisión. Con el fin de que trabajen la práctica real, se crea una agencia de publicidad propia que, partiendo de las fuentes originales, elabora sus propios contenidos y los pone en a disposición de los medios.

Las **metodologías** de aprendizaje aplicables a esta Materia (Módulo) son las siguientes:

■ *Tutorías telefónicas.*

A través de las tutorías telefónicas (entre tres y cuatro días a la semana, durante dos horas) los alumnos pueden consultar con los profesores las dudas acerca de materia estudiada, así como recibir recomendaciones sobre cómo abordar la titulación de un modo más eficaz, siendo asesorados en función de la disponibilidad para estudiar que disponga cada alumno.

■ *Clases Blackboard Collaborate*

Blackboard Collaborate es una aplicación que permite a varias personas comunicarse a distancia y en tiempo real compartiendo información de forma oral, a través de una pizarra virtual y de otras utilidades como la compartición de escritorio. La pizarra virtual permite al profesor escribir en ella o mostrar presentaciones de diapositivas. Además, cuenta con la posibilidad de grabar las sesiones, que posteriormente serán publicadas en el aula virtual para que los alumnos tengan acceso a ellas cuando deseen. Esta opción posibilita que todos los alumnos puedan acceder a la clase impartida en un horario distinto a aquel en que tuvo lugar la sesión.

Las salas de Blackboard Collaborate tienen una capacidad superior a cien estudiantes conectados simultáneamente.

■ *Comunicación en el Aula Virtual*

A lo largo de los estudios los alumnos y el profesor mantienen una comunicación constante en tiempo real o de forma diferida. Por medio del aula el estudiante se puede comunicar a cualquier hora con su profesor y con su compañeros.

Las dudas conceptuales o procedimentales que surjan tras el estudio razonado de las unidades del manual y del material complementario, deben plantearse en el foro de tutorías correspondiente activado en el Aula Virtual, sin perjuicio de que puedan ser, asimismo, formuladas por vía telefónica, de acuerdo con el horario de tutorías establecido.

■ *Comunicación Síncrona*

Para la comunicación síncrona (en tiempo real) en el Aula se utiliza el Chat de Moodle y la Sala de Blackboard Collaborate, lo que permite la adquisición de conocimientos en línea.

■ *Comunicación Asíncrona*

La comunicación asíncrona (diferida en el tiempo) se realiza mediante el uso de los Foros. Estos son de varios tipos:

- Tablón de Anuncios: aquel en el cual el profesor envía todos los comunicados importantes relativos a la materia.
- Foro Entre Estudiantes: destinado exclusivamente a que los alumnos puedan comunicarse entre ellos sin intervención por parte del profesor.
- Foros de Tutorías: donde los alumnos plantean todas las dudas referidas a la materia.
- Otros Foros que el profesor estime oportuno crear para el mejor desarrollo de los estudios.

■ *Buzones de entrega*

Es la herramienta que permite al alumno enviar al profesor sus informes, siendo posteriormente devueltos al estudiante a través del buzón corregidos y calificados.

■ *Unidades didácticas adaptadas a la enseñanza a distancia.*

Todas las asignaturas disponen de un manual, bien externo o interno editado por UDIMA, en el que las unidades didácticas están adaptadas a la enseñanza a distancia.

■ *Guía Docente.*

Se trata de la planificación detallada de una asignatura o un módulo basada en los principios que guían el proceso de creación de un Espacio Europeo de Educación Superior. Es una herramienta básica del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS) para alcanzar el objetivo de promover la cooperación europea en garantía de calidad mediante el desarrollo de metodologías y criterios comparables, según lo dispuesto en la Declaración de Bolonia.

La Guía Docente siempre es revisada por el director del departamento correspondiente.

■ *Second Life*

Es un metaverso accesible gratuitamente donde los alumnos encuentran el campus virtual de la UDIMA, lo cual les permite la interacción con otros estudiantes no sólo de la titulación que están cursando sino de cualquier otra.

A través de Second Life, en las diferentes salas con las que cuenta la universidad, los profesores imparten clases virtuales, organizan visitas guiadas a otros lugares, hacen simulacros en determinadas prácticas, e incluso posibilitan y facilitan la realización de trabajos en grupo.

El enlace a Second Life se encuentra en cada una de las Aulas.

■ *Material Audiovisual*

Los profesores complementan las unidades didácticas con materiales audiovisuales (vídeos, podcasts, etc) que refuerzan los contenidos de las Unidades Didácticas. La UDIMA cuenta con un canal en Youtube actualizado permanentemente con vídeos de interés para el alumnado.

El enlace a este canal de la UDIMA se encuentra en todas las Aulas.

■ *Bases de datos y glosarios*

Se trata de repositorios de información que son utilizados tanto para complementar la información de las unidades como para favorecer el aprendizaje colectivo.

■ *Blogs, wikis y google docs*

Los blogs, las wikis y la herramienta google docs se utilizan para que los estudiantes puedan participar activamente y trabajar cooperativamente en la construcción del aprendizaje, garantizando su uso la adquisición de competencias de carácter multidisciplinar.

■ *Aula taller de diseño y edición.*

Para alcanzar las competencias necesarias en algunas de las asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas que requieren la realización de actividades de carácter práctico se necesita el uso de software especializado. Las actividades consisten en ejercicios, actividades o pruebas que necesitan el uso de programas específicos para configurar o desarrollar ciertas salidas a partir de un enunciado, y que sirven para ayudar a la

adquisición de una o varias competencias. En el apartado 7 de la Memoria del Plan de Estudios se detalla dicho software especializado.

Sistema de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones

La ponderación de la nota final se distribuye entre las siguientes actividades evaluables:

- Participación en actividades de aprendizaje: 10-20%

Cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades didácticas basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual y/o colectiva de conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán, entre otras, desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación), Wiki, Lección, Google docs o Foro (foros de debate) de la Plataforma de Teleformación.

- Realización de controles: 10-20%

Pruebas de evaluación tipo test que tienen como finalidad la evaluación de los conocimientos adquiridos durante el estudio de una o varias unidades didácticas.

- Actividades de Evaluación Continua (AEC): 20-30%

A lo largo del estudio de las asignaturas del módulo, el estudiante realizará diferentes actividades de evaluación en grupo o de manera individual. Este tipo de actividades contemplan la realización y presentación de informes sobre diversa índole, tales como trabajos individuales, prácticas grupales o análisis de supuestos prácticos.

Son, en todo caso, trabajos a entregar al profesor con carácter obligatorio a través de los «Buzones de entrega» del Aula Virtual.

- Examen final presencial: 50-60%

La prueba de evaluación final de cada asignatura del módulo se realiza con carácter obligatorio a título individual y tiene como objetivo valorar la adquisición y consolidación de los contenidos presentados en las unidades didácticas del manual de referencia de las asignaturas en cuestión y, opcionalmente, del material complementario que el profesor de la asignatura considere oportuno valorar.

El modelo de examen será consensuado por el profesorado del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

El **sistema de calificaciones** es numérico, de 0 a 10, con expresión de un decimal. Se añade, además, su correspondiente calificación cualitativa como sigue:

- 0 - 4,9: Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9: Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9: Notable (NT)
- 9,0 - 10: Sobresaliente (SB)

DENOMINACIÓN DEL MÓDULO	INVESTIGACIÓN, PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS Y SOPORTES
Créditos (ECTS)	18
Carácter	Formación Obligatoria
RELACIÓN DE COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE	
Competencias Generales	
<ul style="list-style-type: none"> • CG1, CG2, CG7, CG8, CG11 y CG12, 	
Competencias Transversales	
<ul style="list-style-type: none"> • CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6. 	
Competencias Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • CE11, CE28, CE29, CE30, CE31, CE33, CE36, CE37, CE38. 	

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

- Saber aplicar las técnicas de investigación de la comunicación publicitaria.
- Organizar el trabajo investigador y comunicador en medios digitales.
- Dominar las estrategias y herramientas de búsqueda en Internet conociendo los distintos formatos, soportes y sedes de almacenamiento de datos al servicio de la publicidad y las relaciones públicas.
- Conocer y comprender la importancia de Internet en la labor investigadora en el campo de la publicidad y las relaciones públicas.
- Analizar, tratar, interpretar, elaborar y estructurar información en los medios digitales con fines persuasivos.
- Conocer las características principales de los medios y soportes españoles e internacionales.
- Saber aplicar las variables de análisis de la planificación de medios publicitarios.
- Realizar un plan de medios para una agencia de publicidad o una central de medios.
- Saber gestionar la compra de medios y soportes publicitarios.
- Comprender los conceptos básicos de la teoría del consumidor, el funcionamiento del mercado y del análisis económico.
- Saber aplicar las técnicas de investigación de mercados.

REQUISITOS PREVIOS/OBSERVACIONES

Sin requisitos específicos previos.

BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y DESGLOSE DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO DE INVESTIGACIÓN, PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS Y SOPORTES

ASIGNATURAS	CRÉDITOS (ECTS)	CARÁCTER	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDO
Investigación en Medios Digitales	6	Obligatoria	1. Introducción a la investigación. 2. Metodología I. 3. Metodología II. 4. Metodología III. 5. Internet en el proceso de investigación. 6. Técnicas de recogida de datos digitales. 7. Técnicas de organización de datos digitales. 8. Servicios instrumentales participativos. 9. Calidad de internet como fuente: estrategias de validación y confirmación. 10. Difusión de la actividad investigadora: elaboración del informe y difusión de los resultados.
Planificación de Medios Publicitarios	6	Obligatoria	1. Introducción a la planificación de medios. 2. Parámetros de la planificación. 3. Los medios publicitarios. 4. Los medios en España. 5. Fuentes de información. 6. El control de competencia. 7. Variables básicas de análisis en planificación de medios. 8. Variables avanzadas de análisis en planificación de medios. 9. El plan de medios. 10. La negociación y la compra de medios.
Investigación de Mercados	6	Obligatoria	1. Conceptualización de la Investigación de Mercados. 2. Investigación exploratoria: técnicas de investigación cualitativa. 3. Investigación descriptiva: la observación y la encuesta. 4. Diseño del cuestionario. 5. Principios fundamentales del muestreo. 6. Métricas del marketing: métricas del mercado, del cliente y de la marca. 7. Métricas del marketing: métricas de distribución y ventas. 8. Métricas del marketing: métricas de producto y precio. 9. Métricas del marketing: métricas de comunicación y publicidad. 10. Métricas del marketing: métricas del marketing digital.

Actividades formativas indicando su contenido en créditos (ECTS), la metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe de adquirir el estudiante

La acción formativa y su distribución en créditos ECTS (%) es la siguiente:

Distribución en créditos ECTS (%):

- Estudio de las Unidades Didácticas: 25%
- Supuestos y casos prácticos: 25%

- Lectura de artículos: 5%
- Búsqueda de información: 15%
- Redacción o realización de informes: 20%
- Acción tutorial: 5%
- Evaluación: 5%

Las **Unidades didácticas** constituyen el Manual de la asignatura, de índole teórico-práctico, con ejemplos reales y propuesta de supuestos y ejemplos. Tanto el Manual correspondiente como el material didáctico complementario está disponible tanto en formato Libro como en archivo PDF en el aula virtual a disposición del estudiante.

Los **artículos para su lectura** estarán disponibles a través de los materiales complementarios asociados a esta asignatura, siendo facilitados y estando disponibles en el aula virtual.

Los **supuestos y casos prácticos** serán proporcionados por el profesor, estando disponibles en el Aula virtual, y basados en casos y supuestos reales. Tras el estudio de la metodología utilizada por los referentes externos consultados (punto 2.1 de este Plan), la UDIMA apuesta por un enfoque metodológico eminentemente práctico, buscando el equilibrio entre la teoría y la práctica, basando sus explicaciones en supuestos extraídos de la realidad y preparando a los alumnos para que sean capaces de analizar y aplicar la teoría a los casos propuestos.

La **búsqueda de información** se llevará a cabo mediante las técnicas de gestión de información y del conocimiento a través de Internet y de las bases de datos disponibles.

La **redacción o realización de informes** implica el desarrollo de la capacidad de argumentación, análisis y síntesis, de acuerdo a los conocimientos adquiridos y a la búsqueda de información fiable que permita dar una opinión o un dictamen de carácter técnico, con fundamento y solidez, ante un supuesto de hecho particular planteado.

La **acción tutorial** implica la participación del profesor para diseñar y planificar la asignatura, la propuesta de actividades, los plazos de entrega, la dinamización de la participación y motivación del estudiante a través de los foros, la resolución de dudas y problemas, así como la disponibilidad para cualquier cuestión que se pueda plantear al estudiante. Para todo ello, existen tutorías telefónicas (en los horarios marcados) o vía plataforma (en cualquier momento, con el compromiso de contestar en un plazo máximo de 48 horas).

La **evaluación** de las actividades formativas previstas implicará tanto la calificación como el feed-back correspondiente al estudiante.

Metodología y su relación con las competencias a adquirir

Para la correcta comprensión y el afianzamiento de las nociones teóricas, se parte de la **lectura y estudio** reflexivo de los manuales y recursos didácticos proporcionados al estudiante como materiales básicos. Éstos serán comentados y complementados con la **acción tutorial**, que incluye asesoramiento personalizado, intercambio de impresiones en los debates habilitados en foros y demás recursos y medios que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Se combinará el **aprendizaje teórico con las enseñanzas prácticas** para garantizar la asimilación de los conceptos estudiados.

Para las actividades educativas de esta materia se utiliza la Plataforma Moodle de la UDIMA que habilita un entorno virtual de enseñanza-aprendizaje que permite el desarrollo de las actividades educativas, además de una comunicación fluida profesor-alumno, alumnos-alumnos y alumnos-equipo de apoyo técnico. Se proporciona más información al respecto en el apartado 7 sobre Recursos Materiales y Servicios.

Por ello, se valorará especialmente la habilidad para utilizar las herramientas que pone a disposición del alumno el Aula Virtual.

Las **metodologías** de aprendizaje aplicables a esta Materia (Módulo) son las siguientes:

- *Tutorías telefónicas.*

A través de las tutorías telefónicas (entre tres y cuatro días a la semana, durante dos horas) los alumnos pueden consultar con los profesores las dudas acerca de materia estudiada, así como recibir recomendaciones sobre cómo abordar la titulación de un modo más eficaz, siendo asesorados en función de la disponibilidad para estudiar que disponga cada alumno.

- *Clases Blackboard Collaborate*

Blackboard Collaborate es una aplicación que permite a varias personas comunicarse a distancia y en tiempo real compartiendo información de forma oral, a través de una pizarra virtual y de otras utilidades como la compartición de escritorio. La pizarra virtual permite al profesor escribir en ella o mostrar presentaciones de diapositivas. Además, cuenta con la posibilidad de grabar las sesiones, que posteriormente serán publicadas en el aula virtual para que los alumnos tengan acceso a ellas cuando deseen. Esta opción posibilita que todos los alumnos puedan acceder a la clase impartida en un horario distinto a aquel en que tuvo lugar la sesión.

Las salas de Blackboard Collaborate tienen una capacidad superior a cien estudiantes conectados simultáneamente.

■ *Comunicación en el Aula Virtual*

A lo largo de los estudios los alumnos y el profesor mantienen una comunicación constante en tiempo real o de forma diferida. Por medio del aula el estudiante se puede comunicar a cualquier hora con su profesor y con su compañeros.

Las dudas conceptuales o procedimentales que surjan tras el estudio razonado de las unidades del manual y del material complementario, deben plantearse en el foro de tutorías correspondiente activado en el Aula Virtual, sin perjuicio de que puedan ser, asimismo, formuladas por vía telefónica, de acuerdo con el horario de tutorías establecido.

■ *Comunicación Síncrona*

Para la comunicación síncrona (en tiempo real) en el Aula se utiliza el Chat de Moodle y la Sala de Blackboard Collaborate, lo que permite la adquisición de conocimientos en línea.

■ *Comunicación Asíncrona*

La comunicación asíncrona (diferida en el tiempo) se realiza mediante el uso de los Foros. Estos son de varios tipos:

- Tablón de Anuncios: aquel en el cual el profesor envía todos los comunicados importantes relativos a la materia.
- Foro Entre Estudiantes: destinado exclusivamente a que los alumnos puedan comunicarse entre ellos sin intervención por parte del profesor.
- Foros de Tutorías: donde los alumnos plantean todas las dudas referidas a la materia.
- Otros Foros que el profesor estime oportuno crear para el mejor desarrollo de los estudios.

■ *Buzones de entrega*

Es la herramienta que permite al alumno enviar al profesor sus informes, siendo posteriormente devueltos al estudiante a través del buzón corregidos y calificados.

■ *Unidades didácticas adaptadas a la enseñanza a distancia.*

Todas las asignaturas disponen de un manual, bien externo o interno editado por UDIMA, en el que las unidades didácticas están adaptadas a la enseñanza a distancia.

■ *Guía Docente.*

Se trata de la planificación detallada de una asignatura o un módulo basada en los principios que guían el proceso de creación de un Espacio Europeo de Educación Superior. Es una herramienta básica del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS) para alcanzar el objetivo de promover la cooperación europea en garantía de calidad mediante el desarrollo de metodologías y criterios comparables, según lo dispuesto en la Declaración de Bolonia.

La Guía Docente siempre es revisada por el director del departamento correspondiente.

■ *Second Life*

Es un metaverso accesible gratuitamente donde los alumnos encuentran el campus virtual de la UDIMA, lo cual les permite la interacción con otros estudiantes no sólo de la titulación que están cursando sino de cualquier otra.

A través de Second Life, en las diferentes salas con las que cuenta la universidad, los profesores imparten clases virtuales, organizan visitas guiadas a otros lugares, hacen simulacros en determinadas prácticas, e incluso posibilitan y facilitan la realización de trabajos en grupo.

El enlace a Second Life se encuentra en cada una de las Aulas.

■ *Material Audiovisual*

Los profesores complementan las unidades didácticas con materiales audiovisuales (vídeos, podcasts, etc) que refuerzan los contenidos de las Unidades Didácticas. La UDIMA cuenta con un canal en Youtube actualizado permanentemente con vídeos de interés para el alumnado.

El enlace a este canal de la UDIMA se encuentra en todas las Aulas.

■ *Bases de datos y glosarios*

Se trata de repositorios de información que son utilizados tanto para complementar la información de las unidades como para favorecer el aprendizaje colectivo.

■ *Blogs, wikis y google docs*

Los blogs, las wikis y la herramienta google docs se utilizan para que los estudiantes puedan participar activamente y trabajar cooperativamente en la construcción del aprendizaje, garantizando su uso la adquisición de competencias de carácter multidisciplinar.

Sistema de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones

La ponderación de la nota final se distribuye entre las siguientes actividades evaluables:

- Participación en actividades de aprendizaje: 10-20%

Cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades didácticas basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual y/o colectiva de conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán, entre otras, desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación), Wiki, Lección, Google docs o Foro (foros de debate) de la Plataforma de Teleformación.

- Realización de controles: 10-20%

Pruebas de evaluación tipo test que tienen como finalidad la evaluación de los conocimientos adquiridos durante el estudio de una o varias unidades didácticas.

- Actividades de Evaluación Continua (AEC): 20-30%

A lo largo del estudio de las asignaturas del módulo, el estudiante realizará diferentes actividades de evaluación en grupo o de manera individual. Este tipo de actividades contemplan la realización y presentación de informes sobre diversa índole, tales como trabajos individuales, prácticas grupales o análisis de supuestos prácticos.

Son, en todo caso, trabajos a entregar al profesor con carácter obligatorio a través de los «Buzones de entrega» del Aula Virtual.

- Examen final presencial: 50-60%

La prueba de evaluación final de cada asignatura del módulo se realiza con carácter obligatorio a título individual y tiene como objetivo valorar la adquisición y consolidación de los contenidos presentados en las unidades didácticas del manual de referencia de las asignaturas en cuestión y, opcionalmente, del material complementario que el profesor de la asignatura considere oportuno valorar.

El modelo de examen será consensuado por el profesorado del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

El **sistema de calificaciones** es numérico, de 0 a 10, con expresión de un decimal. Se añade, además, su correspondiente calificación cualitativa como sigue:

0 - 4,9: Suspenso (SS)
5,0 - 6,9: Aprobado (AP)
7,0 - 8,9: Notable (NT)
9,0 - 10: Sobresaliente (SB)

Créditos (ECTS)	30		
Carácter	Formación Obligatoria		
RELACIÓN DE COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE			
Competencias Generales			
<ul style="list-style-type: none"> CG7, CG8, CG10, CG12, CG13. 			
Competencias Transversales			
<ul style="list-style-type: none"> CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8. 			
Competencias Específicas			
<ul style="list-style-type: none"> CE6, CE18, CE19, CE20, CE33, CE34, CE35, CE36, CE37, CE38. 			
RESULTADOS DEL APRENDIZAJE			
<ul style="list-style-type: none"> Conocer el departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones. Aplicar las técnicas necesarias para la dirección de un departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones. Saber organizar eventos en el ámbito privado y en el ámbito público, siguiendo las directrices del protocolo. Conocer las técnicas de investigación de la imagen corporativa y saber aplicar las herramientas de la comunicación para gestionarla de manera eficaz en empresas y organizaciones públicas. Aplicar las herramientas de análisis de la Identidad y reputación corporativas. Analizar la naturaleza y el funcionamiento de los grupos de interés y de presión en las democracias actuales. Entender la importancia de las redes sociales y el e-mobile como apoyo y revolución comercial y utilizar dichas herramientas para la consecución de objetivos publicitarios y de relaciones públicas. 			
REQUISITOS PREVIOS/OBSERVACIONES			
Sin requisitos específicos previos.			
BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y DESGLOSE DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO DE PROCESOS Y TÉCNICAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS			
ASIGNATURAS	CRÉDITOS (ECTS)	CARÁCTER	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDO
Comunicación Institucional	6	Obligatorio	1. La Dirección de Comunicación. 2. Ética, cultura y valores. 3. Identidad e imagen corporativa. 4. Publicidad y comunicación. 5. E-comunicación. 6. Eventos y Relaciones Públicas. 7. Patrocinio y mecenazgo. 8. Lobbies. 9. Comunicación interna. 10. Crisis.
Identidad Corporativa	6	Obligatorio	1. Gestión de intangibles. 2. La imagen corporativa. 3. La marca. 4. La identidad visual. 5. El manual de gestión de la identidad. 6. Auditoría de imagen o de reputación. 7. Dirección de comunicación y portavocía. 8. Las relaciones con los medios. 9. Estrategias para la construcción del mensaje corporativo. 10. Estrategias de comunicación no verbal para la portavocía.
Gestión de Eventos y Protocolo	6	Obligatorio	1. La gestión de eventos, el protocolo y las relaciones institucionales. 2. Protocolo oficial en España. 3. Ceremonial y organización de actos. 4. Gestión de eventos en la empresa. 5. Gestión de eventos en las instituciones públicas. 6. Gestión de eventos en las universidades. 7. Gestión de eventos deportivos. 8. Otras aplicaciones para la gestión de eventos y el protocolo. 9. Organización de comidas y banquetes. 10. Creatividad en la gestión de

			eventos.
Grupos de Presión y Persuasión	6	Obligatorio	1. El concepto de lobby. 2. El papel de los grupos de presión en las democracias actuales. 3. Estrategias de los grupos de presión en la esfera privada. 4. Estrategias de los grupos de presión en la esfera pública. 5. Acción ciudadana y lobbies. 6. La institucionalización de los grupos de presión. 7. Nuevas estructuras de poder. 8. Lobbies en los medios de comunicación. 9. Los grupos de presión en Internet y en las redes sociales. 10. Panorama del lobby en España.
Redes Sociales y Community Management	6	Obligatorio	1. Fundamentos de social media. 2. Funciones del Community Manager. 3. El sector del social media. 4. Introducción al marketing digital. 5. Estrategias en redes sociales. 6. Social media plan. 7. Principales redes sociales. 8. Los blogs. 9. La marca personal. 10. Reputación online.

Actividades formativas indicando su contenido en créditos (ECTS), la metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe de adquirir el estudiante

La acción formativa y su distribución en créditos ECTS (%) es la siguiente:

Distribución en créditos ECTS (%):

- Estudio de las Unidades Didácticas: 30%
- Supuestos y casos prácticos: 30%
- Lectura de artículos: 5%
- Búsqueda de información: 10%
- Redacción o realización de informes: 15%
- Acción tutorial: 5%
- Evaluación: 5%

Las **Unidades didácticas** constituyen el Manual de la asignatura, de índole teórico-práctico, con ejemplos reales y propuesta de supuestos y ejemplos. Tanto el Manual correspondiente como el material didáctico complementario está disponible tanto en formato Libro como en archivo PDF en el aula virtual a disposición del estudiante.

Los **artículos para su lectura** estarán disponibles a través de los materiales complementarios asociados a esta asignatura, siendo facilitados y estando disponibles en el aula virtual.

Los **supuestos y casos prácticos** serán proporcionados por el profesor, estando disponibles en el Aula virtual, y basados en casos y supuestos reales. Tras el estudio de la metodología utilizada por los referentes externos consultados (punto 2.1 de este Plan), la UDIMA apuesta por un enfoque metodológico eminentemente práctico, buscando el equilibrio entre la teoría y la práctica, basando sus explicaciones en supuestos extraídos de la realidad y preparando a los alumnos para que sean capaces de analizar y aplicar la teoría a los casos propuestos.

La **búsqueda de información** se llevará a cabo mediante las técnicas de gestión de información y del conocimiento a través de Internet y de las bases de datos disponibles.

La **redacción o realización de informes** implica el desarrollo de la capacidad de argumentación, análisis y síntesis, de acuerdo a los conocimientos adquiridos y a la búsqueda de información fiable que permita dar una opinión o un dictamen de carácter técnico, con fundamento y solidez, ante un supuesto de hecho particular planteado.

La **acción tutorial** implica la participación del profesor para diseñar y planificar la asignatura, la propuesta de actividades, los plazos de entrega, la dinamización de la participación y motivación del estudiante a través de los foros, la resolución de dudas y problemas, así como la disponibilidad para cualquier cuestión que se pueda plantear al estudiante. Para todo ello, existen tutorías telefónicas (en los horarios marcados) o vía plataforma (en cualquier momento, con el compromiso de contestar en un plazo máximo de 48 horas).

La **evaluación** de las actividades formativas previstas implicará tanto la calificación como el feed-back correspondiente al estudiante.

Metodología y su relación con las competencias a adquirir

Para la correcta comprensión y el afianzamiento de las nociones teóricas, se parte de la **lectura y estudio** reflexivo de los manuales y recursos didácticos proporcionados al estudiante como materiales básicos. Éstos

serán comentados y complementados con la **acción tutorial**, que incluye asesoramiento personalizado, intercambio de impresiones en los debates habilitados en foros y demás recursos y medios que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Se combinará el **aprendizaje teórico con las enseñanzas prácticas** para garantizar la asimilación de los conceptos estudiados.

Para las actividades educativas de esta materia se utiliza la Plataforma Moodle de la UDIMA que habilita un entorno virtual de enseñanza-aprendizaje que permite el desarrollo de las actividades educativas, además de una comunicación fluida profesor-alumno, alumnos-alumnos y alumnos-equipo de apoyo técnico. Se proporciona más información al respecto en el apartado 7 sobre Recursos Materiales y Servicios.

Por ello, se valorará especialmente la habilidad para utilizar las herramientas que pone a disposición del alumno el Aula Virtual.

Las **metodologías** de aprendizaje aplicables a esta Materia (Módulo) son las siguientes:

■ *Tutorías telefónicas.*

A través de las tutorías telefónicas (entre tres y cuatro días a la semana, durante dos horas) los alumnos pueden consultar con los profesores las dudas acerca de materia estudiada, así como recibir recomendaciones sobre cómo abordar la titulación de un modo más eficaz, siendo asesorados en función de la disponibilidad para estudiar que disponga cada alumno.

■ *Clases Blackboard Collaborate*

Blackboard Collaborate es una aplicación que permite a varias personas comunicarse a distancia y en tiempo real compartiendo información de forma oral, a través de una pizarra virtual y de otras utilidades como la compartición de escritorio. La pizarra virtual permite al profesor escribir en ella o mostrar presentaciones de diapositivas. Además, cuenta con la posibilidad de grabar las sesiones, que posteriormente serán publicadas en el aula virtual para que los alumnos tengan acceso a ellas cuando deseen. Esta opción posibilita que todos los alumnos puedan acceder a la clase impartida en un horario distinto a aquel en que tuvo lugar la sesión.

Las salas de Blackboard Collaborate tienen una capacidad superior a cien estudiantes conectados simultáneamente.

■ *Comunicación en el Aula Virtual*

A lo largo de los estudios los alumnos y el profesor mantienen una comunicación constante en tiempo real o de forma diferida. Por medio del aula el estudiante se puede comunicar a cualquier hora con su profesor y con su compañeros.

Las dudas conceptuales o procedimentales que surjan tras el estudio razonado de las unidades del manual y del material complementario, deben plantearse en el foro de tutorías correspondiente activado en el Aula Virtual, sin perjuicio de que puedan ser, asimismo, formuladas por vía telefónica, de acuerdo con el horario de tutorías establecido.

■ *Comunicación Síncrona*

Para la comunicación síncrona (en tiempo real) en el Aula se utiliza el Chat de Moodle y la Sala de Blackboard Collaborate, lo que permite la adquisición de conocimientos en línea.

■ *Comunicación Asíncrona*

La comunicación asíncrona (diferida en el tiempo) se realiza mediante el uso de los Foros. Estos son de varios tipos:

- Tablón de Anuncios: aquel en el cual el profesor envía todos los comunicados importantes relativos a la materia.
- Foro Entre Estudiantes: destinado exclusivamente a que los alumnos puedan comunicarse entre ellos sin intervención por parte del profesor.
- Foros de Tutorías: donde los alumnos plantean todas las dudas referidas a la materia.
- Otros Foros que el profesor estime oportuno crear para el mejor desarrollo de los estudios.

■ *Buzones de entrega*

Es la herramienta que permite al alumno enviar al profesor sus informes, siendo posteriormente devueltos al estudiante a través del buzón corregidos y calificados.

■ *Unidades didácticas adaptadas a la enseñanza a distancia.*

Todas las asignaturas disponen de un manual, bien externo o interno editado por UDIMA, en el que las unidades didácticas están adaptadas a la enseñanza a distancia.

■ *Guía Docente.*

Se trata de la planificación detallada de una asignatura o un módulo basada en los principios que guían el proceso de creación de un Espacio Europeo de Educación Superior. Es una herramienta básica del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS) para alcanzar el objetivo de promover la cooperación europea en garantía de calidad mediante el desarrollo de metodologías y criterios comparables, según lo dispuesto en la Declaración de Bolonia.

La Guía Docente siempre es revisada por el director del departamento correspondiente.

■ *Second Life*

Es un metaverso accesible gratuitamente donde los alumnos encuentran el campus virtual de la UDIMA, lo cual les permite la interacción con otros estudiantes no sólo de la titulación que están cursando sino de cualquier otra.

A través de Second Life, en las diferentes salas con las que cuenta la universidad, los profesores imparten clases virtuales, organizan visitas guiadas a otros lugares, hacen simulacros en determinadas prácticas, e incluso posibilitan y facilitan la realización de trabajos en grupo.

El enlace a Second Life se encuentra en cada una de las Aulas.

■ *Material Audiovisual*

Los profesores complementan las unidades didácticas con materiales audiovisuales (vídeos, podcasts, etc) que refuerzan los contenidos de las Unidades Didácticas. La UDIMA cuenta con un canal en Youtube actualizado permanentemente con vídeos de interés para el alumnado.

El enlace a este canal de la UDIMA se encuentra en todas las Aulas.

■ *Bases de datos y glosarios*

Se trata de repositorios de información que son utilizados tanto para complementar la información de las unidades como para favorecer el aprendizaje colectivo.

■ *Blogs, wikis y google docs*

Los blogs, las wikis y la herramienta google docs se utilizan para que los estudiantes puedan participar activamente y trabajar cooperativamente en la construcción del aprendizaje, garantizando su uso la adquisición de competencias de carácter multidisciplinar.

Sistema de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones

La ponderación de la nota final se distribuye entre las siguientes actividades evaluables:

- Participación en actividades de aprendizaje: 10-20%

Cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades didácticas basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual y/o colectiva de conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán, entre otras, desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación), Wiki, Lección, Google docs o Foro (foros de debate) de la Plataforma de Teleformación.

- Realización de controles: 10-20%

Pruebas de evaluación tipo test que tienen como finalidad la evaluación de los conocimientos adquiridos durante el estudio de una o varias unidades didácticas.

- Actividades de Evaluación Continua (AEC): 20-30%

A lo largo del estudio de las asignaturas del módulo, el estudiante realizará diferentes actividades de evaluación en grupo o de manera individual. Este tipo de actividades contemplan la realización y presentación de informes sobre diversa índole, tales como trabajos individuales, prácticas grupales o análisis de supuestos prácticos.

Son, en todo caso, trabajos a entregar al profesor con carácter obligatorio a través de los «Buzones de entrega» del Aula Virtual.

- Examen final presencial: 50-60%

La prueba de evaluación final de cada asignatura del módulo se realiza con carácter obligatorio a título individual y tiene como objetivo valorar la adquisición y consolidación de los contenidos presentados en las unidades didácticas del manual de referencia de las asignaturas en cuestión y, opcionalmente, del material complementario que el profesor de la asignatura considere oportuno valorar.

El modelo de examen será consensuado por el profesorado del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

El **sistema de calificaciones** es numérico, de 0 a 10, con expresión de un decimal. Se añade, además, su correspondiente calificación cualitativa como sigue:

0 - 4,9: Suspenso (SS)

5,0 - 6,9: Aprobado (AP)

7,0 - 8,9: Notable (NT)

9,0 - 10: Sobresaliente (SB)

DENOMINACIÓN DEL MÓDULO		PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y SOCIEDAD	
Créditos (ECTS)		18	
Carácter		Formación Obligatoria	
RELACIÓN DE COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE			
Competencias Generales			
<ul style="list-style-type: none"> CG1, CG2, CG3, CG4, CG7, CG9, CG10, CG11, CG13. 			
Competencias Transversales			
<ul style="list-style-type: none"> CT1, CT3, CT4, CT5, CT6. 			
Competencias Específicas			
<ul style="list-style-type: none"> CE9, CE10, CE17, CE40, CE41, CE42. 			
RESULTADOS DEL APRENDIZAJE			
<ul style="list-style-type: none"> Saber relacionar el hecho publicitario con otras manifestaciones culturales tales como la literatura, el arte o el cine, entre otras. Conocer y analizar los efectos de la comunicación publicitaria en la sociedad y en la cultura. Analizar el mensaje publicitario con el objetivo de elaborar publicidad alejada de la discriminación social, haciendo uso de la ética profesional. Conocer la evolución histórica de la publicidad y las relaciones públicas. Conocer el marco deontológico de la profesión publicitaria y de las relaciones públicas. Comprender los aspectos jurídicos que regulan la actividad publicitaria y de las relaciones públicas. Conocer el alcance y los límites del derecho de la publicidad. 			
REQUISITOS PREVIOS/OBSERVACIONES			
- Para poder aprobar "Derecho de la Publicidad" será necesario haber superado previamente "Introducción al Derecho".			
BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y DESGLOSE DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO DE PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y SOCIEDAD			
ASIGNATURAS	CRÉDITOS (ECTS)	CARÁCTER	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDO

Publicidad y Manifestaciones Culturales	6	Obligatorio	1. Corrientes de pensamiento y publicidad. 2. Publicidad e ideología. 3. Publicidad, medios de comunicación y cultura de masas. 4. Publicidad e industrias culturales. 5. Publicidad y propaganda. 6. Publicidad y literatura. 7. Publicidad y arte. 8. Publicidad y cine. 9. Publicidad y música. 10. Publicidad y nuevas tendencias.
Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas	6	Obligatorio	1. El inicio de la publicidad. 2. La entrada de la publicidad en prensa. 3. El surgimiento de las agencias de publicidad. 4. El desarrollo de la publicidad: La radio. 5. El desarrollo de la publicidad: La televisión. 6. a edad de oro de la publicidad. 7. Orígenes y nacimiento de las relaciones públicas. 8. Desarrollo y consolidación de las relaciones públicas. 9. Las relaciones públicas en España. 10. La publicidad y las relaciones públicas en la actualidad.
Derecho de la Publicidad	6	Obligatorio	1. Nociones básicas del derecho de la publicidad. 2. El sistema de mercado como marco institucional. 3. Las fuentes del derecho de la publicidad. 4. La publicidad ilícita. 5. La publicidad desleal. 6. Los contratos publicitarios. 7. El contrato de creación publicitaria. 8. El contrato de difusión publicitaria. 9. El contrato de patrocinio. 10. Deontología publicitaria y autorregulación.

Actividades formativas indicando su contenido en créditos (ECTS), la metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe de adquirir el estudiante

La acción formativa y su distribución en créditos ECTS (%) es la siguiente:

Distribución en créditos ECTS (%):

- Estudio de las Unidades Didácticas: 35%
- Supuestos y casos prácticos: 20%
- Lectura de artículos: 10%
- Búsqueda de información: 10%
- Redacción o realización de informes: 15%
- Acción tutorial: 5%
- Evaluación: 5%

Las **Unidades didácticas** constituyen el Manual de la asignatura, de índole teórico-práctico, con ejemplos reales y propuesta de supuestos y ejemplos. Tanto el Manual correspondiente como el material didáctico complementario está disponible tanto en formato Libro como en archivo PDF en el aula virtual a disposición del estudiante.

Los **artículos para su lectura** estarán disponibles a través de los materiales complementarios asociados a esta asignatura, siendo facilitados y estando disponibles en el aula virtual.

Los **supuestos y casos prácticos** serán proporcionados por el profesor, estando disponibles en el Aula virtual, y basados en casos y supuestos reales. Tras el estudio de la metodología utilizada por los referentes externos consultados (punto 2.1 de este Plan), la UDIMA apuesta por un enfoque metodológico eminentemente práctico, buscando el equilibrio entre la teoría y la práctica, basando sus explicaciones en supuestos extraídos de la realidad y preparando a los alumnos para que sean capaces de analizar y aplicar la teoría a los casos propuestos.

La **búsqueda de información** se llevará a cabo mediante las técnicas de gestión de información y del conocimiento a través de Internet y de las bases de datos disponibles.

La **redacción o realización de informes** implica el desarrollo de la capacidad de argumentación, análisis y síntesis, de acuerdo a los conocimientos adquiridos y a la búsqueda de información fiable que permita dar una opinión o un dictamen de carácter técnico, con fundamento y solidez, ante un supuesto de hecho particular planteado.

La **acción tutorial** implica la participación del profesor para diseñar y planificar la asignatura, la propuesta de actividades, los plazos de entrega, la dinamización de la participación y motivación del estudiante a través de los foros, la resolución de dudas y problemas, así como la disponibilidad para cualquier cuestión que se pueda plantear al estudiante. Para todo ello, existen tutorías telefónicas (en los horarios marcados) o vía plataforma (en cualquier momento, con el compromiso de contestar en un plazo máximo de 48 horas).

La **evaluación** de las actividades formativas previstas implicará tanto la calificación como el feed-back correspondiente al estudiante.

Metodología y su relación con las competencias a adquirir

Para la correcta comprensión y el afianzamiento de las nociones teóricas, se parte de la **lectura y estudio** reflexivo de los manuales y recursos didácticos proporcionados al estudiante como materiales básicos. Éstos serán comentados y complementados con la **acción tutorial**, que incluye asesoramiento personalizado, intercambio de impresiones en los debates habilitados en foros y demás recursos y medios que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Se combinará el **aprendizaje teórico con las enseñanzas prácticas** para garantizar la asimilación de los conceptos estudiados.

Para las actividades educativas de esta materia se utiliza la Plataforma Moodle de la UDIMA que habilita un entorno virtual de enseñanza-aprendizaje que permite el desarrollo de las actividades educativas, además de una comunicación fluida profesor-alumno, alumnos-alumnos y alumnos-equipo de apoyo técnico. Se proporciona más información al respecto en el apartado 7 sobre Recursos Materiales y Servicios.

Por ello, se valorará especialmente la habilidad para utilizar las herramientas que pone a disposición del alumno el Aula Virtual.

Las **metodologías** de aprendizaje aplicables a esta Materia (Módulo) son las siguientes:

■ *Tutorías telefónicas.*

A través de las tutorías telefónicas (entre tres y cuatro días a la semana, durante dos horas) los alumnos pueden consultar con los profesores las dudas acerca de materia estudiada, así como recibir recomendaciones sobre cómo abordar la titulación de un modo más eficaz, siendo asesorados en función de la disponibilidad para estudiar que disponga cada alumno.

■ *Clases Blackboard Collaborate*

Blackboard Collaborate es una aplicación que permite a varias personas comunicarse a distancia y en tiempo real compartiendo información de forma oral, a través de una pizarra virtual y de otras utilidades como la compartición de escritorio. La pizarra virtual permite al profesor escribir en ella o mostrar presentaciones de diapositivas. Además, cuenta con la posibilidad de grabar las sesiones, que posteriormente serán publicadas en el aula virtual para que los alumnos tengan acceso a ellas cuando deseen. Esta opción posibilita que todos los alumnos puedan acceder a la clase impartida en un horario distinto a aquel en que tuvo lugar la sesión.

Las salas de Blackboard Collaborate tienen una capacidad superior a cien estudiantes conectados simultáneamente.

■ *Comunicación en el Aula Virtual*

A lo largo de los estudios los alumnos y el profesor mantienen una comunicación constante en tiempo real o de forma diferida. Por medio del aula el estudiante se puede comunicar a cualquier hora con su profesor y con su compañeros.

Las dudas conceptuales o procedimentales que surjan tras el estudio razonado de las unidades del manual y del material complementario, deben plantearse en el foro de tutorías correspondiente activado en el Aula Virtual, sin perjuicio de que puedan ser, asimismo, formuladas por vía telefónica, de acuerdo con el horario de tutorías establecido.

■ *Comunicación Síncrona*

Para la comunicación síncrona (en tiempo real) en el Aula se utiliza el Chat de Moodle y la Sala de Blackboard Collaborate, lo que permite la adquisición de conocimientos en línea.

■ *Comunicación Asíncrona*

La comunicación asíncrona (diferida en el tiempo) se realiza mediante el uso de los Foros. Estos son de varios tipos:

▫ **Tablón de Anuncios:** aquel en el cual el profesor envía todos los comunicados importantes relativos a la materia.

- Foro Entre Estudiantes: destinado exclusivamente a que los alumnos puedan comunicarse entre ellos sin intervención por parte del profesor.
- Foros de Tutorías: donde los alumnos plantean todas las dudas referidas a la materia.
- Otros Foros que el profesor estime oportuno crear para el mejor desarrollo de los estudios.

■ *Buzones de entrega*

Es la herramienta que permite al alumno enviar al profesor sus informes, siendo posteriormente devueltos al estudiante a través del buzón corregidos y calificados.

■ *Unidades didácticas adaptadas a la enseñanza a distancia.*

Todas las asignaturas disponen de un manual, bien externo o interno editado por UDIMA, en el que las unidades didácticas están adaptadas a la enseñanza a distancia.

■ *Guía Docente.*

Se trata de la planificación detallada de una asignatura o un módulo basada en los principios que guían el proceso de creación de un Espacio Europeo de Educación Superior. Es una herramienta básica del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS) para alcanzar el objetivo de promover la cooperación europea en garantía de calidad mediante el desarrollo de metodologías y criterios comparables, según lo dispuesto en la Declaración de Bolonia.

La Guía Docente siempre es revisada por el director del departamento correspondiente.

■ *Second Life*

Es un metaverso accesible gratuitamente donde los alumnos encuentran el campus virtual de la UDIMA, lo cual les permite la interacción con otros estudiantes no sólo de la titulación que están cursando sino de cualquier otra.

A través de Second Life, en las diferentes salas con las que cuenta la universidad, los profesores imparten clases virtuales, organizan visitas guiadas a otros lugares, hacen simulacros en determinadas prácticas, e incluso posibilitan y facilitan la realización de trabajos en grupo.

El enlace a Second Life se encuentra en cada una de las Aulas.

■ *Material Audiovisual*

Los profesores complementan las unidades didácticas con materiales audiovisuales (vídeos, podcasts, etc) que refuerzan los contenidos de las Unidades Didácticas. La UDIMA cuenta con un canal en Youtube actualizado permanentemente con vídeos de interés para el alumnado.

El enlace a este canal de la UDIMA se encuentra en todas las Aulas.

■ *Bases de datos y glosarios*

Se trata de repositorios de información que son utilizados tanto para complementar la información de las unidades como para favorecer el aprendizaje colectivo.

■ *Blogs, wikis y google docs*

Los blogs, las wikis y la herramienta google docs se utilizan para que los estudiantes puedan participar activamente y trabajar cooperativamente en la construcción del aprendizaje, garantizando su uso la adquisición de competencias de carácter multidisciplinar.

Sistema de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones

La ponderación de la nota final se distribuye entre las siguientes actividades evaluables:

- Participación en actividades de aprendizaje: 10-20%

Cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades didácticas basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual y/o colectiva de conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán, entre otras, desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación), Wiki, Lección, Google docs o Foro (foros de

debate) de la Plataforma de Teleformación.

- Realización de controles: 10-20%

Pruebas de evaluación tipo test que tienen como finalidad la evaluación de los conocimientos adquiridos durante el estudio de una o varias unidades didácticas.

- Actividades de Evaluación Continua (AEC): 20-30%

A lo largo del estudio de las asignaturas del módulo, el estudiante realizará diferentes actividades de evaluación en grupo o de manera individual. Este tipo de actividades contemplan la realización y presentación de informes sobre diversa índole, tales como trabajos individuales, prácticas grupales o análisis de supuestos prácticos.

Son, en todo caso, trabajos a entregar al profesor con carácter obligatorio a través de los «Buzones de entrega» del Aula Virtual.

- Examen final presencial: 50-60%

La prueba de evaluación final de cada asignatura del módulo se realiza con carácter obligatorio a título individual y tiene como objetivo valorar la adquisición y consolidación de los contenidos presentados en las unidades didácticas del manual de referencia de las asignaturas en cuestión y, opcionalmente, del material complementario que el profesor de la asignatura considere oportuno valorar.

El modelo de examen será consensuado por el profesorado del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

El **sistema de calificaciones** es numérico, de 0 a 10, con expresión de un decimal. Se añade, además, su correspondiente calificación cualitativa como sigue:

0 - 4,9: Suspenso (SS)
5,0 - 6,9: Aprobado (AP)
7,0 - 8,9: Notable (NT)
9,0 - 10: Sobresaliente (SB)

DENOMINACIÓN DEL MÓDULO	FORMACIÓN MULTIDISCIPLINAR
Créditos (ECTS)	102
Carácter	Optativo
RELACIÓN DE COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE	
Competencias Generales	
<ul style="list-style-type: none">CG1, CG2, CG3, CG5, CG6, CG7, CG8, CG10, CG12 y CG13.	
Competencias Transversales	
<ul style="list-style-type: none">CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8.	
<u>RESULTADOS DEL APRENDIZAJE</u>	
<ul style="list-style-type: none">Conocer y desarrollar los procesos de ejecución propias de la dirección de cuentas de una agencia de publicidad.Aplicar las herramientas de comunicación de las relaciones públicas para la formación de portavoces y la gestión de relaciones institucionales.Analizar las características principales y los procesos de la comunicación política estratégica y aplicada.Identificar los mecanismos de la propaganda y discriminar ésta de la información suministrada por la clase política.Analizar los procesos psicológicos básicos de la comunicación publicitaria y del receptor de la publicidad en el contexto económico actual.Manejar las herramientas existentes para contribuir al posicionamiento exitoso de la empresa en el entorno online y offline.Redactar textos en lengua inglesa y comunicarse en inglés a un nivel avanzado.Saber cuáles son las principales tendencias y autores de la literatura y redactar breves textos de creación, análisis y crítica.	

- Identificar los principales movimientos artísticos y tendencias estéticas vinculados al arte contemporáneo.
- Aplicar las nociones básicas de historia, teoría y técnica de la imagen fotográfica, tomando como referencia la comunicación publicitaria.
- Explicar la estructura del panorama televisivo y sus particularidades en el entorno actual.
- Diferenciar los elementos que intervienen en la elaboración del mensaje radiofónico.
- Describir la evolución general de la comunicación, la prensa y la propaganda a través de su desarrollo histórico.
- Realizar análisis críticos a las aportaciones cinematográficas en su relación con el marco socio-político.
- Documentar los procesos informativos y manejar las nuevas tecnologías relativas al tratamiento de documentos.
- Dominar y llevar a cabo técnicas de persuasión ante pequeños y grandes auditorios.

REQUISITOS PREVIOS/OBSERVACIONES

Al tratarse de un módulo de carácter optativo no lleva asociadas competencias específicas, debido a que no todos los estudiantes obtendrían las mismas competencias puesto que no todos cursarán las mismas asignaturas optativas. No obstante, en función de las asignaturas optativas de este módulo que elija el estudiante, se adquirirá la competencia específica asociada a cada una de las asignaturas elegidas:

- **Dirección de Cuentas:** Capacidad para conocer los procesos de ejecución propios de la dirección de cuentas de una agencia de publicidad.
- **Gestión de Portavoces y Relaciones Institucionales:** Capacidad para seleccionar las herramientas de comunicación de las relaciones públicas más adecuadas para portavoces y las relaciones institucionales.
- **Marketing Estratégico:** Capacidad para diseñar y planificar las estrategias propias del marketing aplicables a la publicidad y a las relaciones públicas.
- **Propaganda Política:** Capacidad para comprender los mecanismos de la propaganda y diferenciar ésta de la información suministrada por la clase política.
- **Comunicación Política:** Capacidad para diferenciar las características principales y los procesos de la comunicación política estratégica y aplicada.
- **Diseño y Gestión de Campañas Online y Offline:** Capacidad para diseñar y gestionar las herramientas existentes para contribuir al posicionamiento exitoso de la empresa en el entorno online y offline.
- **Psicología Económica:** Capacidad para evaluar los procesos psicológicos básicos de la comunicación publicitaria y del receptor de la publicidad en el contexto económico actual.
- **Inglés:** Capacidad para comprender y redactar textos en lengua inglesa en inglés a un nivel avanzado.
- **Literatura y Creación Literaria:** Capacidad para conocer los principales autores y tendencias de la literatura contemporánea, así como elaborar breves textos de creación, análisis y crítica.
- **Movimientos Artísticos y Tendencias Estéticas:** Capacidad para conocer los principales movimientos artísticos y tendencias estéticas vinculados al arte contemporáneo.
- **Fotografía Publicitaria:** Capacidad para conocer la teoría y técnica de la imagen fotográfica, tomando como referencia la comunicación publicitaria.
- **Comunicación Televisiva:** Capacidad para comprender las pautas básicas que rigen la comunicación audiovisual para la elaboración de los distintos géneros de la televisión.
- **Comunicación Radiofónica:** Capacidad para comprender las pautas básicas que rigen la comunicación radiofónica para la elaboración de los distintos géneros de la radio.
- **Historia de la Comunicación Social:** Capacidad para conocer la evolución general de la comunicación, la prensa y la propaganda a través de su desarrollo histórico.
- **Historia del Cine:** Capacidad para conocer las principales aportaciones cinematográficas en su relación con el marco socio-político.
- **Documentación Informativa:** Capacidad para la establecer los procesos informativos, aplicando las nuevas tecnologías relativas al tratamiento de documentos.
- **Teoría de la Comunicación Interpersonal:** Capacidad para aplicar técnicas de persuasión ante pequeños y grandes auditorios.

BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y DESGLOSE DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO DE FORMACIÓN MULTIDISCIPLINAR

ASIGNATURAS	CRÉDITOS (ECTS)	CARÁCTER	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDO
Dirección de Cuentas	6	Optativo	1. Aproximación general a la dirección y gestión de cuentas. 2. Orígenes y consolidación de la dirección y gestión de cuentas. 3. La relación profesional entre la agencia y el anunciante. 4. La función ejecutiva. 5. La gestión de la cuenta. 6. La función ejecutiva y de coordinación. 7. Las relaciones con otros

			especialistas de la agencia. 8. La función estratégica. 9. Consumidor y marca. 10. Nuevos retos para la gestión de la comunicación de la marca.
Gestión de Portavoces y Relaciones Institucionales	6	Optativo	1. La necesidad del portavoz. 2. Dirección de comunicación y portavocía. 3. La relación con los medios de comunicación. 4. La estrategia de comunicación en la portavocía. 5. Adecuación del mensaje al medio. 6. La función de la portavocía. 7. Las entrevistas. 8. Herramientas para la relación con los medios. 9. La comunicación no verbal en el portavoz. 10. El análisis de los posibles efectos.
Marketing Estratégico	6	Optativo	1. Concepto y función de Marketing Estratégico. 2. Análisis del Entorno y Tendencias. 3. Segmentación Estratégica y Conocimiento del Cliente. 4. Estrategias basadas en la Ventaja Competitiva. 5. Composición y Evolución del Marketing Mix. 6. Desarrollo Estratégico de la Fuerza de Ventas. 7. Rentabilidad del Marketing Estratégico y análisis de Competencia. 8. Estrategias de Marketing Digital. 9. Utilización de las Redes Sociales como herramienta estratégica. 10. Mobile Marketing.
Propaganda Política	6	Optativo	1. Naturaleza y métodos de la propaganda. 2. Información y poder. 3. Vehículos propagandísticos. 4. Propaganda, publicidad e información. 5. Propaganda y religiones. 6. La propaganda en Grecia. 7. La propaganda en Roma. 8. La propaganda en Bizancio. 9. La propaganda en la Edad Media: el teatro. 10. La propaganda y las guerras europeas.
Comunicación Política	6	Optativo	1. Comunicación política y su relación con la ciencia política y la opinión pública. 2. El sistema político y el subsistema informativo. 3. Los procesos electorales. 4. Lobbys. 5. Legislación específica sobre comunicación política. 6. Sondeos electorales. 7. Contenidos de la comunicación política. 8. Los papeles políticos de los medios. 9. Los políticos y los medios. 10. Asesoría de imagen.
Diseño y Gestión de Campañas Online y Offline	6	Optativo	1. Finalidad y funciones del plan de marketing. 2. Fases del plan de marketing online. 3. Optimización y desarrollo de sitios web. 4. Email marketing y marketing viral. 5. El posicionamiento natural en buscadores (SEO – Search Engine Optimization). 6. El posicionamiento comercial (SEM , Search Engine Marketing) 7. El pago por resultados (PPC, PPV, etc.). 8. Los formatos para la implementación y ejecución de campañas de marketing online: web marketing, email marketing y el social media marketing. 9. El mobile marketing. 10. El marketing basado en buscadores.
Psicología Económica	6	Optativo	1. Economía y psicología. Las bases de una confluencia necesaria. 2. Motivación. 3. Actitudes. 4. Cambio de actitudes. 5. Influencia. 6. Percepción. 7. Personalidad. 8. Toma de decisiones. 9. Grupos y Familia. 10. Cultura
Inglés	6	Optativo	1. Gramática básica. 2. Nombres y adjetivos. 3. Verbos. Presente perfecto y pasado simple. 4. "Phrasal verbs". 5. Sintaxis básica. 6. La oración. Tipos. 7. Construcción de párrafos. 8. Léxico de la vida cotidiana. 9. Léxico para universitarios. 10. Fonética.
Literatura y Creación Literaria	6	Optativo	1. Los géneros literarios. 2. El proceso de creación y la ficción: de la idea inicial al texto narrativo. 3. El autor y el estilo literario. 4. El plano del discurso: el narrador, el narratario y la estructura. 5. El plano de la historia: los personajes, el tiempo y el espacio. 6. El siglo XIX: la novela realista y naturalista. 7. La narrativa de M. Proust y F. Kafka en las primeras décadas del siglo XX. 8. El Experimentalismo inglés: J. Joyce y V. Woolf. Años 10-20. 9. París antes y después de la guerra (entre los 20 y los 40). De la Generación Perdida al Existencialismo. 10. Años 50 y 60 en Estados Unidos. Tendencias de literatura y periodismo: la non-fiction novel y el Nuevo Periodismo.

Movimientos Artísticos y Tendencias Estéticas	6	Optativo	1. Historia del arte antiguo. 2. Historia del arte moderno. 3. Lenguajes artísticos. 4. Vanguardias. 5. Más allá de las vanguardias. 6. Arte contemporáneo. 7. Tendencias artísticas del siglo XX y XXI. 8. Nuevas expresiones artísticas. 9. Arte en la calle. 10. La crítica artística.
Fotografía Publicitaria	6	Optativo	1. Fotografía y publicidad: conceptos básicos. 2. Origen y evolución de la fotografía en publicidad. 3. Técnicas fotográficas para publicidad. 4. Cámaras fotográficas. 5. La iluminación. 6. La composición. 7. La fotografía analógica. 8. La fotografía digital. 9. Análisis de la fotografía publicitaria: los elementos de la imagen fotográfica. 10. Desarrollo de proyectos en fotografía publicitaria.
Comunicación Televisiva	6	Optativo	1. El mensaje en Televisión. 2. Historia y evolución del medio televisivo. 3. Géneros y Formatos en Televisión. 4. El Guión en Televisión. 5. Programación Televisiva. 6. Lenguaje y Narración en Televisión. 7. Técnicas de Locución y expresión. 8. Creatividad en Televisión. 9. Producción. 10. Tecnología y Técnicas digitales en televisión.
Comunicación Radiofónica	6	Optativo	1. Antecedentes. Breve historia de la radio y previsión de futuro. 2. El lenguaje radiofónico. 3. El guión radiofónico. 4. Elementos de la programación en radio. 5. Tipos de emisoras de radio según su programación. 6. Tipos de emisoras de radio según su financiación. 7. Estructura organizativa de una emisora de radio. 8. Equipamiento técnico de una emisora de radio. 9. El sonido digital. 10. El estudio de radio digital. 11. Cómo obtener archivos de audio digital. 12. Cómo editar archivos de audio. 13. Cambiar formatos de audio digital. 14. Organizador digital. 15. Automatización de emisoras de radio. 16. Podcast. 17. Extras.
Historia de la Comunicación Social	6	Optativo	1. Fundar la sociedad, fundar la comunicación. 2. Logos y escritura. La comunicación en la Antigüedad. 3. Oír, ver, callar: Medioevo, Feudalismo y Comunicación. 4. Feudalismo en transición y comunicación en la Era de la Imprenta. 5. Ilustración, revolución y libertad de expresión: del hábito político a la mercantilización informativa. 6. El crecimiento de la comunicación (1848-1871). 7. La comunicación en la Era del Imperio. La Edad de Oro de la prensa (1870-1914). 8. La comunicación bajo el signo de la propaganda. Un mundo en guerra (1914-1945). 9. La comunicación durante la Guerra Fría. La sociedad audiovisual (1945-1973). 10. Crisis y reconversión del sistema: el hipersector de la comunicación.
Historia del Cine	6	Optativo	1. Los pioneros del séptimo arte. 2. Las vanguardias europeas y el cine. 3. El surgimiento del studio system. 4. Esplendor y agotamiento del lenguaje clásico. 5. El cine de arte y ensayo: el neorrealismo, la nouvelle vague y los underground films. 6. El cine no narrativo: la experimentación. 7. El cine no narrativo: el documental. 8. El nuevo Hollywood. 9. Tendencias del cine contemporáneo. 10. El cine en la era digital.
Documentación Informativa	6	Optativo	1. Documentación y sociedad de la información. 2. Historia de la documentación periodística. 3. Características. 4. Funciones. 5. Servicio de documentación en el trabajo periodístico. 6. Lenguajes. 7. Fuentes del trabajo documental. 8. Legislación y documentación. 9. Los servicios documentales en los medios de comunicación. 10. Documentación y nuevas tecnologías.
Teoría de la Comunicación Interpersonal	6	Optativo	1. Comunicación verbal. 2. Comunicación no verbal. 3. Escuchar y responder. 4. Interaccionismo simbólico. 5. Comunicación interpersonal. 6. Entrevistas. 7. Participación en la comunicación de grupo. 8. Las funciones de los miembros y el liderazgo en los grupos. 9. Hablar en público: Determinar el objetivo del discurso. 10. Hablar en público: Practicar la presentación del discurso.
Actividades formativas indicando su contenido en créditos (ECTS), la metodología de enseñanza y su			

relación con las competencias que debe de adquirir el estudiante

La acción formativa y su distribución en créditos ECTS (%) es la siguiente:

Distribución en créditos ECTS (%):

- Estudio de las Unidades Didácticas: 30%
- Supuestos y casos prácticos: 15%
- Lectura de artículos: 15%
- Búsqueda de información: 15%
- Redacción o realización de informes: 15%
- Acción tutorial: 5%
- Evaluación: 5%

Las **Unidades didácticas** constituyen el Manual de la asignatura, de índole teórico-práctico, con ejemplos reales y propuesta de supuestos y ejemplos. Tanto el Manual correspondiente como el material didáctico complementario está disponible tanto en formato Libro como en archivo PDF en el aula virtual a disposición del estudiante.

Los **artículos para su lectura** estarán disponibles a través de los materiales complementarios asociados a esta asignatura, siendo facilitados y estando disponibles en el aula virtual.

Los **supuestos y casos prácticos** serán proporcionados por el profesor, estando disponibles en el Aula virtual, y basados en casos y supuestos reales. Tras el estudio de la metodología utilizada por los referentes externos consultados (punto 2.1 de este Plan), la UDIMA apuesta por un enfoque metodológico eminentemente práctico, buscando el equilibrio entre la teoría y la práctica, basando sus explicaciones en supuestos extraídos de la realidad y preparando a los alumnos para que sean capaces de analizar y aplicar la teoría a los casos propuestos.

La **búsqueda de información** se llevará a cabo mediante las técnicas de gestión de información y del conocimiento a través de Internet y de las bases de datos disponibles.

La **redacción o realización de informes** implica el desarrollo de la capacidad de argumentación, análisis y síntesis, de acuerdo a los conocimientos adquiridos y a la búsqueda de información fiable que permita dar una opinión o un dictamen de carácter técnico, con fundamento y solidez, ante un supuesto de hecho particular planteado.

La **acción tutorial** implica la participación del profesor para diseñar y planificar la asignatura, la propuesta de actividades, los plazos de entrega, la dinamización de la participación y motivación del estudiante a través de los foros, la resolución de dudas y problemas, así como la disponibilidad para cualquier cuestión que se pueda plantear al estudiante. Para todo ello, existen tutorías telefónicas (en los horarios marcados) o vía plataforma (en cualquier momento, con el compromiso de contestar en un plazo máximo de 48 horas).

La **evaluación** de las actividades formativas previstas implicará tanto la calificación como el feed-back correspondiente al estudiante.

Metodología y su relación con las competencias a adquirir

Para la correcta comprensión y el afianzamiento de las nociones teóricas, se parte de la **lectura y estudio** reflexivo de los manuales y recursos didácticos proporcionados al estudiante como materiales básicos. Éstos serán comentados y complementados con la **acción tutorial**, que incluye asesoramiento personalizado, intercambio de impresiones en los debates habilitados en foros y demás recursos y medios que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Se combinará el **aprendizaje teórico con las enseñanzas prácticas** para garantizar la asimilación de los conceptos estudiados.

Para las actividades educativas de esta materia se utiliza la Plataforma Moodle de la UDIMA que habilita un entorno virtual de enseñanza-aprendizaje que permite el desarrollo de las actividades educativas, además de una comunicación fluida profesor-alumno, alumnos-alumnos y alumnos-equipo de apoyo técnico. Se proporciona más información al respecto en el apartado 7 sobre Recursos Materiales y Servicios.

Por ello, se valorará especialmente la habilidad para utilizar las herramientas que pone a disposición del alumno el Aula Virtual.

Las **metodologías** de aprendizaje aplicables a esta Materia (Módulo) son las siguientes:

- *Tutorías telefónicas.*

A través de las tutorías telefónicas (entre tres y cuatro días a la semana, durante dos horas) los alumnos pueden consultar con los profesores las dudas acerca de materia estudiada, así como recibir recomendaciones sobre cómo abordar la titulación de un modo más eficaz, siendo asesorados en función de la disponibilidad para estudiar

que disponga cada alumno.

■ *Clases Blackboard Collaborate*

Blackboard Collaborate es una aplicación que permite a varias personas comunicarse a distancia y en tiempo real compartiendo información de forma oral, a través de una pizarra virtual y de otras utilidades como la compartición de escritorio. La pizarra virtual permite al profesor escribir en ella o mostrar presentaciones de diapositivas. Además, cuenta con la posibilidad de grabar las sesiones, que posteriormente serán publicadas en el aula virtual para que los alumnos tengan acceso a ellas cuando deseen. Esta opción posibilita que todos los alumnos puedan acceder a la clase impartida en un horario distinto a aquel en que tuvo lugar la sesión.

Las salas de Blackboard Collaborate tienen una capacidad superior a cien estudiantes conectados simultáneamente.

■ *Comunicación en el Aula Virtual*

A lo largo de los estudios los alumnos y el profesor mantienen una comunicación constante en tiempo real o de forma diferida. Por medio del aula el estudiante se puede comunicar a cualquier hora con su profesor y con sus compañeros.

Las dudas conceptuales o procedimentales que surjan tras el estudio razonado de las unidades del manual y del material complementario, deben plantearse en el foro de tutorías correspondiente activado en el Aula Virtual, sin perjuicio de que puedan ser, asimismo, formuladas por vía telefónica, de acuerdo con el horario de tutorías establecido.

■ *Comunicación Síncrona*

Para la comunicación síncrona (en tiempo real) en el Aula se utiliza el Chat de Moodle y la Sala de Blackboard Collaborate, lo que permite la adquisición de conocimientos en línea.

■ *Comunicación Asíncrona*

La comunicación asíncrona (diferida en el tiempo) se realiza mediante el uso de los Foros. Estos son de varios tipos:

- Tablón de Anuncios: aquel en el cual el profesor envía todos los comunicados importantes relativos a la materia.
- Foro Entre Estudiantes: destinado exclusivamente a que los alumnos puedan comunicarse entre ellos sin intervención por parte del profesor.
- Foros de Tutorías: donde los alumnos plantean todas las dudas referidas a la materia.
- Otros Foros que el profesor estime oportuno crear para el mejor desarrollo de los estudios.

■ *Buzones de entrega*

Es la herramienta que permite al alumno enviar al profesor sus informes, siendo posteriormente devueltos al estudiante a través del buzón corregidos y calificados.

■ *Unidades didácticas adaptadas a la enseñanza a distancia.*

Todas las asignaturas disponen de un manual, bien externo o interno editado por UDIMA, en el que las unidades didácticas están adaptadas a la enseñanza a distancia.

■ *Guía Docente.*

Se trata de la planificación detallada de una asignatura o un módulo basada en los principios que guían el proceso de creación de un Espacio Europeo de Educación Superior. Es una herramienta básica del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS) para alcanzar el objetivo de promover la cooperación europea en garantía de calidad mediante el desarrollo de metodologías y criterios comparables, según lo dispuesto en la Declaración de Bolonia.

La Guía Docente siempre es revisada por el director del departamento correspondiente.

■ *Second Life*

Es un metaverso accesible gratuitamente donde los alumnos encuentran el campus virtual de la UDIMA, lo cual les permite la interacción con otros estudiantes no sólo de la titulación que están cursando sino de cualquier otra.

A través de Second Life, en las diferentes salas con las que cuenta la universidad, los profesores imparten

clases virtuales, organizan visitas guiadas a otros lugares, hacen simulacros en determinadas prácticas, e incluso posibilitan y facilitan la realización de trabajos en grupo.

El enlace a Second Life se encuentra en cada una de las Aulas.

■ *Material Audiovisual*

Los profesores complementan las unidades didácticas con materiales audiovisuales (vídeos, podcasts, etc) que refuerzan los contenidos de las Unidades Didácticas. La UDIMA cuenta con un canal en Youtube actualizado permanentemente con vídeos de interés para el alumnado.

El enlace a este canal de la UDIMA se encuentra en todas las Aulas.

■ *Bases de datos y glosarios*

Se trata de repositorios de información que son utilizados tanto para complementar la información de las unidades como para favorecer el aprendizaje colectivo.

■ *Blogs, wikis y google docs*

Los blogs, las wikis y la herramienta google docs se utilizan para que los estudiantes puedan participar activamente y trabajar cooperativamente en la construcción del aprendizaje, garantizando su uso la adquisición de competencias de carácter multidisciplinar.

Sistema de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones

La ponderación de la nota final se distribuye entre las siguientes actividades evaluables:

- Participación en actividades de aprendizaje: 10-20%

Cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades didácticas basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual y/o colectiva de conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán, entre otras, desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación), Wiki, Lección, Google docs o Foro (foros de debate) de la Plataforma de Teleformación.

- Realización de controles: 10-20%

Pruebas de evaluación tipo test que tienen como finalidad la evaluación de los conocimientos adquiridos durante el estudio de una o varias unidades didácticas.

- Actividades de Evaluación Continua (AEC): 20-30%

A lo largo del estudio de las asignaturas del módulo, el estudiante realizará diferentes actividades de evaluación en grupo o de manera individual. Este tipo de actividades contemplan la realización y presentación de informes sobre diversa índole, tales como trabajos individuales, prácticas grupales o análisis de supuestos prácticos.

Son, en todo caso, trabajos a entregar al profesor con carácter obligatorio a través de los «Buzones de entrega» del Aula Virtual.

- Examen final presencial: 50-60%

La prueba de evaluación final de cada asignatura del módulo se realiza con carácter obligatorio a título individual y tiene como objetivo valorar la adquisición y consolidación de los contenidos presentados en las unidades didácticas del manual de referencia de las asignaturas en cuestión y, opcionalmente, del material complementario que el profesor de la asignatura considere oportuno valorar.

El modelo de examen será consensuado por el profesorado del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

El **sistema de calificaciones** es numérico, de 0 a 10, con expresión de un decimal. Se añade, además, su correspondiente calificación cualitativa como sigue:

0 - 4,9: Suspenso (SS)
5,0 - 6,9: Aprobado (AP)
7,0 - 8,9: Notable (NT)
9,0 - 10: Sobresaliente (SB)

DENOMINACIÓN DEL MÓDULO		PRÁCTICAS EXTERNAS	
Créditos (ECTS)		6	
Carácter		Optativo	
RELACIÓN DE COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE			
Competencias Generales			
<ul style="list-style-type: none"> CG2, CG4, CG6, CG8, CG10, CG12 y CG13. 			
Competencias Transversales			
<ul style="list-style-type: none"> CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8. 			
RESULTADOS DEL APRENDIZAJE			
<ul style="list-style-type: none"> Definir las metas de la función a realizar en el ámbito de la Publicidad y de las Relaciones Públicas. Desarrollar en el puesto de trabajo los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el grado. Aplicar al puesto de trabajo los conocimientos adquiridos en el grado. Comunicar los resultados obtenidos, proporcionando retroalimentación a los destinatarios de forma adecuada y precisa, así como elaborando informes orales y escritos. Mantener un compromiso ético, conociendo y ajustándose a las obligaciones deontológicas y éticas de la disciplina. 			
REQUISITOS PREVIOS/OBSERVACIONES			
<p>- Para poder aprobar la asignatura de "Prácticas Externas" es necesario haber cursado los 60 créditos de Formación Básica así como haber superado un total de 120 créditos del resto de materias obligatorias y optativas que configuran la titulación.</p> <p>- Al tratarse de un módulo de carácter optativo no lleva asociadas competencias específicas, debido a que no todos los estudiantes obtendrían las mismas competencias puesto que no todos cursarán las mismas asignaturas optativas. No obstante, los estudiantes que opten por esta asignatura adquirirán esta competencia específica:</p> <p style="color: red;">- Prácticas Externas: Capacidad para adquirir una experiencia real de trabajo en el sector de la publicidad y las relaciones públicas que le facilite la posterior inserción en el mundo laboral.</p>			
BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y DESGLOSE DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO DE PRÁCTICAS EXTERNAS			
ASIGNATURAS	CRÉDITOS (ECTS)	CARÁCTER	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDO
Prácticas Externas	6	Optativo	<p>La realización de las prácticas externas curriculares comprenderá un programa específico que deberá ser aprobado previamente por el departamento responsable de la titulación. El contenido de las prácticas comprenderá:</p> <p>A) Con carácter general:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El contacto con otros profesionales, que desarrollen las actividades comprendidas en el plan de estudios de la titulación. - El desarrollo de una actividad profesional dentro del ámbito de su preparación, bajo la supervisión de un tutor. - La relación con los organismos públicos y privados implicados, a través de la presentación de escritos, recepción de contestaciones, negociación e intercambio de impresiones con las partes implicadas, bajo la supervisión de un tutor. - El acceso a la documentación real elaborada por otros profesionales, empresas o instituciones, así como a formularios, modelos, bases de datos o cualquier otra fuente de información utilizada en el desarrollo de la actividad profesional. - La participación en las reuniones en las que se debatan cuestiones relativas al ejercicio de la profesión. - Facilitar la posterior inserción laboral del estudiante o mejorar su situación profesional. <p>B) Con carácter específico:</p> <p>La realización de actividades propias del ejercicio</p>

		<p>profesional y, en especial:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer las técnicas necesarias que le permitan iniciar su andadura profesional en el campo de la Publicidad y de las Relaciones Públicas. - Coordinar trabajos publicitarios y de comunicación corporativa. - La confección y entrega, en tiempo y forma, de piezas publicitarias sobre cualquier marca relevante, adaptadas a la realidad del momento. - Utilizar adecuadamente las distintas tecnologías propias del ámbito de la Publicidad y de las Relaciones Públicas. - La relación adecuada con profesionales que interactúan en el sector así como con medios de comunicación. - La correcta recuperación, organización, análisis, jerarquización y procesamiento de todo tipo de datos con objeto de ser utilizados para la realización de campañas publicitarias y de relaciones públicas, así como para su aprovechamiento comunicativo persuasivo o de ficción y entretenimiento. - Ajustarse a las obligaciones deontológicas y éticas en materia de Publicidad y Relaciones Públicas. <p>C) La formación práctica a través de la figura del tutor de la entidad colaboradora, que conlleve las propuestas, ejercicios, labores de estudio e investigación que se estimen necesarias para el ejercicio práctico de la actividad profesional.</p> <p>D) La realización de informes específicos, valoraciones y pruebas encomendadas por el tutor de la entidad colaboradora, para la comprobación de la adquisición de las competencias de carácter práctico previstas en el plan de estudios.</p>
--	--	---

Actividades formativas indicando su contenido en créditos (ECTS), la metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

La asignatura de Prácticas se desarrolla en su totalidad (150 horas correspondientes a los 6 créditos que constituyen la asignatura) en alguna de las áreas funcionales de una entidad, para favorecer el desarrollo de habilidades prácticas y preprofesionales que tienen las competencias de los Títulos de la rama Ciencias Sociales. Por tanto, el Plan de estudios tiene planificado un periodo sólido de prácticas que asegura la presencialidad en el centro receptor, en prácticamente la totalidad de la asignatura (un mínimo de un 70%), manteniendo, eso sí, con carácter complementario, la tutorización del profesor de la Universidad encargado del seguimiento, a través de la plataforma virtual y sin perjuicio del contacto permanente y presencial con el tutor externo asignado.

Durante el periodo de prácticas presenciales, el estudiante sigue teniendo acceso al Aula desde el lugar donde se encuentre, a través de cualquier conexión a Internet, para consultar las bases de datos e información que pudiera necesitar, así como el apoyo necesario y tutorial para realizar los informes sobre su actividad.

Durante este periodo de prácticas, el estudiante deberá poner en práctica los aprendizajes adquiridos en determinadas materias, concretamente, aquellas cuyas competencias puedan ser mejoradas a través de la experiencia y que, en su justa medida, han sido ya potenciadas a través de otras herramientas que ayudan a desarrollar análisis y evaluaciones más allá del informe escrito. Son ejemplos de ello, la videoconferencia a través de la herramienta Blackboard Collaborate o los role-playing desarrollados a través de "Second Life".

La acción formativa y su distribución en créditos ECTS (%) es la siguiente:

Distribución en créditos ECTS (%):

- Acción tutorial: 30%
- Realización de las Prácticas en empresas: 70%

Realización de las Prácticas en empresas de ámbito publicitario y de relaciones públicas. Se trata de aproximar a los estudiantes al ejercicio de la actividad profesional con el fin de poner en práctica los conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo de su formación académica, completando así su formación teórica. Además de los objetivos específicos por razón de la materia, pueden señalarse los siguientes objetivos de carácter general:

- Facilitar la futura inserción y adaptación del estudiante a una empresa, centro o institución mediante el conocimiento de la estructura y funcionamiento de la organización correspondiente.
- Familiarizar al estudiante con la dinámica cotidiana del entorno laboral y profesional.

La organización de las "Prácticas Externas" se realizará de acuerdo con la normativa vigente sobre prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios. Las prácticas se realizarán a través del oportuno convenio de colaboración con empresas o asociaciones, que tiene como finalidad permitir a los alumnos tener una experiencia

laboral, al mismo tiempo que las empresas conocen a potenciales recursos humanos óptimos para mejorar su competitividad. Las empresas que colaboran en este programa facilitan un espacio para que los alumnos demuestren los conocimientos adquiridos, así como las destrezas y habilidades que poseen. Las prácticas en empresas o instituciones proporcionan una experiencia formativa y profesional que, generalmente, reconoce el mercado laboral. En el apartado 7 de la Memoria del Plan de Estudio se detallan las entidades con las que se ha firmado Convenio de Cooperación Educativa.

La acción tutorial.

El periodo de prácticas será tutorizado por el profesorado de la Universidad a Distancia de Madrid (Tutor Académico) con la colaboración de las personas que supervisen las prácticas en las empresas o instituciones (Tutor de la Entidad Colaboradora). Esta acción tutorial se desarrollará de acuerdo con la normativa vigente sobre prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios. En los apartados 6.1 y 7.1 de la Memoria del Plan de Estudios se detallan todos los aspectos referentes a esta acción tutorial.

Metodología y su relación con las competencias a adquirir

Para las actividades educativas de esta materia se utiliza la Plataforma Moodle de la UDIMA que habilita un entorno virtual de enseñanza-aprendizaje que permite el desarrollo de las actividades educativas, además de una comunicación fluida profesor-alumno, alumnos-alumnos y alumnos-equipo de apoyo técnico. Se proporciona más información al respecto en el apartado 7 sobre Recursos Materiales y Servicios.

Por ello, se valorará especialmente la habilidad para utilizar las herramientas que pone a disposición del alumno el Aula Virtual.

Las **metodologías** de aprendizaje aplicables a esta Materia (Módulo) son las siguientes:

■ *Planificación de las Prácticas*

Se trata de la planificación detallada de las Prácticas en una empresa u organización de acuerdo al contenido del Acuerdo de colaboración firmado entre dicho centro y la UDIMA. Esta planificación contemplará tanto los aspectos sustantivos objeto de las prácticas, como su extensión y planificación temporal por semanas.

■ *Tutorización de la entidad colaboradora*

El Tutor de la entidad colaboradora es el responsable de explicar y guiar al estudiante en el desarrollo de las prácticas, aportando su conocimiento práctico y experiencia, y evaluando las actividades realizadas por el estudiante. La entidad colaboradora emitirá un informe relativo a la presencia del alumno en el lugar de trabajo asignado y del seguimiento del Programa, que remitirá a la finalización de las mismas a la Universidad. El informe deberá incluir el número de horas de prácticas que se han desarrollado. Todo ello cumpliendo con la normativa vigente sobre prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios.

■ *Tutorización interna (académica)*

El tutor interno (académico), perteneciente a la universidad, debe estar disponible en los horarios marcados de Tutorías, tanto telefónicas como on-line, para atender las posibles demandas del estudiante, en relación a las Prácticas. Además, supervisará el desarrollo de las prácticas y realizará su evaluación, a la vista de los resultados del aprendizaje en el entorno de la empresa o despacho y de los informes realizados, tanto por la entidad colaboradora como por el propio estudiante. Todo ello cumpliendo con la normativa vigente sobre prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios.

Sistema de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones

La calificación del estudiante se llevará a cabo al final de las prácticas teniendo en cuenta la actuación del estudiante durante las mismas.

La evaluación de las Prácticas Externas se llevará a cabo combinando las proporcionadas por los dos tutores, las cuales poseen los siguientes pesos:

- a) La evaluación del tutor de la entidad colaboradora, que coordina las actividades del estudiante en el centro de prácticas, supone el 60% de la calificación final; y
- b) La evaluación del tutor académico de la UDIMA, que revisará la memoria entregada por el alumnado, significa el 40% de la de dicha calificación.

El **sistema de calificaciones** es numérico, de 0 a 10, con expresión de un decimal. Se añade, además, su correspondiente calificación cualitativa como sigue:

0 - 4,9: Suspenso (SS)
 5,0 - 6,9: Aprobado (AP)
 7,0 - 8,9: Notable (NT)
 9,0 - 10: Sobresaliente (SB)

DENOMINACIÓN DEL MÓDULO		TALLER DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	
Créditos (ECTS)	6		
Carácter	Obligatorio		
RELACIÓN DE COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE			
Competencias Generales			
<ul style="list-style-type: none"> CG4, CG8, CG10, CG12 y CG13. 			
Competencias Transversales			
<ul style="list-style-type: none"> CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8. 			
Competencias Específicas			
<ul style="list-style-type: none"> CE18, CE19, CE20, CE22, CE23, CE26, CE31, CE32, CE34, CE38. 			
RESULTADOS DEL APRENDIZAJE			
<ul style="list-style-type: none"> Realizar piezas publicitarias en tiempo y forma conforme a las especificaciones teóricas previstas en el plan de estudios. Práctica con las herramientas digitales básicas del diseño publicitario en el ámbito de los medios escritos. Práctica con las herramientas digitales básicas del diseño publicitario en el ámbito de los medios audiovisuales. Domínio de las estrategias creativas para el desarrollo de campañas de Publicidad y de Relaciones Públicas. Dominar las pautas básicas que rigen la comunicación audiovisual para la elaboración de los distintos géneros publicitarios de televisión y de radio. Desenvolverse en las tecnologías de la información propias de los medios audiovisuales. Comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicional (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad. Manejar las técnicas de escritura y diseño digital, el lenguaje hipertextual y la interactividad de los medios. Dominar las particularidades de los Blogs, la participación comunicativa de la ciudadanía y la cibercultura. 			
REQUISITOS PREVIOS/OBSERVACIONES			
<p>- Para poder aprobar el “Taller de Publicidad y Relaciones Públicas” será necesario haber superado los 60 créditos de las asignaturas de Formación Básica más 120 créditos del resto de la titulación.</p>			
BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y DESGLOSE DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO DE TALLER DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS			
ASIGNATURAS	CRÉDITOS (ECTS)	CARÁCTER	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDO
Taller de Publicidad y Relaciones Públicas	6	Obligatorio	<p>El estudiante deberá realizar cinco casos prácticos de los seis propuestos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Práctica de Creatividad Publicitaria (redacción y diseño) en medios impresos. 2. Práctica de Creatividad Publicitaria (redacción y diseño) en medios audiovisuales. 3. Práctica de Comunicación Corporativa. 4. Práctica de Gestión de eventos y Protocolo. 5. Práctica de Publicidad o Relaciones Públicas en medios digitales

6. Práctica a elegir de entre los siguientes ámbitos: Análisis de textos publicitarios, Comunicación política y propaganda y Publicidad e hipertexto.

Actividades formativas indicando su contenido en créditos (ECTS), la metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe de adquirir el estudiante

La acción formativa y su distribución en créditos ECTS (%), que constituye un caso excepcional en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, es la siguiente:

Distribución en créditos ECTS (%):

- Supuestos y casos prácticos: 65%
- Búsqueda de información: 25%
- Acción tutorial: 5%
- Evaluación: 5%

Este módulo, que supone la realización de distintas prácticas internas relacionadas con la profesión, siempre bajo la tutela y supervisión de un tutor/ profesor de la Universidad, no incluye **Unidades didácticas** constitutivas de un Manual de la asignatura, pues las enseñanzas corresponden a distintos módulos del Grado.

Los **supuestos y casos prácticos** serán proporcionados por el profesor, estando disponibles en el Aula virtual, y basados en casos y supuestos reales. Tras el estudio de la metodología utilizada por los referentes externos consultados (punto 2.1 de este Plan), la UDIMA apuesta por un enfoque metodológico eminentemente práctico, buscando el equilibrio entre la teoría y la práctica, basando sus explicaciones en supuestos extraídos de la realidad y preparando a los alumnos para que sean capaces de analizar y aplicar la teoría a los casos propuestos.

En este sentido, los casos prácticos propuestos serán los siguientes:

1. Práctica de Creatividad Publicitaria (redacción y diseño) en medios impresos.
2. Práctica de Creatividad Publicitaria (redacción y diseño) en medios audiovisuales.
3. Práctica de Comunicación Corporativa.
4. Práctica de Gestión de eventos y Protocolo.
5. Práctica de Publicidad o Relaciones Públicas en medios digitales
6. Práctica a elegir de entre los siguientes ámbitos: Análisis de textos publicitarios, Comunicación política y propaganda y Publicidad e hipertexto.

La **acción tutorial** implica la participación del profesor para diseñar y planificar la asignatura, la propuesta de actividades, los plazos de entrega, la dinamización de la participación y motivación del estudiante a través de los foros, la resolución de dudas y problemas, así como la disponibilidad para cualquier cuestión que se pueda plantear al estudiante. Para todo ello, existen tutorías telefónicas (en los horarios marcados) o vía plataforma (en cualquier momento, con el compromiso de contestar en un plazo máximo de 48 horas).

La **evaluación** de las actividades formativas previstas implicará tanto la calificación como el feed-back correspondiente al estudiante.

Metodología y su relación con las competencias a adquirir

Para la correcta comprensión y el afianzamiento de las nociones teóricas, se parte de la **lectura y estudio** reflexivo de los recursos didácticos proporcionados al estudiante como materiales básicos. Éstos serán comentados y complementados con la **acción tutorial**, que incluye asesoramiento personalizado, intercambio de impresiones en los debates habilitados en foros y demás recursos y medios que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Se combinará el **aprendizaje teórico con las enseñanzas prácticas** para garantizar la asimilación de los conceptos estudiados.

Para las actividades educativas de esta materia se utiliza la Plataforma Moodle de la UDIMA que habilita un entorno virtual de enseñanza-aprendizaje que permite el desarrollo de las actividades educativas, además de una comunicación fluida profesor-alumno, alumnos-alumnos y alumnos-equipo de apoyo técnico. Se proporciona más información al respecto en el apartado 7 sobre Recursos Materiales y Servicios.

Dentro del módulo **Taller de Publicidad y Relaciones Públicas** confluyen todas las planificaciones de enseñanza práctica detallada en los módulos anteriores, y que irán enfocadas a los supuestos prácticos propuestos.

Por ello, se valorará especialmente la habilidad para utilizar las herramientas que pone a disposición del alumno el Aula Virtual.

Las **metodologías** de aprendizaje aplicables a esta Materia (Módulo) son las siguientes:

■ *Tutorías telefónicas.*

A través de las tutorías telefónicas (entre tres y cuatro días a la semana, durante dos horas) los alumnos pueden consultar con los profesores las dudas acerca de materia estudiada, así como recibir recomendaciones sobre cómo abordar la titulación de un modo más eficaz, siendo asesorados en función de la disponibilidad para estudiar que disponga cada alumno.

■ *Clases Blackboard Collaborate*

Blackboard Collaborate es una aplicación que permite a varias personas comunicarse a distancia y en tiempo real compartiendo información de forma oral, a través de una pizarra virtual y de otras utilidades como la compartición de escritorio. La pizarra virtual permite al profesor escribir en ella o mostrar presentaciones de diapositivas. Además, cuenta con la posibilidad de grabar las sesiones, que posteriormente serán publicadas en el aula virtual para que los alumnos tengan acceso a ellas cuando deseen. Esta opción posibilita que todos los alumnos puedan acceder a la clase impartida en un horario distinto a aquel en que tuvo lugar la sesión.

Las salas de Blackboard Collaborate tienen una capacidad superior a cien estudiantes conectados simultáneamente.

■ *Comunicación en el Aula Virtual*

A lo largo de los estudios los alumnos y el profesor mantienen una comunicación constante en tiempo real o de forma diferida. Por medio del aula el estudiante se puede comunicar a cualquier hora con su profesor y con su compañeros.

Las dudas conceptuales o procedimentales que surjan tras el estudio razonado de las unidades del manual y del material complementario, deben plantearse en el foro de tutorías correspondiente activado en el Aula Virtual, sin perjuicio de que puedan ser, asimismo, formuladas por vía telefónica, de acuerdo con el horario de tutorías establecido.

■ *Comunicación Síncrona*

Para la comunicación síncrona (en tiempo real) en el Aula se utiliza el Chat de Moodle y la Sala de Blackboard Collaborate, lo que permite la adquisición de conocimientos en línea.

■ *Comunicación Asíncrona*

La comunicación asíncrona (diferida en el tiempo) se realiza mediante el uso de los Foros. Estos son de varios tipos:

- Tablón de Anuncios: aquel en el cual el profesor envía todos los comunicados importantes relativos a la materia.
- Foro Entre Estudiantes: destinado exclusivamente a que los alumnos puedan comunicarse entre ellos sin intervención por parte del profesor.
- Foros de Tutorías: donde los alumnos plantean todas las dudas referidas a la materia.
- Otros Foros que el profesor estime oportuno crear para el mejor desarrollo de los estudios.

■ *Buzones de entrega*

Es la herramienta que permite al alumno enviar al profesor sus informes, siendo posteriormente devueltos al estudiante a través del buzón corregidos y calificados.

■ *Unidades didácticas adaptadas a la enseñanza a distancia.*

Todas las asignaturas disponen de un manual, bien externo o interno editado por UDIMA, en el que las unidades didácticas están adaptadas a la enseñanza a distancia.

■ *Guía Docente.*

Se trata de la planificación detallada de una asignatura o un módulo basada en los principios que guían el proceso de creación de un Espacio Europeo de Educación Superior. Es una herramienta básica del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS) para alcanzar el objetivo de promover la cooperación europea en garantía de calidad mediante el desarrollo de metodologías y criterios comparables, según lo dispuesto en la

Declaración de Bolonia.

La Guía Docente siempre es revisada por el director del departamento correspondiente.

■ *Second Life*

Es un metaverso accesible gratuitamente donde los alumnos encuentran el campus virtual de la UDIMA, lo cual les permite la interacción con otros estudiantes no sólo de la titulación que están cursando sino de cualquier otra.

A través de Second Life, en las diferentes salas con las que cuenta la universidad, los profesores imparten clases virtuales, organizan visitas guiadas a otros lugares, hacen simulacros en determinadas prácticas, e incluso posibilitan y facilitan la realización de trabajos en grupo.

El enlace a Second Life se encuentra en cada una de las Aulas.

■ *Material Audiovisual*

Los profesores complementan las unidades didácticas con materiales audiovisuales (vídeos, podcasts, etc) que refuerzan los contenidos de las Unidades Didácticas. La UDIMA cuenta con un canal en Youtube actualizado permanentemente con vídeos de interés para el alumnado.

El enlace a este canal de la UDIMA se encuentra en todas las Aulas.

■ *Bases de datos y glosarios*

Se trata de repositorios de información que son utilizados tanto para complementar la información de las unidades como para favorecer el aprendizaje colectivo.

■ *Blogs, wikis y google docs*

Los blogs, las wikis y la herramienta google docs se utilizan para que los estudiantes puedan participar activamente y trabajar cooperativamente en la construcción del aprendizaje, garantizando su uso la adquisición de competencias de carácter multidisciplinar.

■ *Aula taller de diseño y edición.*

Para alcanzar las competencias necesarias en algunas de las asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas que requieren la realización de actividades de carácter práctico se necesita el uso de software especializado. Las actividades consisten en ejercicios, actividades o pruebas que necesitan el uso de programas específicos para configurar o desarrollar ciertas salidas a partir de un enunciado, y que sirven para ayudar a la adquisición de una o varias competencias. En el apartado 7 de la Memoria del Plan de Estudios se detalla dicho software especializado.

Sistema de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones

El estudiante deberá realizar cinco casos prácticos de los seis propuestos (y antes descritos como “Práctica de Publicidad y Relaciones Públicas”) en el Aula Virtual de la asignatura.

La elaboración y estudio de cada uno de los supuestos se desarrollará dentro de los plazos establecidos en la Guía Docente. La evaluación de los casos prácticos se efectuará sobre diez. Cada uno de ellos contará con el mismo peso porcentual de cara a la calificación final de la asignatura (20%).

Para superar el **Taller de Publicidad y Relaciones Públicas** es necesario haber realizado cinco casos prácticos y haber aprobado, al menos, cuatro de ellos. Se considera que un caso está aprobado cuando se ha obtenido una calificación mínima de cinco puntos.

La ponderación de la nota final se distribuye entre las siguientes actividades evaluables:

- Caso práctico 1: 20%

Esta actividad contempla la realización y presentación de un supuesto práctico con carácter individual.

Es, en todo caso, un trabajo a entregar al profesor con carácter obligatorio a través de los «Buzones de entrega» del Aula Virtual.

Cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades didácticas basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual y/o colectiva de conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán, entre otras, desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación), Wiki, Lección, Google docs o Foro (foros de debate) de la Plataforma de Teleformación.

Caso práctico 2: 20%

Esta actividad contempla la realización y presentación de un supuesto práctico con carácter individual. Es, en todo caso, un trabajo a entregar al profesor con carácter obligatorio a través de los «Buzones de entrega» del Aula Virtual.

Cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades didácticas basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual y/o colectiva de conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán, entre otras, desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación), Wiki, Lección, Google docs o Foro (foros de debate) de la Plataforma de Teleformación.

Caso práctico 3: 20%

Esta actividad contempla la realización y presentación de un supuesto práctico con carácter individual. Es, en todo caso, un trabajo a entregar al profesor con carácter obligatorio a través de los «Buzones de entrega» del Aula Virtual.

Cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades didácticas basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual y/o colectiva de conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán, entre otras, desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación), Wiki, Lección, Google docs o Foro (foros de debate) de la Plataforma de Teleformación.

Caso práctico 4: 20%

Esta actividad contempla la realización y presentación de un supuesto práctico con carácter individual. Es, en todo caso, un trabajo a entregar al profesor con carácter obligatorio a través de los «Buzones de entrega» del Aula Virtual.

Cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades didácticas basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual y/o colectiva de conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán, entre otras, desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación), Wiki, Lección, Google docs o Foro (foros de debate) de la Plataforma de Teleformación.

Caso práctico 5: 20%

Esta actividad contempla la realización y presentación de un supuesto práctico con carácter individual. Es, en todo caso, un trabajo a entregar al profesor con carácter obligatorio a través de los «Buzones de entrega» del Aula Virtual.

Cada unidad didáctica o relación de unidades didácticas dispondrá de una serie de actividades didácticas basadas en el aprendizaje colaborativo y la construcción individual y/o colectiva de conocimiento. Dichas actividades se desarrollarán, entre otras, desde las herramientas telemáticas denominadas Glosario (creación colectiva de diccionarios, etc.), Cuestionario (test de autoevaluación), Wiki, Lección, Google docs o Foro (foros de debate) de la Plataforma de Teleformación.

En cada uno de los casos prácticos se evaluará:

- Corrección lingüística de la pieza: **40%**
- Ajuste a las características del género publicitario o de relaciones públicas elegido: **40%**
- Idoneidad y valor de las estrategias comunicativas persuasivas utilizadas: **20%**

Este módulo no incluirá Examen Final Presencial.

El **sistema de calificaciones** es numérico, de 0 a 10, con expresión de un decimal. Se añade, además, su correspondiente calificación cualitativa como sigue:

0 - 4,9: Suspenso (SS)
5,0 - 6,9: Aprobado (AP)
7,0 - 8,9: Notable (NT)
9,0 - 10: Sobresaliente (SB)

DENOMINACIÓN DEL MÓDULO	TRABAJO FIN DE GRADO
Créditos (ECTS)	6

Carácter	Obligatorio		
RELACIÓN DE COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE			
Competencias Generales			
<ul style="list-style-type: none"> CG1, CG2, CG4, CG6, CG7, CG10, CG11, CG14. 			
Competencias Transversales			
<ul style="list-style-type: none"> CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7. 			
Competencias Específicas			
<ul style="list-style-type: none"> CE44, CE45, CE46. 			
<u>RESULTADOS DEL APRENDIZAJE</u>			
<ul style="list-style-type: none"> Seleccionar, resumir y coordinar críticamente las fuentes bibliográficas. Aprender los métodos y técnicas básicas de la investigación científica. Sistematizar racionalmente el objeto de estudio. Redactar con precisión formal y rigor científico el desarrollo del tema elegido para el estudio, obteniendo conclusiones personales y originales. Evaluar críticamente el nivel de formación adquirido. 			
REQUISITOS PREVIOS/OBSERVACIONES			
- Para poder aprobar el "Trabajo Fin de Grado" será necesario haber superado los 60 créditos de las asignaturas de Formación Básica más 120 créditos del resto de la titulación.			
BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y DESGLOSE DE LAS ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO DE TRABAJO FIN DE GRADO			
ASIGNATURAS	CRÉDITOS (ECTS)	CARÁCTER	DESCRIPCIÓN DE CONTENIDO
Trabajo Fin de Grado	6	Obligatorio	El Trabajo de Fin de Grado (TFG) es un trabajo personal e individual que cada estudiante realizará bajo la orientación de un Director Académico, el cual actuará como dinamizador y facilitador del proceso de aprendizaje. Este trabajo permitirá al estudiante mostrar, de forma integrada, los contenidos formativos recibidos y las competencias adquiridas asociadas al título de Grado. Supone la realización por parte del estudiante de una memoria o trabajo original de profundización sobre un tema concreto relacionado con el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. El tema del TFG se concretará entre el Director Académico y el estudiante, de acuerdo con el área temática asignada.
Actividades formativas indicando su contenido en créditos (ECTS), la metodología de enseñanza y su relación con las competencias que debe de adquirir el estudiante			
El Trabajo de Fin de Grado estará relacionado con alguna de las materias del Plan de estudios del Grado.			
Este trabajo permitirá al estudiante mostrar, de forma integrada, los contenidos formativos recibidos y las competencias adquiridas asociadas al título de Grado.			
El TFG supone la realización por parte del estudiante de una memoria o trabajo original de profundización sobre un tema concreto relacionado con el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, bajo la supervisión de un Director Académico, que será un profesor del Grado.			
El contenido de cada TFG corresponderá a uno de los siguientes tipos:			
1) De investigación: trabajos empíricos relacionados con la titulación.			
2) De revisión: trabajos de revisión e investigación bibliográfica centrados en diferentes campos relacionados con la			

titulación.

3) De intervención: proyecto de mejora o solución a una problemática real.

El TFG culmina en la presentación de un informe/memoria del trabajo.

La acción formativa y su distribución en créditos ECTS (%) es la siguiente:

Distribución en créditos ECTS (%):

- Elección de un tema concreto a desarrollar: 5%
- Búsqueda de información: 20%
- Formulación de un plan metódico de trabajo y análisis de datos: 10%
- Obtención de resultados y formulación de los mismos en la Memoria final: 50%
- Preparación de la presentación oral del Trabajo: 5%
- Acción tutorial: 10%

Metodología y su relación con las competencias a adquirir

Para las actividades educativas de esta materia se utiliza la Plataforma Moodle de la UDIMA que habilita un entorno virtual de enseñanza-aprendizaje que permite el desarrollo de las actividades educativas, además de una comunicación fluida profesor-alumno, alumnos-alumnos y alumnos-equipo de apoyo técnico. Se proporciona más información al respecto en el apartado 7 sobre Recursos Materiales y Servicios.

Por ello, se valorará especialmente la habilidad para utilizar las herramientas que pone a disposición del alumno el Aula Virtual.

Las **metodologías** de aprendizaje aplicables a esta Materia (Módulo) son las siguientes:

■ *Tutorías telefónicas.*

A través de las tutorías telefónicas (entre tres y cuatro días a la semana, durante dos horas) los alumnos pueden consultar con los profesores las dudas acerca de materia estudiada, así como recibir recomendaciones sobre cómo abordar la titulación de un modo más eficaz, siendo asesorados en función de la disponibilidad para estudiar que disponga cada alumno.

■ *Clases Blackboard Collaborate*

Blackboard Collaborate es una aplicación que permite a varias personas comunicarse a distancia y en tiempo real compartiendo información de forma oral, a través de una pizarra virtual y de otras utilidades como la compartición de escritorio. La pizarra virtual permite al profesor escribir en ella o mostrar presentaciones de diapositivas. Además, cuenta con la posibilidad de grabar las sesiones, que posteriormente serán publicadas en el aula virtual para que los alumnos tengan acceso a ellas cuando deseen. Esta opción posibilita que todos los alumnos puedan acceder a la clase impartida en un horario distinto a aquel en que tuvo lugar la sesión.

Las salas de Blackboard Collaborate tienen una capacidad superior a cien estudiantes conectados simultáneamente.

■ *Comunicación en el Aula Virtual*

A lo largo de los estudios los alumnos y el profesor mantienen una comunicación constante en tiempo real o de forma diferida. Por medio del aula el estudiante se puede comunicar a cualquier hora con su profesor y con su compañeros.

Las dudas conceptuales o procedimentales que surjan tras el estudio razonado de las unidades del manual y del material complementario, deben plantearse en el foro de tutorías correspondiente activado en el Aula Virtual, sin perjuicio de que puedan ser, asimismo, formuladas por vía telefónica, de acuerdo con el horario de tutorías establecido.

■ *Comunicación Síncrona*

Para la comunicación síncrona (en tiempo real) en el Aula se utiliza el Chat de Moodle y la Sala de Blackboard Collaborate, lo que permite la adquisición de conocimientos en línea.

■ *Comunicación Asíncrona*

La comunicación asíncrona (diferida en el tiempo) se realiza mediante el uso de los Foros. Estos son de varios tipos:

- Tablón de Anuncios: aquel en el cual el profesor envía todos los comunicados importantes relativos a la materia.
- Foro Entre Estudiantes: destinado exclusivamente a que los alumnos puedan comunicarse entre ellos sin intervención por parte del profesor.
- Foros de Tutorías: donde los alumnos plantean todas las dudas referidas a la materia.
- Otros Foros que el profesor estime oportuno crear para el mejor desarrollo de los estudios.

■ *Buzones de entrega*

Es la herramienta que permite al alumno enviar al profesor sus informes, siendo posteriormente devueltos al estudiante a través del buzón corregidos y calificados.

■ *Guía Docente.*

Se trata de la planificación detallada de una asignatura o un módulo basada en los principios que guían el proceso de creación de un Espacio Europeo de Educación Superior. Es una herramienta básica del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS) para alcanzar el objetivo de promover la cooperación europea en garantía de calidad mediante el desarrollo de metodologías y criterios comparables, según lo dispuesto en la Declaración de Bolonia.

La Guía Docente siempre es revisada por el director del departamento correspondiente.

■ *Aula taller de diseño y edición.*

Para alcanzar las competencias necesarias en algunas de las asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas que requieren la realización de actividades de carácter práctico se necesita el uso de software especializado. Las actividades consisten en ejercicios, actividades o pruebas que necesitan el uso de programas específicos para configurar o desarrollar ciertas salidas a partir de un enunciado, y que sirven para ayudar a la adquisición de una o varias competencias. En el apartado 7 de la Memoria del Plan de Estudios se detalla dicho software especializado.

Sistema de evaluación de la adquisición de competencias y sistema de calificaciones

La nota final del TFG consta de la actividad del estudiante durante el semestre, 4 puntos sobre diez, y la presentación final del trabajo realizado, 6 puntos.

El TFG se presentará con previa autorización del tutor, quien además evaluará el trabajo realizado por el estudiante en las diferentes actividades.

La calificación de la defensa TFG se llevará a cabo por un Tribunal nombrado al efecto por la Comisión del TFG del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. El Director Académico del trabajo será uno de los miembros del Tribunal, mientras que los otros miembros serán designados por dicha Comisión. El Tribunal evaluará el informe presentado y la defensa del trabajo desarrollado (siendo esta evaluación sobre 6 puntos). La ponderación en la calificación será:

- Calidad científica, extensión y originalidad del Trabajo Fin de Grado, acordes con el nivel conceptual exigido, con la sistematización requerida y con la coherencia con el informe realizado y entregado: **60%**.
- Defensa del Trabajo Fin de Grado, respondiendo, argumentando y contra argumentando las preguntas y cuestiones que los miembros del Tribunal formulen al alumno: **40%**.

El **sistema de calificaciones** es numérico, de 0 a 10, con expresión de un decimal. Se añade, además, su correspondiente calificación cualitativa como sigue:

- 0 - 4,9: Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9: Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9: Notable (NT)
- 9,0 - 10: Sobresaliente (SB)