

Guía Académica
2011/12



Facultad de **COMUNICACIÓN**



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

Universidad de la Conferencia Episcopal Española

Universidad Pontificia de Salamanca

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

c/ Henry Collet, 90-98. 37007 Salamanca

Tfno. 923 282 750

www.comunicacion.upsa.es • fcomunicacion@upsa.es

SERVICIO DE ATENCIÓN AL ALUMNO

c/ Compañía, 5. 37002 Salamanca

Tfno. 923 277 111

info.alumno@upsa.es

www.upsa.es

EDICIÓN > Vicerrectorado de Ordenación Académica
Decanato Facultad de Comunicación

DISEÑO Y MAQUETACIÓN > Gabinete de Comunicación

Depósito legal > S. XXXXX

Impresión > Kadmos

Salamanca, 2011

S u m a r i o

1.	PRESENTACIÓN	07
2.	OFERTA ACADÉMICA	
2.1.	Identidad y objetivos	09
2.2.	Titulaciones	09
2.3.	Grado en Comunicación Audiovisual	10
2.4.	Grado en Periodismo	12
2.5.	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	15
2.6.	Títulos propios de Posgrado	18
2.7.	Ventajas educativas y profesionales	
	2.7.1. Instalaciones	21
	2.7.2. Becas y formación complementaria	22
	2.7.3. Acceso a estudios posteriores en la UPSA	27
	2.7.4. Reconocimiento de estudios de Formación Profesional	31
2.8.	Guía sobre la bolsa de prácticas de formación 2012	33
2.9.	Estatuto del alumnado de la UPSA	
	2.6.1. Derechos del alumno	40
	2.6.2. Deberes del alumno	40
	2.6.3. Pérdida de la condición de alumno	41
2.10.	Régimen de evaluación en la UPSA	42
3.	ESTRUCTURA DE LA FACULTAD	
3.1.	Autoridades	47
3.2.	Coordinadores Académicos	47
3.3.	Profesorado	47
3.5.	Personal de Administración y Servicios	48
4.	PROGRAMAS DE ASIGNATURAS	
4.1.	Grado en Comunicación Audiovisual	51
4.2.	Grado en Periodismo	70
4.3.	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	89
5.	NORMATIVAS	
5.1.	Reglamento genérico del Trabajo de Fin de Grado (TFG) en la UPSA	111
5.2.	Reglamento específico del TFG en Comunicación	112

1 . P r e s e n t a c i ó n

Bienvenido. Tanto si accedes por primera vez como si formas parte de nuestra comunidad, todos los que participamos en ella queremos ofrecer la mejor acogida y el mejor servicio: conserjes, personal de mantenimiento, profesores, alumnos, vicedecanos y decano, estamos trabajando para formar una verdadera comunidad educativa. En la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca nos esforzamos para ofrecer las oportunidades de aprendizaje y desarrollo personal que permitan a sus graduados afrontar los retos que depara el futuro profesional.

Pertenece a un centro con historia y tradición, pero que, al mismo tiempo, pretende estar a la vanguardia de recursos, métodos y estrategias formativas. Deseamos que todos los que se acerquen a nuestro centro puedan implicarse en las posibilidades educativas, culturales y sociales que surgen de las diferentes iniciativas. Pretendemos ofrecer una formación de excelencia a nuestros estudiantes desde el firme compromiso con la ética, la mejora continua de la calidad, el esfuerzo por el servicio y la cercanía a nuestros alumnos.

Desde el equipo decanal se afronta con ilusión, entusiasmo y compromiso personal la dirección de la Facultad para tratar de garantizar en todo momento la defensa de la misión, objetivos, valores y fines propios de esta Universidad, generando una identidad propia y definida tanto en el panorama nacional como internacional.

Confiamos en que, tanto si decides formar parte de este reto como si ya estás con nosotros, te sientas a gusto y te impliqués con una participación activa y gratificante.

Recibe un cordial saludo.

Javier Nó

Decano Facultad de Comunicación

2 . O f e r t a a c a d é m i c a

2.1. Identidad y objetivos

La personalidad específica de la Facultad de Comunicación de la UPSA deriva en una formación de base humanística combinada con una rigurosa preparación científico-técnica que se sustenta en la asistencia regular a las clases; la proximidad de los profesores, que permite una consideración individual del estudiante; la aplicación de un plan de estudios que integra clases teóricas y formación práctica; un adiestramiento técnico en los procesos comunicativos —basado en los recursos tecnológicos más avanzados— que incrementa las posibilidades de inserción laboral y facilita una permanente actualización profesional; una oferta continua de complementos de formación que pone en contacto a los estudiantes con las empresas y los profesionales de la comunicación; y más de 500 convenios firmados con las empresas e instituciones más activas en el mundo de la comunicación que permiten el desarrollo de un programa de prácticas en medios, agencias y departamentos de comunicación.

2.2. Titulaciones

OFICIALES

Grado en Comunicación Audiovisual

Grado en Periodismo

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Máster Universitario en CC. Humanas y Sociales

(línea de investigación en Comunicación)

Doctor en CC. Humanas y Sociales

(línea de investigación en Comunicación)

PROPIAS

Máster en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política

Máster en Comunicación Corporativa y Planificación Estratégica

Máster en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

Máster en Guión de Ficción para Televisión y Cine

Experto en Comunicación Social

Experto en Locución Audiovisual

2.3. Grado en Comunicación Audiovisual

La Facultad de Comunicación oferta el Grado en Comunicación Audiovisual con un plan de estudios adaptado al nuevo modelo educativo, con un enfoque teórico-práctico vinculado de modo directo al ámbito profesional. Estudiar el Grado en Comunicación Audiovisual capacita al estudiante en habilidades, destrezas y conocimientos para ejercer con profesionalidad los perfiles más demandados: creación de contenidos de ficción y entretenimiento para su difusión en el cine, la televisión, la radio y los entornos multimedia; es decir, realizador, productor, editor, cámara, guionista, redactor y presentador de entretenimiento o técnico en imagen y sonido.

- Su objetivo básico y diferencial es la formación integral de profesionales dedicados a la creación de contenidos de ficción y entretenimiento para el cine, televisión, radio y entornos multimedia.
- Pone énfasis en la adquisición de una sólida cultura audiovisual, atendiendo a la dimensión estética, narrativa e industrial característica de las obras audiovisuales de ficción y entretenimiento.
- Combina equilibradamente la perspectiva teórica (estudio y conocimiento) con la práctica (aplicaciones y creación), lo que le permite trabajar en grupos reducidos con distintas metodologías docentes (clases magistrales, prácticas, talleres y seminarios).
- Cuenta con la tecnología adecuada para trabajar con estándares de calidad profesional, así como con un profesorado con experiencia y preparación comprometido con los objetivos propuestos.
- Desarrolla de forma específica y simultánea cuatro recorridos que se corresponden con los perfiles profesionales más demandados en el mercado: realizadores, productores, guionistas y creadores audiovisuales y multimedia.
 - a) *Director / Realizador audiovisual*: profesional especializado en la dirección cinematográfica y en la realización de contenidos de ficción y programas televisivos y para soportes tecnológicos de convergencia y movilidad.

- b) *Productor audiovisual*: profesional especializado en la producción (gestión e impulso de la creatividad) de contenidos audiovisuales televisivos, cinematográficos, radiofónicos y para soportes tecnológicos de convergencia y movilidad.
- c) *Guionista audiovisual*: profesional especializado en la escritura de guiones cinematográficos y en la creación de formatos audiovisuales de ficción y programas televisivos y radiofónicos.
- d) *Creador multimedia*: profesional especializado en la creación y desarrollo (guión, edición y postproducción) de contenidos digitales: Internet y otros soportes tecnológicos de convergencia.

Resumen de materias y créditos

Créditos de Formación Básica:	60,0 ECTS
Créditos de Asignaturas Obligatorias:	168,0 ECTS
Créditos de Asignaturas Optativas:	6,0 ECTS
Créditos de Trabajo de Fin de Grado:	6,0 ECTS

Pan de estudios (BOE 15/02/2010)

Curso 1º				
Código	Materia	Carácter	Créd.	Sem.
100220001	ESTRUCTURA DEL SISTEMA AUDIOVISUAL	Obligatoria	6	1º
100220002	LENGUAJE CINEMATográfico Y TELEVISIVO	Obligatoria	6	1º
100220003	TECNOLOGÍA AUDIOVISUAL	Obligatoria	6	1º
100212001	HECHO RELIGIOSO Y FE CRISTIANA	Identitaria	6	1º
100213002	INGLÉS	Instrumental	6	1º
100213003	INVESTIGACIÓN DE FUENTES DOCUMENTALES	Instrumental	6	1º
100213001	EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA	Instrumental	6	2º
100211001	DERECHO	Básica	6	2º
100211002	HISTORIA	Básica	6	2º
100211003	PSICOLOGÍA	Básica	6	2º
100220004	BASES DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	Obligatoria	6	2º
100220005	NARRATIVA CINEMATográfica Y TELEVISIVA	Obligatoria	6	2º
Curso 2º				
Código	Materia	Carácter	Créd.	Sem.
100220006	LENGUAJE RADIOFÓNICO	Obligatoria	6	1º
100220007	REALIZACIÓN Y ESTÉTICA CINEMATográfica	Obligatoria	6	1º
100220008	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	Obligatoria	6	1º
100212002	VISIÓN CRISTIANA DEL HOMBRE Y LA SOCIEDAD	Identitaria	6	1º
100213004	ELABORACIÓN DE TRABAJOS ACADÉMICOS	Instrumental	6	1º
100213005	HISTORIA CONTEMPORÁNEA DE LAS IDEAS	Instrumental	6	2º
100213006	INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA	Instrumental	6	2º
100220009	GÉNEROS AUDIOVISUALES DE FICCIÓN	Obligatoria	6	2º
100211005	ECONOMÍA	Básica	6	2º
100211006	SOCIOLOGÍA	Básica	6	2º

100220010	TEORÍA Y ESCRITURA LITERARIA	Obligatoria	6	2°
100211004	CIENCIA POLÍTICA	Básica	6	2°

Curso 3°

Código	Materia	Carácter	Créd.	Sem.
100220011	DERECHO AUDIOVISUAL	Obligatoria	6	1°
100220012	GUIÓN CINEMATOGRAFICO	Obligatoria	6	1°
100220013	PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA	Obligatoria	6	1°
100220014	PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA	Obligatoria	6	1°
100220015	REALIZACIÓN DE PROGRAMAS TELEVISIVOS	Obligatoria	6	1°
100220016	DEONTOLOGÍA AUDIOVISUAL	Obligatoria	6	2°
100220017	GUIÓN RADIOFÓNICO	Obligatoria	6	2°
100220018	PROGRAMACIÓN TELEVISIVA	Obligatoria	6	2°
100220019	REALIZACIÓN DE CORTOMETRAJES	Obligatoria	6	2°
100220020	TECNOLOGÍA MULTIMEDIA	Obligatoria	6	2°

Curso 4°

Código	Materia	Carácter	Créd.	Sem.
100220021	EXPRESIVIDAD AUDIOVISUAL	Obligatoria	6	1°
100220022	GUIÓN TELEVISIVO	Obligatoria	6	1°
100220023	PRODUCCIÓN MULTIMEDIA	Obligatoria	6	1°
100220024	PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA	Obligatoria	6	1°
100220025	COMPOSICIÓN Y POSPRODUCCIÓN DIGITAL	Obligatoria	6	2°
100220026	CREACIÓN DE FORMATOS TELEVISIVOS	Obligatoria	6	2°
100220027	MONTAJE AUDIOVISUAL	Obligatoria	6	2°
100220028	PRODUCCIÓN DE DOCUMENTALES	Obligatoria	6	2°
100230001	ARTE E IMAGEN	Optativa	3	1°
100230002	COMUNICACIÓN MUSICAL	Optativa	3	1°
100230003	DISEÑO GRÁFICO Y CULTURA VISUAL	Optativa	3	1°
100230004	FOTOGRAFÍA ARTÍSTICA	Optativa	3	1°
100230005	OCIO Y ENTRETENIMIENTO AUDIOVISUAL	Optativa	3	1°
100230006	VIDEOJUEGOS Y ESPACIOS INTERACTIVOS	Optativa	3	1°
100250001	TRABAJO FIN DE GRADO	Obligatoria	6	2°

2.4. Grado en Periodismo

La Facultad de Comunicación oferta el Grado en Periodismo, con un plan de estudios adaptado al nuevo modelo educativo, con un enfoque teórico-práctico vinculado de modo directo al ámbito profesional.

Estudiar el Grado en Periodismo capacita al alumno en habilidades, destrezas y conocimientos para ejercer con profesionalidad el periodismo de Información (periodista, redactor en prensa, radio o televisión), Comunicación Institucional (director y redactor en gabinetes de comunicación corporativa e institucional) y nuevos medios (gestor de contenidos en medios *on-line*) o asesor en Comunicación.

- Los estudiantes de Periodismo reciben una capacitación profesional de primer orden, reconocida por muchos medios de comunicación en los que han trabajado al terminar sus estudios.
- La formación académica se centra tanto en los aspectos teóricos como prácticos del Periodismo en cualquiera de los medios de comunicación.
- La Facultad organiza numerosas actividades de extensión académica con profesionales de reconocido prestigio que aportan otras perspectivas formativas a los estudiantes.
- La dotación tecnológica en todos los ámbitos periodísticos permite al alumno conocer desde los primeros cursos las herramientas profesionales. Además, la Facultad cuenta con una biblioteca con más de 25.000 volúmenes específicos.
- La relación humana entre todas las personas que componen esta comunidad académica genera un clima de trabajo con una comunicación fluida y una preocupación integral por la persona.
- Los perfiles profesionales expresamente definidos en la orientación académica del plan de estudios y para los que capacita la formación en este Grado son:
 - a) *Profesional del Periodismo*: periodista que en cualquier soporte mediático, tradicional o electrónico, desarrolla su actividad elaborando contenidos periodísticos o informativos. Comprende las tareas de redactor, reportero –en sus diferentes variantes–, presentador, locutor, diseñador y director.
 - b) *Profesional de la Información*: periodista que desarrolla su actividad en un gabinete de comunicación de una institución pública o privada, que coordina y ejecuta cuantos trabajos de carácter informativo o comunicativo necesite la entidad.
 - c) *Profesional de la comunicación on-line*: periodista que se dedica al tratamiento, edición y gestión de la información multimedia mediante sistemas digitales.

Resumen de materias y créditos

Créditos de Formación Básica:	60,0 ECTS
Créditos de Asignaturas Obligatorias:	168,0 ECTS
Créditos de Asignaturas Optativas:	6,0 ECTS
Créditos de Trabajo de Fin de Grado:	6,0 ECTS

Pan de estudios (BOE 15/02/2010)

Curso 1º				
Código	Materia	Carácter	Créd.	Sem.
100411001	DERECHO	Básica	6	2º
100411002	HISTORIA	Básica	6	2º
100411003	PSICOLOGÍA	Básica	6	2º
100412001	HECHO RELIGIOSO Y FE CRISTIANA	Identitaria	6	1º
100413001	EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA	Instrumental	6	2º
100413002	INGLÉS	Instrumental	6	1º
100413003	INVESTIGACIÓN DE FUENTES DOCUMENTALES	Instrumental	6	1º
100420001	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN ESCRITA	Obligatoria	6	1º
100420002	COMUNICACIÓN VISUAL	Obligatoria	6	1º
100420003	LENGUA Y ESCRITURA LITERARIA	Obligatoria	6	1º
100420004	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	Obligatoria	6	2º
100420005	TIC I	Obligatoria	6	2º
Curso 2º				
Código	Materia	Carácter	Créd.	Sem.
100411004	SOCIOLOGÍA	Básica	6	1º
100411005	CIENCIA POLÍTICA	Básica	6	2º
100411006	ECONOMÍA	Básica	6	2º
100412002	VISIÓN CRISTIANA DEL HOMBRE Y LA SOCIEDAD	Identitaria	6	1º
100413004	ELABORACIÓN DE TRABAJOS ACADÉMICOS	Instrumental	6	1º
100413005	HISTORIA CONTEMPORÁNEA DE LAS IDEAS	Instrumental	6	2º
100413006	INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA	Instrumental	6	2º
100420006	COMUNICACIÓN EN RADIO	Obligatoria	6	1º
100420007	PERIODISMO IMPRESO I	Obligatoria	6	1º
100420008	COMUNICACIÓN EN TELEVISIÓN	Obligatoria	6	1º
100420009	DOCUMENTACIÓN INFORMATIVA	Obligatoria	6	2º
100420010	PERIODISMO GRÁFICO	Obligatoria	6	2º
Curso 3º				
Código	Materia	Carácter	Créd.	Sem.
100420011	HISTORIA DEL PERIODISMO	Obligatoria	8	1º
100420012	METODOLOGÍA Y ESTADÍSTICA	Obligatoria	6	1º
100420013	PERIODISMO RADIOFÓNICO	Obligatoria	8	1º
100420014	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL	Obligatoria	9	1º
100420015	DISEÑO PERIODÍSTICO	Obligatoria	6	2º
100420016	EMPRESA INFORMATIVA I	Obligatoria	6	2º
100420017	PERIODISMO TELEVISIVO	Obligatoria	8	2º
100420018	TIC II	Obligatoria	6	1º
100430001	PERIODISMO CULTURAL Y ARTÍSTICO	Optativa	3	2º
100430004	COMUNICACIÓN POLÍTICA	Optativa	3	2º
100430003	PERIODISMO SOCIORRELIGIOSO	Optativa	3	2º

Curso 4º				
Código	Materia	Carácter	Créd.	Sem.
100420019	COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Obligatoria	6	1º
100420020	DERECHO DE LA INFORMACIÓN	Obligatoria	6	1º
100420021	EMPRESA INFORMATIVA II	Obligatoria	3	1º
100420022	OPINIÓN PÚBLICA	Obligatoria	9	1º
100420023	PERIODISMO DIGITAL	Obligatoria	6	1º
100420024	DEONTOLOGÍA PERIODÍSTICA	Obligatoria	6	2º
100420025	ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN	Obligatoria	6	2º
100420026	PERIODISMO ARGUMENTATIVO	Obligatoria	3	2º
100420027	RELACIONES INTERNACIONALES	Obligatoria	6	2º
100430002	PERIODISMO DEPORTIVO	Optativa	3	2º
100430005	LOCUCIÓN Y PRESENTACIÓN AUDIOVISUAL	Optativa	3	2º
100430006	PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN	Optativa	3	2º
100450001	PROYECTO FIN DE GRADO	Obligatoria	6	2º

2.5. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

La Facultad de Comunicación oferta el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas con un plan de estudios adaptado al nuevo modelo educativo, con un enfoque teórico-práctico vinculado de modo directo al ámbito profesional. Estudiar el Grado en Publicidad y RRPP capacita al alumno en habilidades, destrezas y conocimientos para ejercer con profesionalidad los principales perfiles: Investigador y planificador estratégico de la publicidad y las relaciones públicas; investigadores, planificadores y compradores de medios; creativo y diseñador publicitario; así como la gestión de otras tareas profesionales en agencias, empresas y consultoras de comunicación, marketing directo, promocional, relacional, gabinetes de comunicación o estudios de diseño.

- Preparamos a nuestros alumnos para que puedan asumir con eficacia y pasión las múltiples y crecientes opciones profesionales que abarcan la Publicidad y las Relaciones Públicas.
- La práctica profesional adquiere tanto peso como la formación académica y el humanismo. Nuestros alumnos saben desenvolverse en su profesión con conocimiento, responsabilidad y trascendencia.
- El afán por mantenerse a la vanguardia de la profesión y del conocimiento se manifiesta en la abundancia de actividades extraacadémicas: encuentros con anunciantes, profesionales y expertos, exposiciones, concursos, seminarios...

- Las instalaciones y el equipamiento tecnológico permiten que cada alumno disponga de los recursos adecuados para su capacitación profesional en un ambiente que inspira calidad, modernidad y abundancia de recursos.
- Los profesores se muestran accesibles a los alumnos, lo cual favorece un clima de confianza que facilita una comunicación fluida y una relación más cercana.
- Los perfiles profesionales expresamente definidos en la orientación académica del plan de estudios son:
 - a) *Investigador y planificador estratégico de la Publicidad y las Relaciones Públicas*: profesionales que se encargan de la investigación y la planificación estratégica de la Publicidad y RR.PP.
 - b) *Investigadores, planificadores y compradores de medios*: profesionales que se encargan de desarrollar los procesos de investigación, planificación y compra de medios publicitarios.
 - c) *Creativos y diseñadores publicitarios*: profesionales especializados en creatividad publicitaria y diseño en todo tipo de soportes. Este perfil se subdivide en las siguientes especialidades: director creativo y redactor publicitario.

Resumen de materias y créditos

Créditos de Formación Básica:	60,0 ECTS
Créditos de Asignaturas Obligatorias:	168,0 ECTS
Créditos de Asignaturas Optativas:	6,0 ECTS
Créditos de Trabajo de Fin de Grado:	6,0 ECTS

Plan de estudios (BOE 15/02/2010)

Curso 1º				
Código	Materia	Carácter	Créd.	Sem.
100311001	DERECHO	Básica	6	2º
100311002	HISTORIA	Básica	6	2º
100311003	PSICOLOGÍA	Básica	6	2º
100312001	HECHO RELIGIOSO Y FE CRISTIANA	Identitaria	6	1º
100313001	EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA	Instrumental	6	2º
100313002	INGLÉS	Instrumental	6	1º
100313003	INVESTIGACIÓN DE FUENTES DOCUMENTALES	Instrumental	6	1º
100320001	ARTE Y ESTÉTICA	Obligatoria	6	1º
100320002	HISTORIA DE LA PUBLICIDAD Y DE LAS RR.PP.	Obligatoria	4	1º

100320003	TEORÍA DE LA PUBLICIDAD	Obligatoria	4	1º
100320004	TEORÍA DE LAS RR.PP.	Obligatoria	4	1º
100320005	DIBUJO TÉCNICO Y ARTÍSTICO	Obligatoria	6	2º
100320006	SISTEMAS Y PROCESOS DE PUBLICIDAD Y RR.PP.	Obligatoria	6	2º

Curso 2º

Código	Materia	Carácter	Créd.	Sem.
100311004	CIENCIA POLÍTICA	Básica	6	2º
100311005	ECONOMÍA	Básica	6	2º
100311006	SOCIOLOGÍA	Básica	6	2º
100312002	VISIÓN CRISTIANA DEL HOMBRE Y LA SOCIEDAD	Identitaria	6	1º
100313004	ELABORACIÓN DE TRABAJOS ACADÉMICOS	Instrumental	6	1º
100313005	HISTORIA CONTEMPORÁNEA DE LAS IDEAS	Instrumental	6	2º
100313006	INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA	Instrumental	6	2º
100320007	GESTIÓN DE LA EMPRESA PUBLICITARIA	Obligatoria	4	1º
100320008	LENGUA Y ESCRITURA CREATIVA	Obligatoria	6	1º
100320009	MARKETING	Obligatoria	6	1º
100320010	METODOLOGÍA Y ESTADÍSTICA	Obligatoria	4	1º
100320011	ESTRATEGIAS DE LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP.	Obligatoria	4	2º
100320012	FUNDAMENTOS VISUALES Y TECNOLÓGICOS	Obligatoria	6	2º

Curso 3º

Código	Materia	Carácter	Créd.	Sem.
100320014	GESTIÓN DE CUENTAS PUBLICITARIAS	Obligatoria	4	1º
100320015	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA	Obligatoria	6	1º
100320016	INVESTIGACIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS	Obligatoria	4	1º
100320017	INVESTIGACIÓN EN PUBLICIDAD Y RR.PP.	Obligatoria	4	1º
100320018	TEORÍA DE LA CREATIVIDAD PUBLICITARIA	Obligatoria	6	1º
100320013	DIRECCIÓN DE ARTE	Obligatoria	6	2º
100320019	ESTRATEGIA CREATIVA PUBLICITARIA	Obligatoria	6	2º
100320020	PLANIFICACIÓN EN MEDIOS PUBLICITARIOS	Obligatoria	6	2º
100320021	PROGRAMACIÓN Y TÉCNICAS DE LAS RR.PP.	Obligatoria	6	2º
100320022	PUBLICIDAD INTERACTIVA	Obligatoria	6	2º
100320023	REDACCIÓN PUBLICITARIA	Obligatoria	6	2º

Curso 4º

Código	Materia	Carácter	Créd.	Sem.
100320024	DERECHO PUBLICITARIO	Obligatoria	6	1º
100320025	FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	Obligatoria	6	1º
100320026	LENGUAJE AUDIOVISUAL PUBLICITARIO	Obligatoria	6	1º
100320027	PROPAGANDA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA	Obligatoria	6	1º
100320028	PUBLICIDAD GRÁFICA	Obligatoria	6	1º
100320029	DEONTOLOGÍA PUBLICITARIA Y DE LAS RR.PP.	Obligatoria	6	2º
100320030	IDENTIDAD VISUAL	Obligatoria	6	2º
100320031	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PUBLICITARIA	Obligatoria	6	2º
100330001	COM. ESTRATÉGICA CON GRUPOS DE INTERÉS	Optativa	3	2º
100330002	GESTIÓN DE MARCAS	Optativa	3	2º
100330003	GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL CONOC. E INTANGIBLES	Optativa	3	2º
100330004	MARKETING ON LINE	Optativa	3	2º
100330005	MARKETING SECTORIAL	Optativa	3	2º
100330006	PROTOCOLO Y GESTIÓN DE EVENTOS	Optativa	3	2º
100350001	PROYECTO FIN DE GRADO	Obligatoria	6	2º

2.6. Títulos propios de Posgrado [+ info en www.comunicacion.upsa.es]

Máster en Asesoramiento y Consultoría Política

En sus dos modalidades (presencial y *Blended Learning*), este Máster tiene como objetivos formar a consultores y asesores especialistas en la comunicación de mensajes políticos en los medios; preparar a expertos en técnicas específicas de imagen política en distintos escenarios; dotar al alumno de las habilidades prácticas necesarias para el trabajo estratégico y diario con líderes políticos; ofrecer una visión integral de la política en el contexto social actual; y adiestrar en las técnicas de investigación y análisis de la realidad social y política

CONTENIDOS

<i>Política y Consultoría</i>	20,0 ECTS
<i>Asesoramiento de imagen para el político</i>	20,0 ECTS
<i>Técnicas de comunicación política en los medios</i>	20,0 ECTS

Máster en Comunicación Corporativa y Planificación Estratégica

Este Máster tiene como objetivo básico que el alumno domine las destrezas técnicas y las habilidades sociales necesarias para hacer de la comunicación social una herramienta útil en la planificación y la gestión estratégica. Se puede cursar en un único curso o también a partir de los dos títulos de Experto en que se subdivide:

CONTENIDOS

<i>C. Corporativa y Gestión Estratégica del Conocimiento</i>	25,0 ECTS
<i>Comunicación y Planificación Estratégica</i>	30,0 ECTS

Máster en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

El objetivo de este Máster es formar en comunicación a quienes acudan a trabajar como cooperantes en proyectos de desarrollo. Se pretende proporcionar al alumno los principios y destrezas de la comunicación para el cambio social, aprender a concebir la comunicación como elemento clave para que los proyectos de desarrollo y cambio social consigan implementarse. Se oferta en modalidad presencial y a distancia.

CONTENIDOS

<i>Principios de la comunicación para el cambio social</i>	16,8 créditos
<i>Política, economía y desarrollo</i>	13,2 créditos
<i>Medios de comunicación alternativos I</i>	8,4 créditos
<i>Medios de comunicación alternativos II</i>	3,6 créditos
<i>Practicum (alumnos de modalidad presencial)</i>	7,0 créditos
<i>Trabajos prácticos (alumnos Blended Learning)</i>	7,0 créditos

Máster en Guión de Ficción para Cine y Televisión

Sin perder la perspectiva académica, este Máster se presenta como un curso de orientación profesional destinado a formar guionistas audiovisuales para trabajar en series de ficción televisivas, programas de entretenimiento en televisión, largometrajes cinematográficos y departamentos de desarrollo de proyectos de cine.

CONTENIDOS

<i>Guión de Cine</i>	12,0 ECTS
<i>Guión de Televisión</i>	10,0 ECTS

Experto en Comunicación Social

Este curso de Posgrado está dirigido a Seminaristas de los últimos cursos de estudios eclesiásticos y sacerdotes jóvenes, y tiene como objetivos completar la formación que en el campo de las Comunicaciones Sociales pide el Concilio Vaticano II para seminaristas y sacerdotes, así como ayudar a las Diócesis en la formación de posibles responsables y colaboradores en Delegaciones de medios de comunicación, oficinas de prensa, gabinetes de comunicación...

El curso se organiza en dos ciclos presenciales, cada uno de dos semanas intensivas, durante el mes de julio, equivalentes, cada año, a 7 créditos, y otros 6 créditos de trabajo personal y seguimiento *on line*. Entre los contenidos abordados cabe señalar el magisterio de la Iglesia en la comunicación, la dimensión ética y religiosa del lenguaje, la información religiosa, las agencias de comunicación religiosa, la programación religiosa en radio y televisión, la comunicación institucional religiosa, el diseño de publicaciones religiosas, las retransmisiones del hecho religioso o la estructura informativa de la Iglesia.

Experto en Locución Audiovisual

El objetivo de este Posgrado es capacitar a los alumnos en el dominio de sus instrumentos expresivos para desarrollar las habilidades comunicativas necesarias que les permitan ser capaces de comunicar con la mayor eficacia todo tipo de mensajes. La formación teórico-práctica a cargo de académicos y expertos profesionales garantiza la comprensión de las materias y el adiestramiento en las diferentes destrezas comunicativas.

CONTENIDOS

Formación en habilidades comunicativas

Formación en especialidades comunicativas

2.7. Ventajas educativas y profesionales

Más de dos décadas después de su nacimiento, la Facultad de Comunicación de la UPSA cuenta con una acreditada experiencia y reconocimiento en el sector de la comunicación: tres títulos de Grados, seis de Posgrado, más de 1.000 estudiantes y casi 4.000 antiguos alumnos en empresas de comunicación... En esta Facultad se concentra el mayor número de doctores en comunicación de Castilla y León, y la mayor biblioteca especializada de la región; en ella se gestan la mayor parte de los proyectos de investigación sobre comunicación que se desarrollan en la Comunidad Autónoma y desde ella han surgido más de 300 obras, artículos y estudios especializados sobre comunicación.

El sistema de enseñanza en la Facultad se basa en la combinación de teoría y práctica. Las clases prácticas o seminarios se desarrollan en grupos pequeños, lo cual permite una relación más directa con el profesor, una enseñanza personalizada y un mejor resultado académico del alumno. Además, la Facultad cuenta con una infraestructura tecnológica muy desarrollada para que el alumno conozca de primera mano los procesos y técnicas aplicados a la comunicación (cinco estudios de radio; dos platós de televisión; seis salas de postproducción; laboratorios de diseño gráfico, creatividad, planificación de medios, comunicación multimedia y fotografía; aulas de tecnología audiovisual, redacción, documentación; sistema integrado de noticias...).

2.7.1. Instalaciones

Una de las principales ventajas de la Facultad es la dotación de infraestructuras y recursos tecnológicos de los que dispone el edificio construido para impartir los grados de comunicación. El edificio está estructurado en módulos que atienden a las necesidades técnicas de cada asignatura. Así, podemos encontrar los siguientes espacios:

- *Auditorio M^a Teresa Aubach*: en honor a la primera decana de esta Facultad, el auditorio ha sido testigo de numerosas ponencias, jornadas, congresos y visitas memorables. Este espacio, con capacidad para más de trescientas cincuenta personas es el emplazamiento idóneo para el desarrollo de la extensión académica.
- *Aulario principal*: en él que se desarrollan las sesiones plenarios o de conjunto de las tres titulaciones. Todos ellos tienen equipos de reproducción y proyección de contenidos audiovisuales, así como conexión a Internet.
- *Aulas prácticas*: un conjunto de aulas de ordenadores en las que se han de impartir todas aquellas asignaturas relacionadas con la creación de contenidos. Desde la redacción de contenidos digitales en la titulación de Periodismo, el retoque fotográfico o la dirección de arte en Publicidad, la gestión de las redes sociales en Relaciones Públicas o la creación de podcasts en Comunicación Audiovisual.
- *Módulo de Televisión*: cuenta con dos platós de televisión habilitados para realización en directo. Así mismo, en dicho módulo se pueden encontrar las salas de edición y postproducción de vídeo. Estas salas, recientemente renovadas, cuentan con la tecnología más avanzada y profesionalmente más extendida en el mercado de la producción y postproducción de contenidos audiovisuales: Final Cut Studio sobre estaciones de trabajo Apple de 27”.
- *Módulo de Radio*: todas las prácticas que se desarrollan en el medio radiofónico trascurren en este espacio, dotado con tecnología análoga a la que los estudiantes encontrarán en los estudios de radio profesionales. Aquí se ubican locutorios, controles y salas de auto-control y espacios dedicados a la producción de contenidos radiofónicos, además del archivo sonoro de la Facultad.

- *Módulo de Biblioteca:* con numerosas referencias no sólo bibliográficas, sino con una amplia base de datos de documentos audiovisuales en soporte digital y una hemeroteca clasificada desde el inicio de nuestra facultad, este modulo es el centro de consulta y de trabajo en grupo de la Facultad, así como el lugar de visionado de películas, series, documentales, etc.

Además de estos módulos principales, la Facultad cuenta con un buen número de despachos de profesores; laboratorios de investigación; el módulo de gestión, con la secretaría técnica de la facultad y los despachos de decanato; un servicio externo de fotocopidora y reprografía; y por supuesto, con una cafetería que oferta menú a diario para profesores y alumnos.

2.7.2. Becas y formación complementaria

- **BECAS DE AYUDA AL ESTUDIO:** los alumnos de la Facultad pueden beneficiarse de las becas de ayuda al estudio que ofrecen el Ministerio de Educación, las Comunidades Autónomas y el fondo social de la UPSA. Además, y sin perder su condición de alumnos de la UPSA, tienen la posibilidad de estudiar en otras universidades europeas y españolas gracias a los programas de intercambio Erasmus y Sicue, cuya finalidad es facilitar la movilidad estudiantil entre distintos centros universitarios.
- **BECAS ERASMUS / SÓCRATES:** los alumnos con esta ayuda pagan la matrícula habitual en la UPSA, pero están exentos de pagar matrícula en la universidad de destino y reciben, además, una pequeña ayuda financiera para compensar el diferencial en el coste de la vida entre unos y otros países. Las becas Erasmus para el curso 2012/13 se podrán solicitar en el Servicio de Relaciones Internacionales en las fechas que se anunciarán debidamente en la UPSA.
- **BECAS SÉNECA / SICUE:** los alumnos de la Facultad de Filosofía pueden participar en el programa Sicue tanto con beca –unos 500,00 € mensuales, parcialmente compatibles con las becas del Estado– como sin ella. Quienes resulten beneficiarios en el programa Sicue están exentos del pago de matrícula en la universidad de destino. Las Becas Sicue para el curso 2012/13 se podrán solicitar en el Servicio de Relaciones Internacionales de la UPSA.

Los destinos posibles para los alumnos de la Facultad atendiendo al curso y grado en el que se encuentren matriculados serán, sin perjuicio de posibles modificaciones (A = anual; S = semestral):

CURSO COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

2°	<i>Plantijn Hogeschool (Amberes) (Inglés) (S1)</i>
	<i>Pontificia Universidad Católica de Chile (Español) (S1)</i>
	<i>Tomas Bata University (Zlín) (Inglés) (S2)</i>
	<i>Universidad Católica de Uruguay (Montevideo) (Español) (S1)</i>
	<i>Universidad Politécnica de Valencia (Español) (A)</i>
	<i>Universidade Católica Portuguesa de Lisboa (Portugués) (A)</i>
	<i>Universidade de Aveiro (Portugués) (S2)</i>
	<i>Universidade do Minho (Braga) (Portugués) (A)</i>
	<i>University of Leeds (Inglés) (Anual)</i>
	<i>Università degli studi di Roma “La Sapienza” (Italiano) (A)</i>
	<i>Università degli studi di Siena (Italiano) (A)</i>
	<i>Università IULM (Milán) (Italiano) (A)</i>
	<i>Université Catholique de Lille (FLSH) (Francés) (A)</i>
	<i>Université Catholique de l’Ouest (Angers) (Francés) (A)</i>
	<i>Windesheim U. of Professional Education (Zwolle) (Inglés) (S1)</i>

CURSO COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

3°	<i>Instituto Politécnico de Coimbra (Portugués) (A)</i>
	<i>Oulu Polytechnic (Inglés) (S2)</i>
	<i>Plantijn Hogeschool (Amberes) (Inglés) (S1)</i>
	<i>Pontificia Universidad Católica de Chile (Español) (S1)</i>
	<i>The University of Central Lancashire (Preston) (Inglés) (S2)</i>
	<i>Tomas Bata University (Zlín) (Inglés) (S2)</i>
	<i>Universidad Católica de Uruguay (Montevideo) (Español) (S1)</i>
	<i>Universidad del País Vasco (Español) (Anual)</i>
	<i>Universidad Politécnica de Valencia (Español) (A)</i>
	<i>Universidade Católica Portuguesa de Lisboa (Portugués) (A)</i>
	<i>Universidade de Aveiro (Portugués) (S2)</i>
	<i>University of Leeds (Inglés) (A)</i>
	<i>Università degli studi di Roma “La Sapienza” (Italiano) (A)</i>
	<i>Università IULM (Milán) (Italiano) (A)</i>
	<i>Windesheim U. of Professional Education (Zwolle) (Inglés) (S1)</i>
	<i>Wright State University (Dayton, Ohio) (Inglés) (A)</i>

CURSO COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

4º	<i>Instituto Politécnico de Coimbra (Portugués) (A)</i>
	<i>Oulu Polytechnic (Inglés) (S2)</i>
	<i>Plantijn Hogeschool (Amberes) (Inglés) (S1)</i>
	<i>Pontificia Universidad Católica de Chile (Español) (S1)</i>
	<i>Sciences Po (París) (Audiovisual) (Francés) (A)</i>
	<i>The University of Central Lancashire (Preston) (Inglés) (S2)</i>
	<i>Tomas Bata University (Zlín) (Inglés) (S2)</i>
	<i>Universidad Autónoma de Barcelona (Español) (A)</i>
	<i>Universidad de Málaga (Español) (A)</i>
	<i>Universidad de Vigo (Español) (A)</i>
	<i>Universidad del País Vasco (Español) (A)</i>
	<i>Universidad Politécnica de Valencia (Español) (A)</i>
	<i>Universidad Rey Juan Carlos (Madrid) (Español) (A)</i>
	<i>Universidade de Aveiro (Portugués) (S2)</i>
	<i>Universitat Ramón Llull (Barcelona) (Español) (A)</i>
	<i>University of Leeds (Inglés) (A)</i>
	<i>Windesheim U. of Professional Education (Zwolle) (Inglés) (S1)</i>
	<i>Wright State University (Dayton, Ohio) (Inglés) (A)</i>

CURSO PERIODISMO

2º	<i>Plantijn Hogeschool (Amberes) (Inglés) (S1)</i>
	<i>Sciences Po (París) (Periodismo) (Inglés) (S2)</i>
	<i>Universidad Católica de Uruguay (Montevideo) (Español) (S1)</i>
	<i>Universidad Katholische de Eichstätt (Alemán) (A)</i>
	<i>Universidad Ludwig-Maximilians de Munich (Alemán) (A)</i>
	<i>Universidad Otto-Friedrich de Bamberg (Alemán) (A)</i>
	<i>Universidade Católica Portuguesa de Lisboa (Portugués) (A)</i>
	<i>Universidade da Beira interior (Covilhá) (Portugués) (A/S2)</i>
	<i>Universidade de Coimbra (Portugués) (A)</i>
	<i>Università degli studi di Roma "La Sapienza" (Com.) (A)</i>
	<i>Université Catholique de Lille (FLSH) (Francés) (A)</i>
	<i>Université Catholique de Louvain (Francés) (A)</i>
	<i>Université Catholique de l'Ouest (Angers) (Francés) (A)</i>
	<i>Université de Fribourg (Francés) (A)</i>
	<i>Windesheim U. of Professional Education (Zwolle) (Inglés) (S2)</i>
	<i>Xios Hogeschool Limburg (Hasselt) (Inglés) (A)</i>

CURSO PERIODISMO

- 3° *Plantijn Hogeschool (Amberes) (Inglés) (S1)*
Sciences Po (París) (Periodismo) (Inglés) (S2)
Universidad Católica de Uruguay (Montevideo) (Español) (S1)
Universidad del País Vasco (Español) (A)
Universidad Katholische de Eichstätt (Alemán) (A)
Universidad Ludwig-Maximilians de Munich (Alemán) (A)
Universidad Otto-Friedrich de Bamberg (Alemán) (A)
Universidade da Beira interior (Covilhá) (Portugués) (A/S2)
Universidade de Coimbra (Portugués) (Anual)
Università degli studi di Roma "La Sapienza" (Italiano) (A)
Université Catholique de Lille (FLSH) (Francés) (A)
Université Catholique de Louvain (Francés) (A)
Université de Fribourg (Francés) (A)
Windesheim U. of Professional Education (Zwolle) (Inglés) (S2)
Wright State University (Dayton, Ohio) (Inglés) (A)
Xios Hogeschool Limburg (Hasselt) (Inglés) (A)

CURSO PERIODISMO

- 4° *Plantijn Hogeschool (Amberes) (Inglés) (S1)*
Sciences Po (París) (Periodismo) (Inglés) (S2)
Universidad Autónoma de Barcelona (Español) (A)
Universidad de Málaga (Español) (A)
Universidad de Santiago de Compostela (Español) (A)
Universidad del País Vasco (Español) (A)
Universidad Katholische de Eichstätt (Alemán) (A)
Universidad Ludwig-Maximilians de Munich (Alemán) (A)
Universidad Rey Juan Carlos (Madrid) (Español) (A)
Universidad San Jorge de Zaragoza (Español) (A)
Universidade de Coimbra (Portugués) (Anual)
Université Catholique de Lille (FLSH) (Francés) (Anual)
Université Catholique de Louvain (Francés) (Anual)
Windesheim U. of Professional Education (Zwolle) (Inglés) (S2)
Wright State University (Dayton, Ohio) (Inglés) (A)

CURSO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

- 2° *Instituto Politécnico de Coimbra (Portugués) (A)*
LUMSA Università (Roma) (Italiano) (A)

Plantijn Hogeschool (Amberes) (Inglés) (S1)

Universidad Católica de Uruguay (Montevideo) (Español) (S1)

Universidade Católica Portuguesa de Lisboa (Portugués) (A)

Universidade da Beira interior (Covilhá) (Portugués) (A/S2)

Università degli studi di Roma "La Sapienza" (Italiano) (A)

Università IULM (Milán) (Italiano) (A)

Université Catholique de Lille (ISTC) (Francés) (A)

Université Catholique de l'Ouest (Angers) (Francés) (A)

CURSO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3º

Instituto Politécnico de Coimbra (Portugués) (A)

LUMSA Università (Roma) (Italiano) (A)

Plantijn Hogeschool (Amberes) (Inglés) (S1)

Universidad Católica de Uruguay (Montevideo) (Español) (S1)

Universidad del País Vasco (Español) (A)

Universidade da Beira interior (Covilhá) (Portugués) (A/S2)

Université Catholique de Lille (ISTC) (Francés) (A)

Wright State University (Dayton, Ohio) (Inglés) (Anual)

CURSO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

4º

Instituto Politécnico de Coimbra (Portugués) (A)

Plantijn Hogeschool (Amberes) (Inglés) (S1)

Universidad Autónoma de Barcelona (Español) (A)

Universidad de Málaga (Español) (A)

Universidad de Vigo (Español) (A)

Universidad del País Vasco (Español) (A)

Universidad Rey Juan Carlos (Madrid) (Español) (A)

Universidad San Jorge de Zaragoza (Español) (A)

Université Catholique de Lille (ISTC) (Francés) (A)

Wright State University (Dayton, Ohio) (Inglés) (Anual)

- PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS PROFESIONALES DE PRODUCCIÓN: los alumnos de la Facultad de Comunicación tienen prioridad para poder participar en aquellos proyectos de producción que se llevan a cabo por encargo de empresas e instituciones. De este modo, mejoran su formación y se involucran en actividades con una clara dimensión práctica profesional.

2.7.3. Acceso a estudios posteriores en la UPSA

1. *Plan de estudios conjunto Comunicación-Humanidades:*

El Decanato de la Facultad de Filosofía, adscrito a la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de la UPSA, ha diseñado un plan académico de acceso a los Grados de Filosofía y de Humanidades para alumnos provenientes de otras titulaciones de la UPSA que permite acortar la consecución de dichos títulos.

De forma específica, los alumnos que se hallen cursando los Grados de Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y RRPP que se acojan a este plan podrán adquirir un mayor contenido filosófico-humanista, imprescindible para su completa formación. La propuesta condensa en *un único curso (72 ECTS)* las materias necesarias para obtener el Grado en Humanidades o Filosofía. Para conocer con detalle este plan se puede consultar la web de la UPSA.

2. *Segundas titulaciones de Comunicación:*

Los alumnos de la Facultad de Comunicación titulados en cualquiera de sus tres grados pueden completar durante tres semestres un segundo título (Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad y RRPP) a través de un plan específico de convalidaciones aprobado por la Universidad. Salvo si se indicara lo contrario, los estudiantes de la Facultad que aún no se hayan graduado podrán cursar los posgrados que ofrecen la Facultad y el resto de Centros de la UPSA desde que comienza el segundo ciclo, siempre que puedan compatibilizar sus horarios y garantizar la asistencia a las clases. En ese caso, el título de Máster o Experto no se expediría hasta que el alumno haya completado su plan de estudios oficial de Grado.

A continuación se exponen las *tablas orientativas* de reconocimiento de asignaturas entre los distintos Grados, cuya aplicación está supeditada al expediente de cada alumno. Para cualquier consulta los estudiantes pueden dirigirse al Vicedecanato de Ordenación Académica de la Facultad o al Servicio de Atención al Alumno.

**ACCESO AL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PARA
ALUMNOS GRADUADOS EN PERIODISMO POR LA UPSA (102 ECTS)**

Asignatura	Curso	Semestre	ECTS
Lenguaje cinematográfico y televisivo	1º	1º	6
Bases de la producción audiovisual	1º	2º	6
Narrativa cinematográfica y televisiva	1º	2º	6
Realización y estética cinematográfica	2º	1º	6
Géneros audiovisuales de ficción	2º	2º	6
Guión cinematográfico	3º	1º	6
Producción cinematográfica	3º	2º	6
Programación radiofónica	3º	2º	6
Programación televisiva	3º	2º	6
Realización de cortometrajes	3º	2º	6
Guión televisivo	4º	1º	6
Producción multimedia	4º	1º	6
Composición y posproducción digital	4º	2º	6
Creación de formatos televisivos	4º	2º	6
Montaje audiovisual	4º	2º	6
Producción de documentales	4º	2º	6
Trabajo de Fin de Grado	4º	2º	6

**ACCESO AL GRADO EN COM. AUDIOVISUAL PARA ALUMNOS
GRADUADOS EN PUBLICIDAD Y RRPP POR LA UPSA (108 ECTS)**

Asignatura	Curso	Semestre	ECTS
Lenguaje cinematográfico y televisivo	1º	1º	6
Narrativa cinematográfica y televisiva	1º	2º	6
Realización y estética cinematográfica	2º	1º	6
Géneros audiovisuales de ficción	2º	2º	6
Guión cinematográfico	3º	1º	6
Producción cinematográfica	3º	2º	6
Programación radiofónica	3º	2º	6
Realización de programas televisivos	3º	1º	6
Programación televisiva	3º	2º	6
Realización de cortometrajes	3º	2º	6
Guión televisivo	4º	1º	6
Producción multimedia	4º	1º	6
Producción radiofónica	4º	1º	6
Composición y posproducción digital	4º	2º	6
Creación de formatos televisivos	4º	2º	6
Montaje audiovisual	4º	2º	6
Producción de documentales	4º	2º	6
Trabajo de Fin de Grado	4º	2º	6

**ACCESO AL GRADO EN PERIODISMO PARA ALUMNOS
GRADUADOS EN C. AUDIOVISUAL POR LA UPSA (95 ECTS)**

Asignatura	Curso	Semestre	ECTS
Comunicación e información escrita	1º	1º	6
Teoría de la comunicación interpersonal	1º	2º	6
Periodismo impreso I	2º	1º	6
Documentación informativa	2º	2º	6
Periodismo gráfico	2º	2º	6
Historia del periodismo	3º	1º	8
Metodología y estadística	3º	1º	6
Diseño periodístico	3º	2º	6
Empresa informativa I	3º	1º	6
Comunicación institucional	4º	1º	6
Empresa informativa II	4º	1º	3
Opinión pública	4º	1º	9
Periodismo digital	4º	1º	6
Periodismo argumentativo	4º	1º	3
Relaciones internacionales	4º	2º	6
Trabajo de Fin de Grado	4º	2º	6

**ACCESO AL GRADO EN PUBLICIDAD Y RRPP PARA ALUMNOS
GRADUADOS EN COM. AUDIOVISUAL POR LA UPSA (108 ECTS)**

Asignatura	Curso	Semestre	ECTS
Historia de la publicidad y las RRPP	1º	1º	4
Teoría de la publicidad	1º	1º	4
Teoría de las relaciones públicas	1º	2º	4
Dibujo técnico y artístico	1º	2º	6
Gestión de la empresa publicitaria	2º	1º	4
Marketing	2º	2º	6
Metodología y estadística	2º	2º	4
Estrategias de la publicidad y las RRPP	2º	2º	4
Dirección de arte	3º	1º	6
Gestión de cuentas publicitarias	3º	1º	4
Investigación de medios publicitarios	3º	1º	4
Investigación en publicidad y RRPP	3º	2º	4
Teoría de la creatividad publicitaria	3º	1º	6
Estrategia creativa publicitaria	3º	1º	6
Planificación en medios publicitarios	3º	1º	6
Programación y técnicas de las RRPP	3º	2º	6
Redacción publicitaria	3º	2º	6
Gestión de la comunicación corporativa	3º	2º	6
Publicidad gráfica	4º	1º	6
Identidad visual	4º	2º	6
Trabajo de Fin de Grado	4º	2º	6

**ACCESO AL GRADO EN PERIODISMO PARA ALUMNOS
GRADUADOS EN PUBLICIDAD Y RR. PP. POR LA UPSA (108 ECTS)**

Asignatura	Curso	Semestre	ECTS
Teoría de la comunicación interpersonal	1º	2º	6
Periodismo impreso I	2º	1º	6
Documentación informativa	2º	2º	6
Historia del periodismo	3º	1º	8
Periodismo radiofónico	3º	2º	8
Teoría de la Comunicación Social	3º	1º	9
Periodismo televisivo	3º	1º	8
TIC II	3º	1º	6
Derecho de la información	4º	1º	6
Empresa informativa II	4º	1º	3
Opinión pública	4º	1º	9
Periodismo digital	4º	1º	6
Estructura de la comunicación	4º	2º	6
Periodismo argumentativo	4º	1º	3
Relaciones internacionales	4º	2º	6
Trabajo de Fin de Grado	4º	2º	6

**ACCESO AL GRADO EN PUBLICIDAD Y RRPP PARA ALUMNOS
GRADUADOS EN PERIODISMO POR LA UPSA (108 ECTS)**

Asignatura	Curso	Semestre	ECTS
Sistemas y procesos de la publicidad y RRPP	1º	2º	6
Teoría de la publicidad	1º	1º	4
Teoría de las relaciones públicas	1º	2º	4
Dibujo técnico y artístico	1º	2º	6
Marketing	2º	2º	6
Estrategias de la publicidad y las RRPP	2º	2º	4
Dirección de arte	3º	1º	6
Gestión de cuentas publicitarias	3º	1º	4
Investigación de medios publicitarios	3º	1º	4
Investigación en publicidad y RRPP	3º	2º	4
Teoría de la creatividad publicitaria	3º	1º	6
Estrategia creativa publicitaria	3º	1º	6
Planificación en medios publicitarios	3º	1º	6
Programación y técnicas de las RRPP	3º	2º	6
Redacción publicitaria	3º	2º	6
Publicidad interactiva	3º	2º	6
Derecho publicitario	4º	1º	6
Publicidad gráfica	4º	1º	6
Identidad visual	4º	2º	6
Trabajo de Fin de Grado	4º	2º	6

2.7.4. Reconocimiento de estudios de Formación Profesional

De acuerdo a la disposición adicional 1ª de la Ley Orgánica 4/2011, de 11 de marzo, complementaria de la Ley de Economía Sostenible, y en la que se regula la colaboración entre la Formación Profesional Superior y la enseñanza universitaria, la Facultad de Comunicación de la UPSA reconocerá las materias que se detallan a continuación a los alumnos en posesión del título de Técnico Superior o equivalente a efectos académicos y cursen enseñanzas de grado relacionadas con dicho título.

ACCESO AL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Técnico Superior en Imagen (27 ECTS)			
Módulo MEC	Horas	Asignatura convalidable de Grado	ECTS
<i>Imagen fotográfica</i>	280	<i>Fotografía artística</i>	3
<i>Imagen audiovisual</i>	230	<i>Bases de la producción audiovisual</i>	6
<i>Procesado y tratam. cinem.</i>	95	<i>Composición y postproducción digital</i>	6
<i>Medios fotográficos y audiov.</i>	130	<i>Tecnología audiovisual</i>	6
<i>Medios y lenguajes c. visual</i>	130	<i>Lenguaje cinematográfico y televisivo</i>	6

Técnico Sup. en Producción de Audiovisuales, Radio y Espectáculos (36 ECTS)			
Módulo MEC	Horas	Asignatura convalidable de Grado	ECTS
<i>Producción de cine/vídeo</i>	290	<i>Producción cinematográfica</i>	6
<i>Producción de televisión</i>	270	<i>Realización de programas televisivos</i>	6
<i>Producción de radio</i>	190	<i>Producción radiofónica</i>	6
<i>Medios técnicos audiovisuales</i>	150	<i>Tecnología audiovisual</i>	6
<i>Lenguajes audiov. y escénicos</i>	150	<i>Lenguaje cinematográfico y televisivo</i>	6
<i>Producciones audiovisuales...</i>	200	<i>Bases de la producción audiovisual</i>	6

Técnico Sup. en Realización de Audiovisuales y Espectáculos (36 ECTS)			
Módulo MEC	Horas	Asignatura convalidable de Grado	ECTS
<i>Realización en cine y vídeo</i>	290	<i>Realización de cortometrajes</i>	6
<i>Realización en televisión</i>	270	<i>Realización de programas televisivos</i>	6
<i>Realización en multimedia</i>	260	<i>Producción multimedia</i>	6
<i>Montaje y posproduc. audio.</i>	260	<i>Composición y posproducción digital</i>	6
<i>Com. y expresión audiovisual</i>	150	<i>Expresión audiovisual</i>	6
<i>Sistemas tcos. de realización</i>	200	<i>Tecnología audiovisual</i>	6

Técnico Superior en Sonido (21 ECTS)			
Módulo MEC	Horas	Asignatura convalidable de Grado	ECTS
<i>Sonido en prod. audiovisuales</i>		<i>Guión radiofónico</i>	6
<i>Radio</i>		<i>Producción radiofónica</i>	6
<i>Grabaciones musicales</i>		<i>Comunicación musical</i>	3
<i>Com. audiov. y expresión sonora</i>		<i>Lenguaje radiofónico</i>	6

ACCESO AL GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Asignaturas reconocidas de cada Ciclo Formativo Superior

DISEÑO Y PRODUCCIÓN EDITORIAL

Introducción a la informática
Fundamentos tecnológicos y visuales de la publicidad

COMERCIO INTERNACIONAL

GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING

GESTIÓN DEL TRANSPORTE

Introducción a la informática
Inglés
Economía
Marketing

SERVICIOS AL CONSUMIDOR

Introducción a la informática
Economía
Marketing

GUÍA, INFORMACIÓN Y ASISTENCIA TURÍSTICAS

Expresión oral y escrita
Inglés
Teoría de las Relaciones Públicas
Protocolo y gestión de eventos

AGENCIAS DE VIAJE

ANIMACIÓN TURÍSTICA

Expresión oral y escrita
Inglés
Economía
Marketing

INFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

Expresión oral y escrita
Inglés
Economía
Marketing
Teoría de las Publicidad
Teoría de las Relaciones Públicas
Protocolo y gestión de eventos

RESTAURACIÓN

Inglés
Economía
Marketing

GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Inglés
Economía
Marketing
Teoría de las Relaciones Públicas
Protocolo y gestión de eventos

ALOJAMIENTO

Inglés
Economía
Marketing
Teoría de las Relaciones Públicas

DIRECCIÓN DE COCINA

Inglés
Economía
Marketing

DIRECCIÓN DE SERVICIOS DE RESTAURACIÓN

Inglés
Economía
Marketing
Protocolo y gestión de eventos

PROD. AUDIOVISUALES, RADIO Y ESPECTÁC.

Marketing
Lenguaje audiovisual publicitario
Producción audiovisual publicitaria

REALIZACIÓN DE AUDIOVISUALES Y ESPECT.

Lenguaje audiovisual publicitario
Producción audiovisual publicitaria

IMAGEN

Lenguaje audiovisual publicitario
Producción audiovisual publicitaria
Fundamentos tecnológicos publicidad
Dirección de arte
Fotografía publicitaria
Marketing

DESARROLLO DE APLICAC. MULTIPLATAFORMA

DESARROLLO DE APLICACIONES WEB

Marketing
Publicidad interactiva

2.8. Guía sobre la Bolsa de Prácticas de formación

La gestión de la Bolsa de Prácticas es una actividad estratégica en la planificación anual que cada curso organiza el Decanato de la Facultad de Comunicación de la UPSA. Esta responsabilidad y la coordinación de las acciones referentes a este eje estratégico dependen del Vicedecanato de Alumnos con el apoyo de la Secretarías del Decanato y de la de Alumnos.

2.8.1. QUÉ: las prácticas profesionales. Por “prácticas profesionales” entendemos aquellas “actividades realizadas por los alumnos de licenciatura, grado o posgrado en empresas, entidades o instituciones relacionadas con su ámbito de formación y, en cualquier caso, fuera de las instalaciones de la institución académica”. Estas actividades tienen el objetivo de completar la formación del alumno y se regulan a través de convenios de cooperación educativa firmados entre la Facultad de Comunicación y las empresas o instituciones que acogen a los alumnos.

2.8.2. POR QUÉ: la actividad formativa. Las prácticas formativas en el ámbito profesional pretenden alcanzar, al menos, tres grandes fines:

- a) Proporcionar al alumno la posibilidad de aplicar en la práctica los conocimientos que ha adquirido en la universidad y complementar así su formación.
- b) Mantener vivo el contacto entre la Facultad de Comunicación y las empresas e instituciones con el fin de adecuar los conocimientos y las reflexiones a la realidad laboral y viceversa.
- c) Abrir caminos de integración hacia el mercado laboral para nuestros alumnos y futuros titulados.

2.8.3. QUIÉN: acceso a las prácticas extracurriculares. Las prácticas formativas, denominadas “prácticas extracurriculares”, se gestionan exclusivamente para los alumnos matriculados en la UPSA, es decir, aquellos con expediente académico abierto. Por tanto, los alumnos que disfrutaran de un periodo de intercambio académico (Erasmus, SICUE o Intercambio bilateral) y provienen de otras universidades españolas o

extranjeras no pueden acceder a estas prácticas, salvo que el convenio de intercambio lo estipule y la Facultad de Comunicación lo haya aceptado antes. Podrán acceder a una plaza de prácticas los alumnos matriculados en las titulaciones de Grado (antiguos y nuevos planes) de la Facultad de Comunicación (Comunicación Audiovisual; Periodismo; Publicidad y RR.PP.) que hayan superado el 50% de los créditos de su titulación (según Real Decreto 1845/1994, de 9 de septiembre).

Los alumnos de los programas de Posgrado y/o Máster que se imparten en la Facultad de Comunicación también pueden optar a las prácticas formativas si así se ha establecido en su programa; deberán formalizar previamente un seguro universitario complementario (UPSA-MAPFRE Seguros Generales) que les garantice las coberturas legales y sanitarias durante su estancia en la empresa. Este seguro ofrece unas condiciones depositadas en Vicerrectorado de Alumnos de la UPSA (póliza 055/9780173021), y cuenta con una ampliación de ámbito internacional para aquellas prácticas en empresas realizadas en el extranjero (póliza 06651084000000010).

Los alumnos con matrícula extraordinaria pueden hacer prácticas en empresas siempre que se matriculen, durante el curso académico en vigor, de las asignaturas extraordinarias –al menos una– en el plazo establecido. En caso de matricularse para la convocatoria de febrero, los alumnos tendrán que incluir el abono del seguro escolar junto con el de la matrícula de las asignaturas a las que quieran presentarse. Todo alumno matriculado en un curso de Grado, Licenciatura o Doctorado de la Facultad menor de 28 años está incluido en el seguro escolar. Estas gestiones se resuelven en la Secretaría General de la UPSA; posteriormente, se acreditan ante el Vicedecanato de Alumnos los justificantes de haber realizado dichos trámites administrativos.

- a) *Prácticas en alternancia.* Las prácticas en alternancia son las que se realizan durante los meses comprendidos entre octubre y junio; es decir, en el desarrollo del curso académico. Podrán acceder a una de estas plazas de prácticas en empresas los alumnos matriculados en cualquiera de los tres grados de la Facultad, siempre que hayan superado el 50% de los créditos de su titulación. También podrán optar aquellos alumnos matriculados en cualquiera de los posgra-

dos de la Facultad y que así lo indiquen. Los alumnos deberán cumplir los requisitos establecidos por la empresa ofertante y formalizar el seguro universitario complementario ya descrito.

- b) *Prácticas de verano*. Son las que ofrecen las empresas e instituciones durante los meses de verano y, por lo tanto, no coinciden con el curso lectivo. Los alumnos de curso podrán optar a una beca de prácticas en dos situaciones: cuando las plazas ofertadas superen la demanda de alumnos del penúltimo curso (tercer curso de grado) y cuando las empresas o instituciones soliciten, de forma explícita, a un alumno de último curso (cuarto curso de grado). Las prácticas de verano se gestionan para los alumnos de los dos últimos cursos de cada grado. En cada curso académico se indicará quiénes tienen preferencia.

2.8.4. CÓMO: procedimiento de selección. El Vicedecanato de Alumnos es el encargado de gestionar las prácticas de los alumnos. Esta gestión supone, entre otras cuestiones: a) tramitar y formalizar los convenios con las empresas e instituciones; b) captar y canalizar la oferta de prácticas; c) seleccionar a los alumnos o colaborar en la selección por parte de las empresas; d) hacer un seguimiento de las prácticas adjudicadas; e) velar por el cumplimiento de las normas que regulan los convenios de colaboración, así como de los acuerdos y anexos establecidos entre la Facultad de Comunicación y las empresas firmantes.

- *El convenio*. El convenio de cooperación educativa es el documento que regula la relación entre la Facultad de Comunicación y las empresas e instituciones firmantes. Mediante este acuerdo se regulan los periodos de prácticas formativas por parte de los alumnos. El decano de la Facultad de Comunicación firma el convenio en nombre de la UPSA. En el convenio se recoge de manera expresa la voluntad de colaboración mutua.

Un convenio de cooperación educativa estará vigente al menos por dos años. Este acuerdo se renueva automáticamente, salvo denuncia expresa de alguna de las partes. Por cada alumno que realice prácticas se suscribirá un anexo al convenio general. El anexo recoge la siguiente información: datos completos de la empresa, datos

completos del alumno, periodo de prácticas, tareas que desempeñará el alumno/a, tutor por parte de la empresa, cuantía de la beca/ayuda, garantías de cumplimiento de la LOPD. Deberá ser firmado por las tres partes: la Facultad (Vicedecano de Alumnos), la empresa (responsable legal/tutor) y el alumno. El Vicedecanato de Alumnos informará a la Delegación Territorial de la Seguridad Social en Salamanca la incorporación de cada alumno a la empresa/institución en la que vaya a desarrollar sus prácticas.

Se indicarán el nombre completo del alumno, la razón social de la empresa y el periodo fijado por las tres partes firmantes. *El alumno que realice sus prácticas en una empresa o institución sin haber firmado este anexo no está cumpliendo con la normativa existente en esta materia y, por tanto, no podrá contar con la protección de la UPSA ni con las coberturas legales necesarias.*

La firma de un convenio de prácticas no equivale a una contractual con el estudiante: la empresa no está obligada a remunerar al estudiante en su calidad de becario, aunque cada vez hay más empresas que lo hacen. En caso de existir alguna asignación en concepto de beca o ayuda, la UPSA velará por su cumplimiento si así consta en el anexo al convenio. El convenio de cooperación sí obliga a las empresas a nombrar a un tutor que vigile la formación del becario y sea el interlocutor válido para la Facultad. Cualquier anomalía en el desarrollo de la estancia en prácticas debe ser comunicada inmediatamente al Vicedecanato de Alumnos para su pronta solución o adopción de medidas.

- *Gestión del alumno o empresa.* Un alumno puede buscar por sí mismo una plaza en una empresa para realizar sus prácticas formativas; deberá comunicárselo al Vicedecanato, quien se pondrá en contacto con la empresa para formalizar un convenio (si no existiera) o para tramitar un anexo al convenio ya firmado. La Facultad respetará la plaza gestionada por ese alumno y no la incluirá en la oferta destinada a concurso público. También la empresa puede aportar un candidato a la beca. En este caso, y siempre que éste sea alumno de la Facultad y cumpla los requisitos legales, podrá concurrir directamente a esa plaza.

- *La oferta.* Es necesario que los alumnos que deseen participar en la Bolsa de Prácticas y Empleo se inscriban en la plataforma Moodle (“Bolsa de Prácticas 2012”). El alumno, al incorporar su CV actualizado, aporta su consentimiento para que la Facultad pueda utilizar con este fin los datos que constan en su currículum. La inscripción en la “Bolsa de Prácticas” se efectúa durante el mes de abril. A partir de esas fechas, el Vicedecanato de Alumnos hace públicas las ofertas de plazas de prácticas que remiten las empresas a través de los canales informativos habituales: tablón de anuncios, web de la Facultad y comunicación directa (Moodle y Vicedecanato).

La Facultad de Comunicación informa a los alumnos, pero son las empresas las que deciden cuántas plazas ofertan, cuándo, y en qué condiciones. Cada empresa canaliza esta información en función de sus tiempos y necesidades, por lo que la gestión de los procesos de selección se inicia a mediados de abril y concluye el 31 de julio. Hay dos formas de acceder a una beca de prácticas: a) por acceso directo, por nota de expediente y previa solicitud (sin pasar por un proceso de selección a cargo de la empresa); b) mediante acceso a un proceso de selección, a partir de la nota y previa solicitud.

- *La selección de los candidatos:*
 - Para las prácticas en alternancia: la selección se hará a partir de los requisitos solicitados por la empresa y en función de la demanda.
 - Para las prácticas de verano: la preselección se hace a partir de la nota media del expediente académico. El alumno podrá elegir entre las plazas ofertadas por las empresas según su nota y siendo consciente de que quien elige a los candidatos, en un número muy elevado de casos, es la empresa ofertante. En el caso de que la empresa hiciera la selección directamente, la Facultad se limitaría a enviarle el número de currículos que la empresa le haya solicitado.

Ningún alumno puede participar en más de un proceso de manera simultánea; sólo a partir de ser descartado en un proceso, puede acceder a otro. Adjudicada una plaza, con el acuerdo expreso de la empresa y el alumno, no podrá haber cambios salvo en situaciones

de causa mayor. Los alumnos interesados en realizar unas prácticas profesionales remitirán su currículum a la “Bolsa de Prácticas 2012” (CV actualizado, al Moodle; y confirmación de plaza /destino, por email a alumnos.comunicacion@upsa.es).

2.8.5. DÓNDE: destinos geográficos y profesionales. El destino de realización de las prácticas será el designado por la empresa o institución ofertante, que le indicará al Vicedecanato de Alumnos y al alumno cuál será el entorno específico (área o departamento) en el que se desarrollarán las tareas asignadas a cada plaza. Las empresas que ofrezcan varios destinos geográficos lo comunicarán al realizar su oferta inicial, para facilitar el envío de candidatos y su selección. La Facultad solicitará que, si fuera posible, se indique desde el principio el lugar de trabajo y las tareas que van a realizarse. La empresa que acoge alumnos en prácticas tendrá siempre un número superior de trabajadores que de becarios. Estos becarios son pre-profesionales en periodo de formación. Los alumnos deberán valorar el interés real de unas prácticas en las que no se le garantizan unos mínimos de ejercicio profesional.

2.8.6. CUÁNDO: periodos de prácticas. Las prácticas pueden desarrollarse en dos periodos distintos: durante el periodo lectivo y durante los meses de verano, es decir, la época de las vacaciones académicas. Las primeras son “prácticas en alternancia”, pues el alumno compatibiliza sus estudios con la estancia en una empresa o institución. La realización de estas actividades formativas durante el periodo lectivo no exime al alumno de la asistencia a clase; se negociará con la empresa el horario más adecuado para compatibilizar ambas tareas, puesto que la asistencia regular a clase es una obligación en la UPSA.

Las empresas deber dar permiso a los estudiantes que necesiten presentarse a un examen oficial, previo aviso del alumno (así queda manifestado en cada anexo a un convenio; se podrá requerir la intervención de la Facultad si desde la empresa se plantea algún problema en este sentido). No se podrá firmar un anexo de prácticas para un alumno si la beca le supone cumplir con un horario de jornada completa incompatible con su asistencia a clase. Las prácticas de verano suelen durar dos o tres meses (entre julio y septiembre), mientras que las becas en alternancia no mantienen una duración uniforme.

Se recomienda no firmar anexos por menos de tres meses ni por más de un curso académico completo. Si la empresa decidiera renovar más tiempo la plaza y a la misma persona, deberá firmarse un nuevo anexo, aunque nunca por más de dos años de manera continuada. Cuando un alumno renuncie a una beca en una empresa o institución deberá avisar tanto a ésta como a la Facultad de Comunicación.

2.8.7. Cómo gestionar un convenio de colaboración:

- a) *Cuando la oferta llega a través del Vicedecanato.* Las empresas que confían en la Facultad la búsqueda de alumnos en prácticas delegan la selección en el Vicedecanato de Alumnos. En ciertos casos la selección se decide siguiendo como criterio único la calificación académica media del alumno hasta ese momento. En otros supuestos no hay límite de candidatos y es la empresa quien decide. A veces, la empresa delega en la Facultad de Comunicación la criba.
- b) *¿Qué hacer si el alumno consigue prácticas en una empresa sin convenio?* El alumno que consiga prácticas en una empresa sin convenio con la UPSA debe notificárselo al Vicedecanato de Alumnos; hará falta entregar los datos de contacto de la empresa, la persona responsable contactada, y las tareas que se pretenden desempeñar. El alumno que facilite ese contacto obtendrá esa plaza de prácticas.
- c) *¿Qué hacer si el alumno busca prácticas en una empresa con convenio?* Ningún alumno debe saltarse los procedimientos estipulados para la obtención de prácticas. Sólo hay casos puntuales en los que desde Vicedecanato de Alumnos se instará a las personas interesadas a que realicen algunas gestiones de modo particular.

La Facultad de Comunicación no se responsabilizará del desarrollo de prácticas en empresas de ningún alumno, si éstas no se han gestionado por los cauces formales. Ningún alumno deberá iniciar su periodo de prácticas sin haber gestionado correctamente la documentación necesaria para ello: a) constatación de existencia de convenio UPSA-empresa; b) redacción de anexo de prácticas individualizado; c) notificación a la seguridad social (trámite que hace vicedecanato); d) tramitación del Seguro Universitario Mapfre.

2.9. Estatuto del alumnado de la UPSA

Según los Estatutos de la UPSA (2004), existen dos clases de alumnos: Oficiales y Oyentes. Oficial es el alumno que cursa un plan de estudios reglado en cualquiera de las titulaciones que se imparten, al margen de la modalidad de matrícula y el régimen de dedicación. Oyente es el alumno que asiste a determinadas clases para obtener un certificado de asistencia (art. 70).

2.9.1. Derechos del alumno

El alumno Oficial de la UPSA tiene derecho a recibir una enseñanza competente y eficaz, incluida la oferta de disciplinas teológicas y celebraciones religiosas; asistir a clase y actos académicos; ser objetivamente evaluado y obtener la titulación en la que se halla matriculado en las condiciones establecidas; usar la Biblioteca y otras instalaciones e instrumentos de trabajo; participar en los órganos de Gobierno de la UPSA, a tenor de los Estatutos, eligiendo a sus representantes en ellos; poseer el carnet del alumno; constituir asociaciones para realizar actividades formativas, culturales y deportivas; reunirse para fines universitarios; formular reclamaciones de tipo universitario; dar juicio sobre la eficacia de la docencia universitaria al final de cada curso y especialmente al final de los estudios, para lo cual se establecerán los procedimientos adecuados; formular por escrito peticiones, quejas o recursos ante la autoridad académica que corresponda; gozar de los beneficios reconocidos con carácter general a los estudiantes universitarios en la legislación vigente y de los que pueda otorgar la Universidad en concepto de ayuda al estudio (art. 72).

El alumno Oyente de la UPSA tiene derecho a asistir a las clases de las asignaturas en las que se han inscrito; a ser oído en todo lo referente a su estudio; y a utilizar la Biblioteca y otros instrumentos de trabajo relacionados con la asignatura objeto de inscripción (art. 73).

2.9.2. Deberes del alumno

Son deberes del alumno: asistir a clase y estudiar de forma seria y responsable para alcanzar los niveles previstos en su Centro mediante las pruebas establecidas; mantener el orden académico y disciplinar de la UPSA y contribuir a la convivencia y respeto entre los miembros de la

comunidad académica; cuidar las instalaciones, medios materiales y servicios de la Universidad; asistir a las reuniones a las que reglamentariamente se le convoque y cumplir diligentemente las funciones de representación para las que fuera elegido; observar los Estatutos y Reglamentos de la UPSA, así como las demás normas emanadas de las autoridades competentes; conocer y respetar la Declaración de Identidad de la Universidad.

El incumplimiento leve de estos deberes puede dar lugar a la amonestación del Decano. El incumplimiento grave podrá ser sancionado por la Junta Permanente de Gobierno, quien, en su caso, podrá proponer su expulsión al Gran Canciller por faltas específicamente graves o por la reincidencia en la misma falta grave, previo el preceptivo expediente de la Comisión de Régimen Interno de la Universidad. A la vista del expediente, y oída la Junta Plenaria, decidirá el Gran Canciller (art. 74).

La escolaridad presencial es obligatoria en la UPSA. Faltar a más de un tercio de las clases y actos que cada curso se establecen en el calendario académico conlleva la pérdida del derecho a presentarse a las convocatorias de exámenes de ese curso y a la no obtención del certificado de asistencia (art. 83). La escolaridad sólo puede ser dispensada por el Rector por causas excepcionales, y a la vista de un detallado plan de tutorías aprobado por el Decano o responsable académico de la titulación.

2.9.3. Pérdida de la condición de alumno

La condición de alumno en la UPSA se pierde por alguna de las siguientes causas:

- a) Terminación de los estudios y obtención de los títulos cursados;
- b) Traslado de expediente a otro Centro a petición del alumno;
- c) Sanción derivada de un expediente académico disciplinario que implique su expulsión, una vez que la resolución sea firme;
- d) Imposibilidad de continuar los estudios por haber agotado el número límite de convocatorias en alguna asignatura, materia o módulo;
- e) Incumplimiento de los requisitos de permanencia en la UPSA;
- f) Incumplimiento de las obligaciones económicas contraídas.

2.10. Régimen de evaluación en la UPSA

2.10.1. Normas generales

La UPSA establecerá un periodo al final de cada semestre destinado a desarrollar actividades de evaluación de las asignaturas, materias o módulos impartidos hasta ese momento. La matrícula de una asignatura, materia o módulo da derecho a la evaluación final de los conocimientos y competencias adquiridas por el alumno. El Consejo de cada Facultad debe conocer y aprobar el procedimiento de examen que se adopte en cada asignatura, materia o módulo, el cual se advertirá claramente en la Guía Académica y/o plataforma electrónica que sirva de soporte a la docencia.

Según los Estatutos de la UPSA (art. 84), los exámenes finales son evaluados por un Tribunal de, al menos, dos profesores nombrados por el Decano de la Facultad. Uno de ellos ha de ser el responsable de la asignatura. Para que un alumno pueda ser evaluado y calificado debe estar matriculado en la asignatura, materia o módulo objeto de examen. La evaluación se traducirá en una calificación final que quedará reflejada en su expediente atendiendo a los siguientes valores:

- a) El rendimiento académico del alumno en cada asignatura, materia o módulo de su plan de estudios se traducirá en un valor numérico (escala 0 a 10, con expresión de un decimal) al que añadirá su correspondiente calificación cualitativa: 0-4,9: Suspenso (SS); 5,0-6,9: Aprobado (AP); 7,0-8,9: Notable (NT); 9,0-10: Sobresaliente (SB) [la calificación de alumnos matriculados en antiguos planes de estudio se traducirá en un número entero, sin decimal].
- b) La mención de Matrícula de Honor podrá otorgarse al alumno que obtenga una calificación de 10; cabe la concesión de una por cada 50 alumnos —o fracción— matriculados en una asignatura, materia o módulo (esta limitación no se aplicará a trabajos de fin de Grado o Máster). Para calcular el número máximo de Matrículas de Honor de una asignatura se redondeará al entero inmediatamente superior. Esta distinción da derecho a la exención del pago de un número de créditos equivalente (o de una asignatura si se obtiene en los antiguos planes de estudio) en la matrícula del curso siguiente.

- c) La media del expediente académico del alumno será el resultado de la aplicación de la siguiente fórmula: suma de los créditos obtenidos por el estudiante multiplicados, cada uno de ellos, por el valor de las calificaciones que correspondan, y dividida por los créditos totales obtenidos por el estudiante.
- d) En la valoración del rendimiento del alumno se tendrá en cuenta su historial académico de conjunto durante todo el curso, incorporando así el resultado de la evaluación continua.
- e) Las asignaturas convalidadas, reconocidas o transferidas conservarán la calificación de la asignatura de origen.

2.10.2. Convocatorias de examen

Todos los exámenes finales tendrán lugar en las fechas establecidas cada curso en el calendario académico aprobado por la Junta Permanente de la UPSA (art. 85.5). Los Consejos de Facultad pueden autorizar exámenes eliminatorios de materia a lo largo del curso (art. 84.4). En las titulaciones de Grado, el alumno dispondrá de seis convocatorias para cada asignatura, materia o módulo —sumando las matrículas ordinarias y extraordinarias—.

Si un alumno no superase una asignatura después de seis evaluaciones, deberá abandonar el plan de estudios en que se halle matriculado. Por causas excepcionales, el Rector podrá autorizar una séptima convocatoria de gracia.

En los planes de estudio de Licenciaturas, Diplomaturas e Ingenierías Técnicas, el alumno dispondrá de seis convocatorias para cada asignatura —una ordinaria y cinco extraordinarias—. Por causas excepcionales, el Rector podrá autorizar una séptima convocatoria de gracia. El calendario de extinción de los antiguos planes de estudio puede limitar el número de convocatorias de las asignaturas.

No presentarse a una convocatoria oficial de exámenes equivale a su anulación, salvo en la primera convocatoria ordinaria de cualquier asignatura. Las convocatorias anuladas no se conservan en el expediente cuando el alumno ha completado su plan de estudios, pero su anulación no da derecho a la devolución de las tasas abonadas.

2.10.3. Notificación de calificaciones y revisión de exámenes

El alumno conocerá las calificaciones de su evaluación en cada asignatura, materia o módulo a través de la Intranet de la UPSA, del envío de mensajes a su móvil o correo electrónico (si previamente lo solicita en el Servicio de Atención al Alumno) o de los Puntos de Información Universitaria emplazados en la UPSA, de los que podrá, si lo desea, extraer una copia impresa mediante su carnet de alumno. No obstante, las actas convenientemente cumplimentadas y firmadas constituyen el único documento que otorga fe y valor oficial a una calificación (art. 89).

La notificación de las notas se producirá, salvo incidencias, en un plazo no superior a 24 h. desde la entrega de actas. En ellas se indicará, además de la calificación, el día y hora para la revisión del examen, que tendrá lugar dentro de los cinco días hábiles posteriores a la notificación. Superada esa fecha, el profesor no tiene la obligación de atender a una revisión solicitada a título particular por el alumno.

Las actas de exámenes no podrán ser modificadas después de 90 días de haber sido entregadas en la Secretaría General de la UPSA, y hasta entonces sólo cabe corregir errores de transcripción. Ése es también el plazo máximo de conservación de exámenes al que está obligado un profesor. Superado ese límite, sólo el Rector tiene potestad para, con causa justificada, permitir una corrección en el acta.

2.10.4. Reglamento de reclamación de exámenes

La Junta Plenaria de Gobierno de la UPSA —en sesiones celebradas los días 3 y 11 de marzo de 1992— aprobó el siguiente Reglamento de reclamación de exámenes:

1. El tribunal examinador devolverá las actas de exámenes a la Secretaría General en el plazo máximo de 15 días continuos a partir de la celebración del examen.
2. A petición de los alumnos que lo soliciten en el plazo de cinco días continuos después de haberse hecho públicas las notas, el tribunal podrá revisar el examen y la calificación obtenida.
3. Si el alumno no está conforme con la revisión del examen puede recurrir al Decano en el plazo de cinco días continuos después de

serle comunicado el resultado de la revisión. El Decano deberá responder al recurso en el plazo de cinco días continuos.

4. Las causas que pueden alegarse en el recurso de revisión ante el Decano o Director son sólo formales y procedimentales, a saber:
 - a) Inadecuación notoria de la prueba con relación a los contenidos de la materia.
 - b) Incumplimiento de forma en la realización de las pruebas o en el procedimiento de su revisión.
 - c) No haber tenido en cuenta el historial académico de conjunto de todo el curso, ni los resultados de la evaluación continuada.
 - d) No haber tenido en cuenta en la calificación de grado todas las calificaciones obtenidas, con su baremo correspondiente.
5. Contra la resolución del Decano se puede recurrir ulteriormente, de acuerdo a lo establecido en el artículo 87 de los Estatutos (recursos de queja). Toda alegación estará acompañada de la documentación probatoria o la exigida por el órgano decisorio correspondiente.

2.10.5. Permanencia en la UPSA

No podrán continuar cursando su titulación los alumnos de nuevo ingreso que no aprueben ningún crédito al término del curso académico en el que acceden a la Universidad Pontificia de Salamanca.

3 . E s t r u c t u r a d e l a F a c u l t a d

3.1. Autoridades Facultad de Comunicación

DECANO

VICEDECANA ORDENACIÓN ACADÉMICA

VICEDECANO EXTENSIÓN ACADÉMICA

VICEDECANO ALUMNOS

Dr. D. Javier Nó Sánchez

Dra. D^a Elena Fernández Blanco

Dr. D. Miguel Ángel Huerta Floriano

Dr. D. Fernando Suárez Carballo

3.2. Coordinadores Académicos

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

GRADO EN PERIODISMO

GRADO EN PUBLICIDAD Y RRPP

INTERCAMBIO DE ALUMNOS

Dr. D. Pedro Sangro Colón

Dr. D. Fernando Martínez Vallvey

Dra. D^a Carmen M^a Alonso González

Dr. D. Luis Alberto Rivas Herrero

Dr. D. Juan Plaza Sánchez

3.3. Profesorado

NOMBRE	CATEGORÍA	MAIL
Dr. ALAMEDA GARCÍA, David	E. de Cátedra	dalamedaga@upsa.es
Dra. ALONSO GONZÁLEZ, Carmen M ^a	Catedrática	cmalonsogo@upsa.es
D ^a ARIAS GARCÍA, Elisa	Ayudante	eariasga@upsa.es
Dra. BORREGUERO GÓMEZ, Raquel	E. de Cátedra	rborreguero@upsa.es
D ^a CAMPOS PARRA, Gloria	Ayudante	gcampospa@upsa.es
Dra. ECHEVERRI GONZÁLEZ, Ana Lucía	Catedrática	alecheverrigo@upsa.es
Dr. ESCOBAR CUESTA, Iván	E. de Cátedra	iescobarcu@upsa.es
Dra. ESCRIBANO HERNÁNDEZ, Asunción	Catedrática	aescribanohe@upsa.es
Dra. FERNÁNDEZ BLANCO, Elena	E. de Cátedra	efernandezbl@upsa.es
Dr. GACITÚA ARANEDA, Juan Carlos	Ayudante	jcgacitua@upsa.es
Dr. GALINDO RUBIO, Fernando	E. de Cátedra	fgalindorub@upsa.es
Dra. GARCÍA GONZÁLEZ, Gloria	E. de Cátedra	ggarciago@upsa.es
D. GARCÍA MORÁN, José Luis	Adjunto	jlgarciamo@upsa.es
Dra. GARRIDO RODRÍGUEZ, María	Ayudante	mgarridogo@upsa.es
D. GELADO CRESPO, Roberto	PDI	rgeladoma@upsa.es
Dr. HERNÁNDEZ ROBLEDO, Miguel Ángel	Catedrático	mhernandezro@upsa.es
D. HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, Arturo	PDI	ahernandezsa@upsa.es
Dr. HUERTA FLORIANO, Miguel Ángel	E. de Cátedra	mahuertafl@upsa.es

Dra. IGLESIAS CRUZ, Ana Zulima	E. de Cátedra	aziglesiascr@upsa.es
Dra. LLEDÓ PATIÑO, Mercedes	Ayudante	mlledopa@upsa.es
Dr. LOSADA VÁZQUEZ, Ángel	Catedrático	alosalava@upsa.es
Dr. MACÍAS CASTILLO, Agustín	E. de Cátedra	amaciasca@upsa.es
Dra. MARQUINA TORRES, Loreto	E. de Cátedra	lmarquinato@upsa.es
Dra. MARTÍN MARTÍN, Irene	E. de Cátedra	imartinma@upsa.es
Dr. MARTÍN SAN ROMÁN, Juan Ramón	E. de Cátedra	jmartinsa@upsa.es
Dr. MARTÍNEZ VALLVEY, Fernando	Catedrático	fmartinezva@upsa.es
Dr. NO SÁNCHEZ, Javier	Catedrático	jnosa@upsa.es
Dr. ORTEGA SANTAMARÍA, Sergio	E. de Cátedra	sortegasa@upsa.es
Dr. PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel	Catedrático	lmpedreroes@upsa.es
Dra. PÉREZ HERRERO, Pilar	Titular	pperezhe@upsa.es
Dra. PÉREZ MAÍLLO, Aurora	E. de Cátedra	maperezma@upsa.es
D. PÉREZ MORÁN, Ernesto	PDI	eperezmo@upsa.es
D. PÉREZ SÁNCHEZ, Alberto	Ayudante	aperezsa@upsa.es
Dra. PINTO LOBO, M ^a Rosa	Catedrática	mrpintolo@upsa.es
Dr. PLAZA SÁNCHEZ, Juan Francisco	E. de Cátedra	jfplazasa@upsa.es
Dra. POLO GONZÁLEZ, M ^a Eugenia	E. de Cátedra	mepologo@upsa.es
Dra. PRADO HERRERA, M ^a Luz	E. de Cátedra	mlpradohe@upsa.es
Dra. QUINTANA PAZ, Nuria	E. de Cátedra	nquintana@upsa.es
Dr. RAMOS DOMINGO, José	E. de Cátedra	jramosdo@upsa.es
D ^a RAMOS GUTIÉRREZ, Mercedes	Ayudante	mramosgu@upsa.es
Dr. REY GARCÍA, Pablo	E. de Cátedra	preyga@upsa.es
Dr. RIVAS HERRERO, Luis Alberto	E. de Cátedra	larivashe@upsa.es
Dr. RIVAS NIETO, Pedro	E. de Cátedra	privasni@upsa.es
Dra. RUBIO LACOBIA, María	E. de Cátedra	mrubiola@upsa.es
Dr. SÁNCHEZ ALONSO, Óscar	E. de Cátedra	osanchezal@upsa.es
D. SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, Tomás	Ayudante	tsanchezhe@upsa.es
Dra. SÁNCHEZ LÓPEZ, Cristina	Adjunto	csanchezlo@upsa.es
Dra. SÁNCHEZ SERRANO, Consuelo	E. de Cátedra	csanchezse@upsa.es
Dr. SÁNCHEZ-ANGUITA MUÑOZ, Ángel	E. de Cátedra	asanchezmu@upsa.es
Dr. SANGRO COLÓN, Pedro	Catedrático	psangroco@upsa.es
Dr. SANTIAGO BARNÉS, Jorge	E. de Cátedra	jsantiagoba@upsa.es
Dr. SUÁREZ CARBALLO, Fernando	E. de Cátedra	fsuarezca@upsa.es
Dra. TAMARIT RODRÍGUEZ, Ana M ^a	E. de Cátedra	amtamaritro@upsa.es
Dr. URCHAGA LITAGO, José David	E. de Cátedra	jdurchagali@upsa.es
D ^a . VIÑUELA FERNÁNDEZ, Sonia	Ayudante	svinuelahe@upsa.es
Dra. WATT PÉREZ, Ninfa	Adjunto	n wattpe@upsa.es

3.4. Personal de Administración y Servicios

	NOMBRE	SERVICIO	MAIL
D.	BAJO GARCÍA, Saturio	Conserjería	sbajoga@upsa.es
D ^a	ESCRIBANO ALONSO, Raquel	Biblioteca	bibliot.com@upsa.es
D.	GONZÁLEZ GARCÍA, José M ^a	Conserjería	jmgonzalezga@upsa.es
D ^a	HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, Ana M ^a	Biblioteca	bibliot.com@upsa.es
D.	LASO VICENTE, Manuel	C.P.D.	mjasovi@upsa.es
D.	LISTA GARCÍA, Juan Jesús	Técnico Radio	jjlisgar@hotmail.com
D ^a	LÓPEZ GONZÁLEZ, Juana	Conserjería	jlopezgo@upsa.es
D.	MANZANO BORREGO, Manuel	Secretaría de Alumnos	mmanzanobo@upsa.es
D ^a	MARTÍN SANTOS, Rosa	Conserjería	rmartinsa@upsa.es
D.	MORO MANZANO, Eduardo	Infraestruct. Audiovisual	emoroga@upsa.es
D ^a	SÁNCHEZ PICADO, M ^a Isabel	Secretaría de Decanato	isanchezpi@upsa.es

4 . P r o g r a m a s d e l a s a s i g n a t u r a s

ESTRUCTURA DEL SISTEMA AUDIOVISUAL

Titulación	1º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Luis Miguel Pedrero Esteban (Impedreroes@upsa.es)
Objetivos	Reconocer la terminología y la situación actual del mercado de las industrias culturales de la comunicación audiovisual e identificar a sus principales actores. Comprender las bases, el funcionamiento y las tendencias del mercado audiovisual en cada uno de sus principales medios y soportes.
Metodología docente	Las clases se articulan en torno a explicaciones del profesor apoyadas en diferentes herramientas multimedia, a la lectura, audición o visionado de materiales documentales en diferentes soportes, y a las exposiciones de trabajos desarrollados por los alumnos según el cronograma diseñado al efecto.
Evaluación	El alumno será evaluado a partir de las calificaciones obtenidas en el desarrollo de las clases teóricas y prácticas: participación, interés, puntuación de trabajos (40%) y del examen final (60%). Éste será escrito, con varias preguntas de desarrollo.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción: las industrias culturales en la era digital. 2. La industria televisiva: contexto productivo, tipologías, retos. 3. La industria radiofónica: contexto productivo, tipologías, retos. 4. La industria discográfica: cadena de valor, operadores, mercado. 5. La industria videográfica: cadena de valor, operadores, mercado. 6. La industria cinematográfica: cadena de valor, operadores, mercado. 7. La industria del videojuego: cadena de valor, operadores, mercado. 8. Tendencias de los sistemas audiovisuales.

TECNOLOGÍA AUDIOVISUAL

Titulación	1º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Fernando Galindo Rubio (fgalindoru@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento y comprensión del alcance de la mediación que supone el desarrollo tecnológico en la evolución del sistema audiovisual. Adquisición de conocimiento práctico en el uso de herramientas de edición no lineal de audio y vídeo y experimentación con formatos tecnológicos vanguardistas de difusión digital de contenidos audiovisuales.
Metodología docente	Desarrollo en aula de los conocimientos asociados a los contenidos de la asignatura expuestos con disertaciones orales y demostraciones prácticas. Trabajo práctico en grupos reducidos que desarrolle los contenidos y habilidades instrumentales desarrolladas en los contenidos de la asignatura.
Evaluación	La asimilación de conocimiento se realizará a partir de varias pruebas escritas que corresponderán a un 60% de la nota. Se realizarán pruebas de laboratorio para comprobar la adquisición de las competencias prácticas de la asignatura (30%). Se realizará un trabajo individual al que le corresponderá un 10% de la calificación.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fundamentos teóricos de fotografía. Óptica. Dispositivos de captura de imagen. 2. Señal de vídeo analógico y digital. Digitalización, cuantificación y compresión. 3. Sistemas de edición lineal y no lineal de vídeo. 4. Fundamentos de postproducción y composición digital de vídeo. 5. Sistemas tradicionales de difusión y tendencias en soportes digitales.

LENGUAJE CINEMATOGRAFICO Y TELEVISIVO

Titulación	1º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Pedro Sangro Colón (psancroco@upsa.es)
Objetivos	Conocer las estrategias discursivas de lenguaje al alcance del realizador audiovisual; reconocer las características de los principales modelos discursivos audiovisuales; aplicar técnicas de lectura, análisis y comprensión de las estrategias de lenguaje en largometrajes y series televisivas.
Metodología docente	Clases magistrales teóricas apoyadas en la ilustración audiovisual de fragmentos de filmes. Sesiones prácticas centradas en la participación del alumno, dedicadas al análisis formal de obras audiovisuales de ficción completas. Encargo de comentarios de texto para realizar fuera del aula con fecha de entrega anunciada.
Evaluación	Tanto en convocatoria ordinaria como extraordinaria: el 60% de la nota depende de la entrega puntual y valoración de los comentarios de texto, así como la aportación personal en clases prácticas. El 40% depende del examen del temario, que incluye visionados y lecturas obligatorias. Las faltas de asistencia restan nota.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metodología cuantitativa: proceso de investigación cuantitativa. 2. Planificación: concepto, tipos y usos 3. El poder del montaje 4. Punto de vista e identificación cinematográfica 5. Los narradores cinematográficos: tipología y posibilidades 6. El tiempo cinematográfico: proyección, acción y percepción 7. El lenguaje clásico. 8. Lenguaje y vanguardias: rupturas. 9. El relato audiovisual contemporáneo. Estudio de caso: el lenguaje en Alfred Hitchcock.

HECHO RELIGIOSO Y FE CRISTIANA

Titulación	1º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Formación básica. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Miguel Anxo Pena González (mapenago@upsa.es)
Objetivos	Profundizar en la importancia y la universalidad del hecho religioso en las diversas culturas. Conocer el vínculo existente entre las doctrinas religiosas, su entorno sociocultural y el compromiso ético que dimana de ellas. Capacitar al alumno para la comunicación mediática sobre asuntos relacionados con las religiones en general y con la Iglesia católica en particular.
M. docente	Sesiones magistrales. Tutorías personales y talleres de grupo. Apoyo audiovisual.
Evaluación	Evaluación continua, manifiesta en la participación y presencia de los alumnos en las clases docentes. Trabajos que favorecerán una asimilación personal y progresiva de la asignatura. Como trabajo final se puede realizar un examen escrito.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. El hecho religioso. 2. Estructura antropológica del hecho religioso 3. Las religiones en la historia: El budismo. El judaísmo. El islam. 4. La Biblia y la revelación cristiana. 5. La fe cristiana en diálogo con la cultura.

INVESTIGACIÓN DE FUENTES DOCUMENTALES	
Titulación	1º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Formación básica. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a María Rubio Lacoba (mrubiola@upsa.es)
Objetivos	Interiorizar la estrategia de información como un procedimiento efectivo para acometer cualquier búsqueda de fuentes. Ofrecer pautas y criterios para saber buscar, evaluar, sintetizar y utilizar todo tipo de fuentes documentales (al margen de su soporte). Entrenar el uso de dichas fuentes documentales en la confección de un trabajo de investigación o de comunicación. Normalizar un modelo sistemático de citación de fuentes documentales.
Metodología docente	Las clases combinarán sesiones teóricas con sesiones prácticas, en donde se pondrán distintos ejercicios (tanto individuales como grupales), así como debates de grupo, que refuercen y pongan sobre el terreno práctico los contenidos expuestos en las sesiones teóricas. Asimismo, habrá tutorías personales periódicas, destinadas a hacer un seguimiento personalizado del trabajo de evaluación final.
Evaluación	La asignatura se evalúa mediante la elaboración de un trabajo de investigación, de temática libre, preferentemente individual. Debe reflejar las técnicas y criterios de recogida de fuentes documentales expuestos durante el curso. Debe testimoniar el conocimiento y empleo de la estrategia de información. Debe demostrar el manejo de la citación sistemática de las fuentes consultadas. Ha de ser defendido ante el profesor. Adicionalmente, a lo largo del curso, se podrán solicitar pequeños ejercicios individuales o grupales.
Temario	1. El valor actual de la información. 2. Las fuentes de información. 3. Estrategia de información. 4. Cómo citar fuentes correctamente. 5. Cómo organizar un trabajo de investigación.

INGLÉS	
Titulación	1º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Formación básica. Primer semestre.
Profesor/a	D ^a Emma Villafaina Muñoz (evillafainamu@upsa.es)
Objetivos	Comprender las ideas principales de un discurso en el que se tratan asuntos cotidianos (trabajo, universidad, ocio, etc.). Comprender textos redactados en inglés de uso habitual y cotidiano. Participar espontáneamente en una conversación que trate temas cotidianos (familia, aficiones, trabajo, viajes y acontecimientos actuales). Saber narrar y escribir una historia o relato, la trama de un libro o película, etc.
Metodología docente	Exposiciones teóricas de los contenidos conceptuales de la asignatura y trabajos prácticos guiados por el profesor enfocados al desarrollo de las cuatro destrezas en lengua inglesa.
Evaluación	Se requerirán los conocimientos y competencias para el dominio del inglés en el nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER). La evaluación consistirá en un examen práctico escrito y oral y en actividades prácticas guiadas por el profesor.
Temario	1. Verb tenses. 2. Personal Pronouns. 3. Adjectives. 4. Modal and semi-modal verbs. 5. Conditional Sentences. 6. Time clauses. 7. Ing and to-Infinitive. 8. Articles. 9. Reported speech. 10. The Passive voice. 11. Defining and non-defining relative clauses. 12: Phrasal verbs.

BASES DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Titulación	1º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Miguel Ángel Hernández Robledo (mahernandezro@upsa.es)
Objetivos	Manejar la terminología básica de la producción televisiva. Conocer las implicaciones jurídicas de la producción televisiva. Conocer las últimas tendencias en la producción televisiva. Aplicar las técnicas, métodos y herramientas tecnológicas que permiten el diseño, planificación y organización de los recursos humanos y medios técnicos y presupuestarios para producir obras audiovisuales en televisión
Metodología docente	Presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados a los contenidos de la producción audiovisual, expuestos con lecciones magistrales, exposiciones compartidas y debates posicionados Trabajo de prácticas en grupos pequeños que profundice en procedimientos y destrezas de la gestión de la producción empleados en la elaboración de contenidos televisivos.
Evaluación	La asignatura se evaluará a partir de una prueba final escrita (50% de la nota). Así mismo, se evaluarán diversas tareas prácticas propias de la gestión de la producción (30%). Se realizarán dos trabajos individuales (20% de la calificación).
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. El proceso de producción en televisión. 2. Adquisición de derechos en televisión. 3. Recursos humanos implicados en la producción televisiva. 4. Recursos técnicos utilizados en la producción televisiva. 5. Organización de los recursos humanos y técnicos implicados en la producción. 6. Recursos informáticos en la gestión de la producción.

DERECHO

Titulación	1º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Agustín Macías Castillo (amaciasca@upsa.es)
Objetivos	conocer las normas esenciales del ordenamiento jurídico español, con especial atención al estudio de la Constitución Española y al sistema de fuentes, adquiriendo las destrezas correspondientes a la identificación de las normas jurídicas y el entendimiento básico del sistema normativo.
Metodología docente	Las clases teóricas alternarán los métodos tradicionales de clases magistrales con la realización de seminarios y tutorías con grupos reducidos. Las clases prácticas se desarrollarán con la metodología del caso y la puesta y corrección tutelada por el profesor del trabajo no presencial.
Evaluación	Asistencia a clase obligatoria. Examen final tipo test. La entrega de las prácticas y trabajos propuestos por el profesor podrán incrementar la nota final hasta un 20%, siempre que el examen final esté superado (5, aprobado).
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Concepto de Derecho. 2. Ordenamiento Jurídico. 3. Fuentes del Derecho. 4. Eficacia y aplicación de las normas jurídicas. 6. Derecho constitucional. 7. Derecho administrativo. 8. El Derecho de la persona. 9. El Derecho patrimonial dinámico. 10. El Derecho patrimonial estático. 11. Derecho Penal. 12. Los delitos y la libertad de expresión. 13. Derecho del trabajo. 14. El Derecho de la Información. 15. La libertad de expresión y el derecho a la información. 16. Los límites del derecho a la información. 17. Instrumentos de protección de la libertad de expresión.

HISTORIA	
Titulación	1º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a M ^a Luz de Prado Herrera (mlpradohe@upsa.es)
Objetivos	Capacitar a los alumnos en el conocimiento y comprensión de los acontecimientos históricos ocurridos en los dos últimos siglos, además de proporcionarles las claves y las técnicas para desarrollar análisis rigurosos que le permitan entender la evolución histórica de la sociedad contemporánea.
Metodología docente	Se seguirá un método interactivo basado en la explicación teórica por parte del profesor -fomentando el debate y el análisis crítico- y la participación activa del alumno exponiendo los resultados obtenidos en las prácticas realizadas en los seminarios y tutorías correspondientes.
Evaluación	Evaluación continua, mediante pruebas teórico-prácticas realizadas en el aula o en casa sobre la materia impartida por el profesor; prueba final, con cuestiones teóricas y prácticas, realizada por el alumno al final del periodo lectivo.
Temario	I. Introducción. 1. Repaso de la Historia del s. XIX. España en el contexto mundial. II. El s. XX. Primera mitad. 2. La Primera Guerra Mundial. 3. La Revolución Rusa y el Stalinismo. 4. El mundo de entreguerras. 5. España: crisis de la Monarquía, República y Guerra Civil. 6. Conflictividad internacional y II Guerra Mundial. III. El s. XX. Segunda mitad. 7. De la guerra fría a la coexistencia entre los bloques. 8. El bloque comunista: la URSS y los países del Este (1945-1991). 9. Las democracias occidentales en la segunda mitad del siglo XX. 10. La descolonización y los problemas del 3er Mundo. 11. La dictadura franquista (1939-1975). 12. Transición política y consolidación de la democracia en España. 13. El declive del comunismo y la hegemonía de EEUU. 14. El mundo en los albores del siglo XXI.

EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA	
Titulación	1º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Formación Básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Fernando Martínez Vallvey (fmartinezva@upsa.es)
Objetivos	Conocer las características para una comunicación oral o escrita eficaz. Desarrollar la capacidad creativa en los textos. Saber aplicar los fundamentos de la retórica a la comunicación oral y escrita. Conocer teóricamente los modos expresivos.
Metodología docente	En las clases teóricas se expondrán los contenidos teóricos, que después aplicarán los alumnos en las clases prácticas mediante la realización de ejercicios específicos.
Evaluación	La prueba escrita supone un 50% de la nota total y la realización de prácticas en clase supondrá otro 50 por ciento. La asistencia a las clases teóricas será valorada para la nota final.
Temario	1. Creatividad y escritura 2. Descripción. 3. Narración. 4. Argumentación. 5. Exposición. 6. Estrategias retóricas. 7. Exposición oral.

NARRATIVA CINEMATOGRAFICA Y TELEVISIVA

Titulación	1º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Pedro Sangro Colón (psancroco@upsa.es)
Objetivos	a) Conocer las estrategias narrativas sobre las que se asientan los relatos audiovisuales de ficción; b) Aplicar técnicas de lectura, análisis y comprensión de las estrategias narrativas en largometrajes y series televisivas.
Metodología docente	Clases magistrales teóricas apoyadas en la ilustración audiovisual de fragmentos de filmes. Sesiones prácticas centradas en la participación del alumno, dedicadas al análisis formal de obras audiovisuales de ficción completas. Encargo de comentarios de texto para realizar fuera del aula con fecha de entrega anunciada.
Evaluación	Tanto en convocatoria ordinaria como extraordinaria: el 60% de la nota depende de la entrega puntual y valoración de los comentarios de texto, así como la aportación personal en clases prácticas. El 40% depende del examen del temario, que incluye visionados y lecturas obligatorias. Las faltas de asistencia restan nota.
Temario	1. Trama cinematográfica y conflicto. 2. La estructura en tres actos. 3. Acto I: planteamiento. 4. Acto II: el nudo. 5. Acto III: el desenlace. 6. Tramas maestras de Ronald Tobías. 7. EL héroe. 8. La serialidad audiovisual. 9. Narrativa televisiva: series. 10. Ficción americana de TV: el drama. 11. Ficción americana de TV: la comedia. 12. La ficción televisiva española.

PSICOLOGÍA

Titulación	1º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Cristina Sánchez López (csanchezlo@upsa.es)
Objetivos	Analizar desde una aproximación teórico-práctica los fundamentos psicológicos que subyacen al fenómeno de la comunicación humana. Facilitar al alumno herramientas para un análisis psicológico de los procesos comunicativos en la realidad social. Fomentar el juicio crítico y la flexibilidad de pensamiento.
Metodología docente	Parte teórica: Se llevarán a cabo exposiciones orales de los diferentes temas y debates semi-estructurados; así como análisis de casos y ejemplos prácticos. Parte práctica: Se utilizarán lecturas y material audiovisual de apoyo. Se realizarán técnicas de dinámica de grupos y se reproducirán experimentos reales.
Evaluación	Será necesario realizar una prueba escrita objetiva, la cual computará un 80% de la nota final, así como la realización y entrega de trabajos en el aula, tanto de forma grupal como individual, lo cual supondrá un 20%. La asistencia a las clases prácticas, en su mayoría, será condición necesaria para superar la asignatura.
Temario	1. La psicología como ciencia. 2. Biología y comportamiento. 3. ¿Por qué nos comunicamos? Razones psicosociales. 4. El enfoque metacomunicacional. 5. Comunicación verbal. 6. Comunicación no verbal. 7. Procesos perceptivos. Percepción e imagen. 8. Procesos atencionales. 9. Procesos mnésicos. 10. Ámbitos aplicados.

LENGUAJE RADIOFÓNICO	
Titulación	2º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Ana M ^a Tamarit Rodríguez (amtamaritro@upsa.es)
Objetivos	Conocer y aplicar los elementos de la narrativa audiovisual para elaborar contenidos de ficción y entretenimiento en radio. Conocimientos del lenguaje y los métodos empleados en los procesos de comunicación radiofónica. Conocer y comprender las estrategias discursivas del comunicador de radio.
Metodología docente	Lección magistral en la que se expondrán los contenidos teóricos, complementado con diferentes audiciones. En las sesiones prácticas los alumnos investigarán y analizarán los contenidos radiofónicos de ficción que se emiten en las diferentes emisoras, aplicando los conocimientos teóricos impartidos.
Evaluación	El alumno tendrá una evaluación continua mediante ejercicios prácticos (individuales y en grupo) y una prueba al final del período lectivo con cuestiones teóricas y prácticas que se realizará de forma individual.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Por qué la radio en España es como es? Y ¿dónde está la ficción? 2. Evolución histórica: desde las radionovelas a la ficción y el entretenimiento. 3. El sonido. 4. Naturaleza del canal radiofónico. 5. Características del canal de radio. 6. Lenguaje radiofónico: la palabra, la música, los efectos y el silencio. 7. La coctelera del lenguaje.

ELABORACIÓN DE TRABAJOS ACADÉMICOS CON INDICADORES DE CALIDAD	
Titulación	2º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Formación Básica. Primer semestre.
Profesor/a	
Objetivos	Proporcionar capacidad de análisis y síntesis, capacidad de organización y planificación. Comunicación oral y escrita en la lengua propia.
Metodología docente	El alumno conocerá los fundamentos básicos para elaborar trabajos académicos: técnicas generales de elaboración, fuentes de documentación y redacción, presentación y defensa de los trabajos de investigación. En clases prácticas se realizarán ejercicios para elaborar la introducción y las conclusiones, estructura del trabajo, fichas de contenido: modelos y utilidad, la elaboración de índices, resúmenes y notas a pie de página, citas bibliográficas, presentación y defensa.
Evaluación	Examen final (20% de la nota final). Las actividades realizadas en clase tendrán un valor del 15%. El trabajo sobre en pequeño grupo supondrá el 15% de la nota. El trabajo individual representará el 50% de la nota.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aproximación a la elaboración, presentación y defensa de trabajos académicos. 2. El trabajo académico: tema, fuentes de información y documentación. 3. Cualidades y rasgos para la elaboración de trabajos académicos. 4. Técnicas relativas al contenido.

REALIZACIÓN Y ESTÉTICA CINEMATOGRÁFICA

Titulación	2º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Miguel Ángel Huerta Floriano (mahuertafll@upsa.es)
Objetivos	Manejar la terminología propia de la estética y la realización cinematográfica. Conocer las características y el desarrollo de los principales movimientos, escuelas y autores cinematográficos con el criterio de la realización. Aplicar técnicas de lectura, análisis y crítica de las técnicas de realización cinematográfica.
Metodología docente	Sesiones teóricas de clases magistrales en las que se expondrá el temario mediante la ilustración audiovisual de fragmentos de filmes. Sesiones prácticas centradas en la participación del alumno, dedicadas al análisis formal de obras audiovisuales de ficción completas.
Evaluación	Tanto en convocatoria ordinaria como extraordinaria: una parte de la calificación depende de la entrega puntual y valoración de los comentarios de texto realizados por el alumno, así como su aportación personal en las clases prácticas. Otra parte de la calificación depende del examen del temario impartido en la teoría, que incluye visionados y lecturas obligatorias. Las faltas de asistencia restarán parte de la calificación final.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. La estética del cine y el trabajo del realizador. 2. Fundamentos de la realización cinematográfica. 3. Evolución de la estética en cine: del cine primitivo al contemporáneo. 4. Movimientos y escuelas estéticas: características e influencias. 5. La autoría cinematográfica: directores de referencia.

VISIÓN CRISTIANA DEL HOMBRE Y LA SOCIEDAD

Titulación	2º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Formación básica. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Fernando Rodríguez Garrapucho (frodriguezga@upsa.es)
Objetivos	Ofrecer los conocimientos básicos de la acción social cristiana y la DSI a favor del hombre y de la sociedad y la búsqueda del sentido de la vida. Se capacitará al alumno para descubrir en la vida y en las estructuras sociales las actitudes humanas y las propuestas cristianas que le ayuden a asumir su situación profesional.
Metodología docente	Exposición de conocimientos básicos por el profesor con esquemas, exposición de láminas y el seguimiento de un manual fundamental. Las sesiones prácticas, además del diálogo tutorial personalizado, girarán en torno a la lectura de una obra bibliográfica sobre el tema y presentación de resultados por parte del alumno.
Evaluación	El alumno elaborará una síntesis de la materia orientada a la praxis profesional donde se manifieste que conoce el contenido de la misma.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. El hombre, ser creado. 2. El hombre, ser personal. 3. El destino del hombre. 4. El hombre, ser social. 5. Pensamiento cristiano sobre la actividad económica. 6. La comunidad política en la Doctrina Social de la Iglesia.

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Titulación	2º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a M ^a Rosa Pinto Lobo (mrpintolo@upsa.es)
Objetivos	Conocer las teorías, los métodos y los autores que abordan la investigación de los procesos de la Comunicación Audiovisual. Analizar las representaciones audiovisuales y multimedia. Elaborar mensajes audiovisuales desde los presupuestos teóricos de la Comunicación Audiovisual.
Metodología docente	Presentación teórica en el aula de los conceptos y los procedimientos asociados a los contenidos de la asignatura mediante exposiciones magistrales, exposiciones compartidas del docente y los estudiantes y debates. Realización de prácticas audiovisuales en grupos que profundicen en procedimientos y destrezas en el proceso de la Comunicación Audiovisual. Seminarios y tutorías docentes presenciales.
Evaluación	a) Pruebas periódicas individuales o en grupo. b) Trabajos prácticos de carácter individual o colectivo; c) análisis de lecturas y obras audiovisuales.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. El objeto de estudio de la Teoría de la Comunicación Audiovisual. 2. La Teoría de la Comunicación Audiovisual y las Ciencias Sociales. 3. La representación icónica. 4. La representación acústica. 5. Teorías de los agentes, control y producción de la Comunicación Audiovisual. 6. Teorías de contenidos audiovisuales. 7. Análisis de contenido audiovisual. 8. Teorías sobre los medios audiovisuales. 9. La recepción audiovisual y multimedia. 10. Los efectos audiovisuales.

CIENCIA POLÍTICA

Titulación	2º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Pedro Rivas Nieto (privasni@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento de la teoría política y análisis de la práctica de la política en sus diversas manifestaciones. Conocimiento de historia del pensamiento político, de teoría del Estado y de política aplicada. Comprensión de la actualidad política. Desarrollo de la capacidad de análisis político.
Metodología docente	Presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados a los contenidos utilizando los métodos de lección magistral, debates y exposición de casos. Trabajos de prácticas en grupos reducidos que profundizan en las cuestiones teóricas explicadas y desarrollan destrezas de análisis político.
Evaluación	Prueba escrita final (70% de la calificación). Evaluación de prácticas y ejercicios para comprobar la adquisición de las competencias de análisis (30% de la calificación). Han de superarse ambas partes.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fundamentos para el análisis político. 2. Perspectiva comparada de los sistemas políticos contemporáneos. 3. La democracia actual en Europa, América Latina y Estados Unidos 4. Problemas de la gobernación. 5. El sistema político en la Unión Europea.

ECONOMÍA	
Titulación	2º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Luis Alberto Rivas Herrero (larivashe@upsa.es)
Objetivos	Comprender las instituciones económicas como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales sobre cómo funciona la economía. Comprender el comportamiento de los agentes económicos (consumidores y empresas) y de los mecanismos de funcionamiento de mercado. Conocer los principales macro-agregados económicos y su utilidad.
Metodología docente	Clases teóricas: presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados a los contenidos de la asignatura expuestos con lecciones magistrales, debates posicionados y exposiciones compartidas. Clases teóricas: se completan en todas las sesiones con ejemplos y aplicaciones al mundo de la C. Audiovisual.
Evaluación	Examen teórico tipo test y mediante prácticas, trabajos y tareas realizadas.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción. Micro y macroeconomía, economía normativa y positiva. Metodología, factores productivos, corto y largo plazo, macromagnitudes 2. Microeconomía. Oferta. Demanda. Función de producción. Costes. Competencia perfecta. Monopolio. Competencia monopolística. Oligopolio. Externalidades. El sector audiovisual: características y principales cifras 3. Macroeconomía. Demanda agregada. Oferta agregada. Inflación. Desempleo. Crecimiento económico. Política monetaria. Política fiscal. El corto y el largo plazo. Efectos de la política macroeconómica sobre el sector audiovisual.

INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA	
Titulación	2º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Myriam Codes Valcarce (mcodesva@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento básico de la metodología de la investigación, de las fuentes, el análisis, la interpretación y síntesis, y de las herramientas explicadas. Capacidad de gestión de la información y de aprendizaje autónomo. Capacidad heurística y de especulación para la resolución de problemas, la realización de nuevos proyectos y estrategias de acción.
Metología docente	El profesor expondrá los contenidos, con medios tecnológicos (proyectors, conexión a Internet) y tradicionales, contando con el apoyo de la bibliografía específica de la materia. Se utilizarán los laboratorios de ordenadores, en los que de forma simultánea se reforzará la teoría con una práctica continua guiada por el profesor.
Evaluación	Combinación de evaluación continua y evaluación final: a) prueba objetiva final con cuestiones teóricas y prácticas con carácter individual; b) evaluación continua mediante pruebas teórico-prácticas similares a las realizadas en las clases diarias, realizadas tanto de forma presencial como no presencial.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a los Sistemas Operativos. 2. Presentación de la información en soportes tecnológicos. 3. Organización de la información mediante herramientas informáticas. 4. Herramientas web.

GÉNEROS AUDIOVISUALES DE FICCIÓN

Titulación	2º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Miguel Ángel Huerta Floriano (mahuertaf@upsa.es)
Objetivos	Aprender y manejar la terminología propia de los condicionantes genéricos en la creación de discursos audiovisuales de ficción. Comprender los conceptos que fundamentan la dimensión genérica de las producciones cinematográficas y televisivas de ficción. Conocer la clasificación y convenciones de los principales géneros cinematográficos y televisivos orientados a la aplicación por el realizador.
Metodología docente	Sesiones teóricas de clases magistrales en las que se expondrá el temario mediante la ilustración audiovisual de fragmentos de filmes. Sesiones prácticas centradas en la participación del alumno, dedicadas al análisis formal de obras audiovisuales de ficción completas.
Evaluación	Tanto en convocatoria ordinaria como extraordinaria: una parte de la calificación depende de la entrega puntual y valoración de los comentarios de texto realizados por el alumno, así como su aportación personal en las clases prácticas. Otra parte de la calificación depende del examen del temario impartido en la teoría, que incluye visionados y lecturas obligatorias. Las faltas de asistencia restarán parte de la calificación final.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. El concepto de género en cine y televisión. 2. Las convenciones genéricas: implicaciones en la realización cinematográfica y televisiva. 3. La evolución de los géneros en la ficción audiovisual. 4. Catálogo y características de los principales géneros cinematográficos. 5. Catálogo y características de los principales géneros televisivos de ficción. 6. Los géneros híbridos en la era digital.

HISTORIA CONTEMPORÁNEA DE LAS IDEAS

Titulación	2º Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Modesto Gómez Alonso (mgomezal@upsa.es)
Objetivos	Adquirir un conocimiento suficiente de las grandes líneas que han configurado el pensamiento en el mundo contemporáneo. Identificar los autores más relevantes e influyentes e iniciarse en el estudio de los textos clásicos en la historia de las ideas.
Metodología docente	Clases magistrales y lecturas críticas de los principales textos a modo de seminario y con intervenciones expositivas por parte del alumno. En las tutorías se asesorará en el proceso de elaboración de trabajos prácticos y se resolverán las dudas.
Evaluación	El 60% de la nota se obtendrá a partir del resultado conseguido en una prueba presencial escrita. El otro 40% se obtendrá de la evaluación de las exposiciones y actividades prácticas guiadas por el profesor (30%) y del seguimiento del aprendizaje realizado por el alumno en las tutorías individuales y en grupos (10%).
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. La unidad del conocimiento y la crisis de las ciencias europeas. 2. El hombre y la tarea de pensar. 3. Religión y saber. 4. Política y pensamiento. 5. El debate de la Postmodernidad.

SOCIOLOGÍA

Titulación	2º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Jorge Santiago Barnés (jsantiagoba@upsa.es)
Objetivos	Conocer la sociedad humana entendida como grupos, asociaciones, colectivos e instituciones. Investigar los grupos sociales, su organización, sus relaciones internas y las que mantienen con el sistema social. Analizar las corrientes sociológicas más relevantes para la comprender el rol de los medios. Desarrollar los principales métodos sociológicos de investigación y de las técnicas que los conforman.
Metodología docente	Los contenidos serán impartidos en lecciones teóricas magistrales mediante la discusión, análisis y e investigación de casos sociales actuales. Las prácticas complementarán los conocimientos teóricos adquiridos y servirán de plataforma expositiva a trabajos individuales y colectivos de discusión grupal.
Evaluación	Consistirá en la suma de las calificaciones obtenidas en las prácticas realizadas, en las lecturas y trabajos de realización obligatoria así como en el examen final teórico. Para superar la asignatura siempre se deberá aprobar el examen teórico.
Temario	1. Objeto y naturaleza de la Sociología. 2. Desarrollo histórico. 3. Método. 4. Técnicas de Investigación. 5. Socialización de la personalidad. 6. Status y rol. 7. Agrupaciones. 8. Estratificación social. 9. Estructuras e Instituciones. 10. Cambio y desviación.

TEORÍA Y ESCRITURA LITERARIA

Titulación	2º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. Dª Asunción Escribano Hernández (aescribanohe@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento de las características formales de los distintos géneros literarios, y de las técnicas, estructuras y elementos lingüísticos que se han empleado en las distintas obras representativas de la literatura universal, así como de su adaptación a formatos audiovisuales de ficción.
Metodología docente	Presentación de los conceptos teóricos utilizando el método de lección magistral por parte del profesor. Aplicación a casos concretos llevada a cabo críticamente por el alumno. Y desarrollo de un trabajo práctico –individual o grupal- coordinado por el profesor que tendrá que ser expuesto en clase por el alumno.
Evaluación	La asimilación de conocimiento se realizará a partir de varias pruebas escritas que corresponderán a un 60% de la calificación. Así mismo, se realizarán pruebas para comprobar la adquisición de las competencias prácticas de la asignatura (30%). Por último se realizará un trabajo al que le corresponderá un 10% de la calificación.
Temario	1. Géneros literarios y estilo. 2. Literatura hasta el siglo XX y su adaptación audiovisual. 3. Literatura en el siglo XX y su adaptación audiovisual. 4. Literatura en el siglo XXI y su adaptación audiovisual.

DERECHO AUDIOVISUAL	
Titulación	3º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Agustín Macías Castillo (amaciasca@upsa.es)
Objetivos	Estudio del régimen jurídico del Cine, la TV, la Radio y las creaciones multimedia, con especial atención a Internet y el entorno digital. Estudio del Estatuto jurídico del comunicador audiovisual, derechos y obligaciones de éste y responsabilidad profesional del mismo. Estudio de los derechos de los ciudadanos en cuanto destinatarios (público) de las creaciones y producciones audiovisuales y multimedia.
Metodología docente	Clases teóricas y prácticas. Las clases teóricas alternarán los métodos tradicionales de clases magistrales con la realización de seminarios y tutorías con grupos reducidos. Las clases prácticas se desarrollarán con la metodología del caso y la puesta y corrección tutelada por el profesor del trabajo no presencial.
Evaluación	Asistencia a clase obligatoria. Examen final oral. La entrega de las prácticas y trabajos propuestos por el profesor podrán incrementar la nota final hasta un 20%, siempre que el examen final esté superado (5, aprobado).
Temario	1. La libertad de expresión y el derecho a la información. 2. El Estatuto jurídico del comunicador profesional. 3. El régimen de la contratación del comunicador audiovisual. 4. La protección de la creación comunicativa y multimedia. 5. El régimen jurídico de la Cinematografía. 6. El régimen jurídico de la Televisión. 7. El régimen jurídico de la Radiodifusión. 8. El régimen jurídico de Internet. 9. La autorregulación del audiovisual y de Internet.

REALIZACIÓN DE PROGRAMAS TELEVISIVOS	
Titulación	3º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Miguel Ángel Hernández Robledo (mahernandezro@upsa.es)
Objetivos	Conocer y aplicar las técnicas de realización audiovisual en televisión en sus diversas fases. Capacitar en los procesos y técnicas de realización de las producciones “monocámara” y “multicámara” para programas de televisión. Capacitar al alumno en las destrezas para incorporarse a un equipo que trabaja de forma colectiva.
Metodología docente	Presentación de los conceptos y procedimientos asociados a la realización de programas televisivos mediante lección magistral, exposiciones compartidas y debates posicionados. Trabajo práctico de laboratorio en grupos reducidos que profunde en procedimientos y destrezas asociados al contenido de la asignatura.
Evaluación	Prueba final escrita sobre los contenidos teóricos impartidos (50% de la nota). Se evaluarán diversas tareas prácticas de realización televisiva que permitirán comprobar la adquisición de las competencias prácticas (40%). Por último, se realizará un trabajo individual al que le corresponderá un 10% de la calificación.
Temario	1. Concepto y modalidades de realización 2. Técnicas de realización televisiva 3. Recursos tecnológicos para la realización 4. Estilos de realización por tipos de programas televisivos.

PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA

Titulación	3º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Luis Miguel Pedrero Esteban (Impedroeros@upsa.es)
Objetivos	Conocer y comprender las bases históricas, económicas y sociales de la oferta radiofónica. Descubrir las estrategias de programación habituales en radio convencional y especializada. Conformar una actitud receptiva capacitada para juzgar la adecuación de los mensajes radiofónicos a distintos públicos y soportes.
Metodología docente	Las clases se articulan en torno a explicaciones participativas y apoyadas en distintas herramientas multimedia, a la lectura, audición y visionado de documentos audiovisuales y a las exposiciones de trabajos desarrollados por los alumnos según el cronograma diseñado al efecto.
Evaluación	El alumno será evaluado a partir de las calificaciones obtenidas en el desarrollo de las clases teóricas y prácticas: participación, interés, puntuación de trabajos (40%) y del examen final (60%). Éste será escrito, con varias preguntas de desarrollo.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Historia de la radio y de la programación radiofónica. 2. Los formatos de radio convencional: tipología y regularidades. 3. Los formatos de radio especializada: tipología y regularidades. 4. Los formatos radiofónicos informativos: historia, variantes. 5. Los formatos radiofónicos musicales: historia, variantes. 6. Otros formatos y soportes: evolución y diversificación. 7. Tendencias de programación radiofónica.

PRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA

Titulación	3º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Pedro Sangro Colón (psangroco@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento y aplicación de las rutinas de trabajo del productor cinematográfico; conocimiento de los diferentes modelos de producción (grandes estudios y productoras independientes) y del panorama de la industria nacional e internacional.
Metodología docente	Sesiones teórico-prácticas en el aula centradas en la participación del alumno: explicaciones del profesor, visionados, entrega de tareas, revisiones y exposiciones del alumno. Encargo de piezas audiovisuales y ejercicios escritos para realizar fuera del aula con fecha de entrega anunciada.
Evaluación	El 80% de la nota depende de la entrega puntual y valoración de los trabajos y ejercicios realizados. El 20% depende de la aportación personal del alumno en el aula. Las faltas de asistencia restan nota.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. La producción cinematográfica: concepto y propuesta de debate. 2. Evolución histórica: de los grandes estudios a los independientes. 3. Preproducción cinematográfica: financiación y planificación de largometrajes. 4. El rodaje: organización y responsabilidad de los equipos de trabajo. 5. Montaje y postproducción: la última versión de la película. 6. Distribución: las ventanas de explotación del cine. 7. Promoción: estrategias de venta y participación en festivales. 8. Exhibición: la taquilla y el público. 9. La industria del cine hoy: radiografía del cine español, europeo y estadounidense. 10. La figura del productor: los casos de Robert Evans y Elías Querejeta. 11. La producción en cooperativa: Ken Loach y la productora Parallax.

GUIÓN CINEMATográfico

Titulación	3º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Pedro Sangro Colón (psangroco@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento y aplicación de las herramientas dramáticas y las rutinas profesionales empleadas por los guionistas en la construcción de historias para el cine.
Metodología docente	Clases magistrales en las que se expondrá el temario mediante la ilustración de fragmentos de filmes. Sesiones prácticas centradas en la participación del alumno: escritura de ejercicios, puesta en común, correcciones y exposiciones del alumno. Ejercicios escritos para realizar fuera del aula con fecha de entrega anunciada.
Evaluación	En convocatoria ordinaria: el 80 % de la nota depende de la entrega puntual y valoración de los trabajos y ejercicios realizados. El 20% restante depende de la aportación personal de cada alumno en el aula. Las faltas de asistencia restan nota.
Temario	1. El oficio del guionista: la formación y las rutinas profesionales de los escritores audiovisuales. 2. La estructura en tres actos: planteamiento, nudo y desenlace. 3. Sinopsis, escaleta tratamiento y guión definitivo. 4. El formato profesional para la escritura de largometrajes. 5. Diseño de personajes de ficción para cine. 6. Escritura de escenas: posibilidades. 7. El guión de cine: la literatura en tránsito. 8. El oficio del guionista: formación y rutinas profesionales. 9. Sinopsis, escaleta tratamiento y guión definitivo. 10. El formato profesional para la escritura de largometrajes. 11. Construcción de personajes de ficción para cine. 12. Escritura de escenas: posibilidades. 13. Escritura de diálogos: opciones. 14. El Pitch y la venta de guiones. 15. Estudio de caso: el guión en William Goldman.

DEONTOLOGÍA AUDIOVISUAL

Titulación	3º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. Dª Ninfá Watt Pérez (nwattpe@upsa.es)
Objetivos	Tomar conciencia de la responsabilidad social del comunicador audiovisual. Conocer los Derechos Humanos, los principios éticos y las normas deontológicas específicas como marcos de referencia, así como los mecanismos de regulación y autorregulación. Desarrollar la capacidad de análisis y el sentido crítico frente a las prácticas profesionales. Profundizar en la capacidad de afrontar cuestiones éticas y analizarlas.
Metodología docente	Se impartirán clases teóricas para la explicación de los contenidos fundamentales, completadas con lecturas orientadas y trabajo personal del alumno. Las prácticas serán grupales en algunos casos, con debate posterior moderado por el profesor; de pequeño grupo, según pautas; o personales, con seguimiento del profesor.
Evaluación	La calificación final será resultado de la evaluación continua a lo largo del curso (participación activa en clase, prácticas, actividades propuestas y lecturas), más el examen final de síntesis de la asignatura. La nota será única y global.
Temario	1. Responsabilidad social del comunicador audiovisual. 2. Vocación ética del ser humano. 3. Pensar la vida desde la profesión: humanismo y derechos humanos. 4. Lugar de la ética en la comunicación: creatividad frente a manipulación. 5. Deontología en la práctica profesional: regulación y autorregulación.

REALIZACIÓN DE CORTOMETRAJES

Titulación	3º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Miguel Ángel Huerta Floriano (mahuertaf@upsa.es)
Objetivos	Comprender los conceptos y condicionantes que afectan al proyecto de realización de un cortometraje. Aplicar procedimientos y técnicas eficaces para la creación de cortometrajes de ficción. Adaptarse a las rutinas del trabajo en equipo para resolver la preproducción, producción y posproducción de un proyecto de cortometraje.
Metodología docente	Las sesiones teóricas desarrollarán, mediante lecciones magistrales y visionados, los conceptos básicos para el desarrollo de proyectos de cortometrajes desde una perspectiva múltiple: producción, narración y realización, con especial énfasis en esta última. En las sesiones prácticas, los alumnos se organizarán en grupos y cada uno de ellos realizará un cortometraje tutorizado por un profesor que fijará los condicionantes de partida.
Evaluación	La evaluación se realizará mediante un examen teórico y la valoración del proceso y ejecución del cortometraje realizado en las sesiones prácticas. La parte práctica será el resultado de la evaluación que el profesor-tutor haga tanto del trabajo colectivo como del individual en ese marco de la asignatura.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. El cortometraje como formato. 2. Fundamentos y condicionantes expresivos del cortometraje de ficción. 3. Aspectos narrativos y de producción en la creación de cortometrajes. 4. Rutinas profesionales y aspectos técnicos de la realización de cortometrajes. 5. Posproducción y distribución de cortometrajes.

GUIÓN RADIOFÓNICO

Titulación	3º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Aurora Pérez Maíllo (maperezma@upsa.es)
Objetivos	Conocer y aplicar las destrezas narrativas para la escritura de guiones de radio para los ámbitos de ficción y entretenimiento. Capacitar para idear, planificar y escribir guiones radiofónicos. Instruir en el manejo de los recursos técnicos necesarios en la elaboración de guiones radiofónicos.
Metodología docente	Las sesiones teóricas se basan en lecciones magistrales, análisis de guiones, audiciones y comentarios sonoros. En las clases prácticas se ejercitarán distintas dinámicas para diseñar y escribir guiones de radio; algunos de ellos, se producirán para probar el aprendizaje de las técnicas enseñadas. Las prácticas se desarrollan en grupos reducidos en los estudios de radio. Todas las sesiones son presenciales.
Evaluación	a) Examen final de carácter teórico; b) Comentarios sonoros en el desarrollo de las clases; c) Nota media de prácticas -calificaciones individuales y grupales-. La evaluación de las prácticas es continua. Resultan evaluables todos los materiales que se emplean en el curso: apuntes, lecturas, comentarios sonoros y guiones. Para aprobar la materia es necesario superar la parte teórica y práctica por separado.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la radio creativa: el guión en radio. 2. Recursos técnicos y tecnológicos aplicados al guión radiofónico. 3. Estrategias para la escritura de guiones de ficción y entretenimiento en radio. 4. Planificación y desarrollo de guiones radiofónicos.

PROGRAMACIÓN TELEVISIVA

Titulación	3º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Luis Miguel Pedrero Esteban (Impedreroes@upsa.es)
Objetivos	Comprender y juzgar críticamente los diferentes modelos de programación televisiva. Conocer los criterios, estrategias y técnicas de producción y emisión de los diferentes géneros y formatos televisivos en el conjunto de la oferta a partir de los condicionantes propios de cada modelo.
Metodología docente	Las clases se articulan en torno a explicaciones participativas y apoyadas en distintas herramientas multimedia, a la lectura, audición y visionado de documentos audiovisuales y a las exposiciones de trabajos desarrollados por los alumnos según el cronograma diseñado al efecto.
Evaluación	El alumno será evaluado a partir de las calificaciones obtenidas en el desarrollo de las clases teóricas y prácticas: participación, interés, puntuación de trabajos (40%) y del examen final (60%). Éste será escrito, con varias preguntas de desarrollo.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Historia de la televisión y de la programación televisiva. 2. La oferta de televisión según contenidos, tecnologías y soportes. 3. Criterios generales de programación. 4. El consumo televisivo y la medición de audiencias. 5. Tipología de programas y géneros televisivos: ficción, entretenimiento, realidad. 6. El paisaje televisivo en la oferta generalista, temática y en la TV de proximidad. 7. La televisión interactiva: tendencias de programación en convergencia.

GUIÓN TELEVISIVO

Titulación	4º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Miguel Ángel Huerta Floriano (mahuertaf@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento y aplicación de las herramientas dramáticas y rutinas profesionales empleadas por los guionistas en la construcción de historias para la televisión.
Metodología docente	Sesiones teóricas centradas en la explicación y análisis mediante visionados de las herramientas básicas para la escritura de series, programas y formatos de ficción y entretenimiento. Sesiones prácticas con estructura de taller que incluyen la entrega y exposición de tareas, revisiones, etcétera.
Evaluación	El 40% depende de la realización de un examen que evalúa la parte teórica de la asignatura. El 60% restante se deduce de la entrega puntual y valoración de los trabajos realizados en el marco del taller. Las dos partes han de superarse por separado y de forma autónoma. Se tendrán en cuenta en la calificación final tanto la participación activa en el aula como las faltas de asistencia.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escribir para televisión: las rutinas profesionales de los guionistas televisivos. 2. Creación de series de ficción televisivas: idea, concepto, biblia, personajes y mapa de tramas. 3. Escritura de series de ficción: escaleta, escenas y diálogos. 4. El guion de entretenimiento en TV I: monólogo y sketch. 5. El guion de entretenimiento en TV II: telerrealidad y géneros híbridos.

PRODUCCIÓN DE DOCUMENTALES

Titulación	4º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Miguel Ángel Hernández Robledo (mhernandezro@upsa.es)
Objetivos	Manejar la terminología básica de la producción de documentales. Analizar críticamente las obras documentales desde los conceptos de la producción documental. Aplicar técnicas, métodos y herramientas tecnológicas a la elaboración de documentales videográficos. Evaluar las características de un documental desde el punto de vista de la producción. Formar profesionales especializados en la producción de contenidos documentales videográficos.
Metodología docente	Presentación de los conceptos y procedimientos asociados a los contenidos de la producción de documentales en lecciones magistrales, exposiciones compartidas y debates posicionados. Trabajo de prácticas en grupos que profundice fundamentalmente en procedimientos y destrezas asociados al contenido de la materia.
Evaluación	Prueba final escrita sobre los contenidos teóricos (50% de la nota). Se evaluarán tareas prácticas destinadas a la elaboración de un documental (40%). Por último, se realizará un trabajo individual al que le corresponderá un 10% de la calificación.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Concepto y tipología de los documentales. 2. Autores, modelos y escuelas documentales. 3. El guión documental. 4. Organización de la producción de documentales. 5. Rodaje, montaje y postproducción de la obra documental.

COMPOSICIÓN Y POSPRODUCCIÓN DIGITAL

Titulación	4º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Fernando Galindo Rubio (fgalindoru@upsa.es)
Objetivos	Capacidad práctica para lograr mejoras en las señales de crominancia y luminancia a través de herramientas informáticas. Conocimiento teórico de los fundamentos del diseño gráfico en televisión y de la identidad visual aplicada a este ámbito. Conocimiento teórico de las principales técnicas de animación, con incidencia en la interpolación a través de keyframes.
M. docente	Trabajo práctico en grupos reducidos que desarrolle los contenidos y habilidades instrumentales desarrolladas en los contenidos de la asignatura.
Evaluación	En la asignatura, la asimilación de conocimiento se realizará a partir de varias pruebas de laboratorio para comprobar la adquisición de las competencias de la asignatura (70%). Por último se realizará un trabajo individual al que le corresponderá un 30% de la calificación.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fundamentos de postproducción audiovisual. Composición digital por capas. 2. Etalonaje y correcciones de luminancia y crominancia. 3. Efectos especiales. Llaves de chroma y canal alpha. 4. Grafismo. Cabeceras. Identidad audiovisual. 5. Animación mediante keyframes.

MONTAJE AUDIOVISUAL	
Titulación	4º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Juan F. Plaza Sánchez (jfaplazasa@upsa.es)
Objetivos	Aplicar los elementos del lenguaje y la narrativa audiovisual en el montaje de diferentes productos audiovisuales. Aprender a utilizar las herramientas tecnológicas, los procedimientos y las técnicas del montaje audiovisual con la finalidad de dotar de calidad técnica adecuada a los distintos discursos audiovisuales. Manejar la terminología propia del montaje en vídeo y cine.
Metodología docente	La asignatura tiene un cariz eminentemente práctico. La parte teórica se enfoca al visionado de montajes con la idea de afrontar algunos problemas teóricos y técnicos en la sala de montaje. Durante las clases teóricas y prácticas el profesor podrá intercalar la enseñanza de las rutinas profesionales y de las herramientas tecnológicas explicaciones de índole teórica, reflexiones en grupo, puestas en común, etc.
Evaluación	Tendrá en cuenta el progreso en la adquisición de los conocimientos y habilidades del montaje audiovisual. La asistencia es definitiva en una asignatura dirigida a la adquisición de rutinas profesionales con una herramienta tecnológica muy concreta. Si no se asiste al 85% de clases, se considerará al alumno suspenso. Según las circunstancias, el profesor podrá proponer alguna práctica extraordinaria y voluntaria para aquellas personas interesadas en conseguir las notas más altas.
Temario	1. El montaje y la creación audiovisual. 2. Fundamentos y principios básicos del montaje. 3. Tipos de montaje: narrativo, ideológico y rítmico. 4. Rutinas profesionales y aspectos técnicos del montaje. 5. El montaje como fase de la producción audiovisual. 6. Herramientas profesionales para el montaje audiovisual.

CREACIÓN DE FORMATOS TELEVISIVOS	
Titulación	4º de Grado en C. Audiovisual. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. Dª María Garrido González (mgarridogo@upsa.es)
Objetivos	a) Conocer las características principales y la relevancia de los diferentes formatos del entretenimiento televisivo; b) Adquirir destrezas profesionales y fomentar su desempeño en equipo.
Metodología docente	Sesiones teórico-prácticas en el aula, sala de edición y plató de televisión, centradas en la participación del alumno y la elaboración de piezas audiovisuales. Trabajo práctico <i>in situ</i> , en grupos. Encargo de otras tareas para realizar fuera del aula con fecha de entrega anunciada.
Evaluación	El 80% de la nota depende de la entrega puntual y valoración de los trabajos y ejercicios realizados. El 20% restante depende de la aportación personal de cada alumno en el aula. Las faltas de asistencia restan nota.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investigación en televisión: el I+D en la industria audiovisual. 2. El concepto: idea original y adaptación de formatos. 3. El guión en el entretenimiento televisivo. 4. Producción del formato. 5. La puesta en escena. 6. Análisis de piloto final.

COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN ESCRITA

Titulación	1º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Fernando Martínez Vallvey (fmartinezva@upsa.es)
Objetivos	Conocer, reflexionar y aplicar las etapas del proceso de escritura. Comprender las propiedades que hacen eficaz a un texto y ponerlas en práctica. Conocer y ensayar los modelos textuales. Desarrollar la capacidad expresiva en un contexto académico. Capacidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa por escrito en la lengua propia. Habilidad de comentar y editar correctamente textos.
Metodología docente	Clases teóricas: se explican los conceptos básicos de la asignatura, que serán motivo de examen final y la base para la realización de las prácticas. La asistencia es obligatoria. Prácticas en el aula: se ensayarán en grupos pequeños los conceptos explicados en la teoría y se trabajarán otros nuevos. La asistencia es obligatoria. Prácticas no presenciales: cada semana el alumno deberá realizar una práctica, relacionada con los conceptos explicados en clase. Su entrega es obligatoria.
Evaluación	La nota final es una valoración ponderada de asistencia y participación en clases teóricas y prácticas, entrega de las prácticas no presenciales y examen final. En el mes de febrero se realizará un examen final en el que se evaluarán todos los contenidos de la asignatura (teóricos y prácticos). La prueba final estará formada por preguntas tipo test y cuestiones para desarrollar. Se puede solicitar la redacción de un texto en el que aplicar las características de los modelos textuales explicados.
Temario	1. Diferencias entre escritura y oralidad. 2. Escribir y escribir con eficacia 3. El proceso de escritura. 4. Estrategias para mejorar la eficacia de los textos. 5. Las secuencias textuales. 6. Escritura universitaria. El trabajo académico.

COMUNICACIÓN VISUAL

Titulación	1º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Fernando Suárez Carballo (fsuarezca@upsa.es)
Objetivos	Comprender y adquirir los principios de la comunicación visual y el diseño gráfico. Reflexionar sobre las posibilidades de la imagen en la transmisión del mensaje. Desarrollar proyectos gráficos a partir de los fundamentos teóricos y mediante el aprendizaje de distintas herramientas tecnológicas orientadas a este ámbito.
Metodología docente	Las clases teóricas estarán enfocadas a sentar las bases necesarias para la posterior realización de diferentes ejercicios, de creciente complejidad. La explicación, tutorización y evaluación de éstos tendrá lugar en las clases prácticas.
Evaluación	Pruebas teóricas sobre la materia impartida durante el curso y de la entrega puntual de todas las prácticas exigidas durante el cuatrimestre
Temario	1. Comunicación visual, diseño, diseño gráfico. 2. Breve historia de la comunicación visual. 3. Disciplinas, medios y soportes. 4. El lenguaje de la imagen. 5. Ingredientes básicos del diseño gráfico. 6. Fundamentos tecnológicos.

INVESTIGACIÓN DE FUENTES DOCUMENTALES

Titulación	1º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Formación básica. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. Dª María Rubio Lacoba (mrubiola@upsa.es)
Objetivos	Interiorizar la estrategia de información como un procedimiento efectivo para acometer cualquier búsqueda de fuentes. Ofrecer pautas y criterios para saber buscar, evaluar, sintetizar y utilizar todo tipo de fuentes documentales (al margen de su soporte). Entrenar el uso de dichas fuentes documentales en la confección de un trabajo de investigación o de comunicación. Normalizar un modelo sistemático de citación de fuentes documentales.
Metodología docente	Las clases combinarán sesiones teóricas con sesiones prácticas, en donde se pondrán distintos ejercicios (tanto individuales como grupales), así como debates de grupo, que refuerzan y pongan sobre el terreno práctico los contenidos expuestos en las sesiones teóricas. Asimismo, habrá tutorías personales periódicas, destinadas a hacer un seguimiento personalizado del trabajo de evaluación final.
Evaluación	Elaboración de un trabajo de investigación, de temática libre, preferentemente individual. Debe reflejar las técnicas y criterios de recogida de fuentes documentales expuestos durante el curso. Debe testimoniar el conocimiento y empleo de la estrategia de información. Debe demostrar el manejo de la citación sistemática de las fuentes consultadas. Ha de ser defendido ante el profesor. Adicionalmente, a lo largo del curso, se podrán solicitar pequeños ejercicios individuales o grupales.
Temario	1. El valor actual de la información. 2. Las fuentes de información. 3. Estrategia de información. 4. Cómo citar fuentes correctamente. 5. Cómo organizar un trabajo de investigación.

INGLÉS

Titulación	1º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Formación básica. Primer semestre.
Profesor/a	Dª Emma Villafaina Muñoz (evillafainamu@upsa.es)
Objetivos	Comprender las ideas principales de un discurso en el que se tratan asuntos cotidianos (trabajo, universidad, ocio...). Comprender textos redactados en inglés de uso habitual y cotidiano. Participar espontáneamente en una conversación que trate temas cotidianos (familia, aficiones, trabajo, viajes y acontecimientos actuales). Saber narrar y escribir una historia o relato, la trama de un libro o película, etc.
Metodología docente	Exposiciones teóricas de los contenidos de la asignatura y trabajos prácticos guiados enfocados al desarrollo de las cuatro destrezas en lengua inglesa. Lectura de textos, ejercicios y actividades gramaticales, estudio y preparación de examen.
Evaluación	Se requerirán del alumno los conocimientos y competencias correspondientes al dominio de una segunda lengua, inglés, en el nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER). La evaluación consistirá en: examen práctico escrito y oral; actividades prácticas guiadas por el profesor.
Temario	1. Verb tenses. 2. Personal pronouns. 3. Adjectives. 4. Modal and semi-modal verbs. 5. Conditional sentences. 6. Time clauses. 7. -Ing and to-Infinitive. 8. Articles. 9. Reported speech. 10. The Passive voice. 11. Defining and non-defining relative clauses. 12. Phrasal verbs.

LENGUA Y ESCRITURA LITERARIA

Titulación	1º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Asunción Escribano Hernández (aescribanohe@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento de los elementos y las estructuras lingüísticas en todos los niveles de análisis (ortográfico, morfológico sintáctico, semántico y pragmático) y su aplicación a los distintos modelos de escritura periodística y literaria.
Metodología docente	Presentación de los conceptos teóricos utilizando el método de lección magistral por parte del profesor. Aplicación a casos concretos llevada a cabo críticamente por el alumno. Y desarrollo de un trabajo práctico –individual o grupal- coordinado por el profesor que tendrá que ser expuesto en clase por el alumno.
Evaluación	La asimilación de conocimiento se realizará a partir de varias pruebas escritas que corresponderán a un 60% de la calificación. Así mismo, se realizarán pruebas para comprobar la adquisición de las competencias prácticas de la asignatura (30%). Por último se realizará un trabajo al que le corresponderá un 10% de la calificación.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la lingüística 2. Morfología. 3. Sintaxis. 4. Semántica. 5. Pragmática. 6. Lingüística del texto. 7. La lengua en los textos periodísticos. 8. La lengua en los textos literarios.

HECHO RELIGIOSO Y FE CRISTIANA

Titulación	1º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Formación básica. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Félix García López (fgarcialo@upsa.es)
Objetivos	Capacitar al alumno para la reflexión, el razonamiento crítico y el discernimiento entre lo esencial y lo accesorio. Lograr una actitud dialogante, respetuosa y constructiva con todo el mundo religioso y no religioso exterior a la fe y a la Iglesia. Profundizar en la importancia y la universalidad del hecho religioso en las diversas culturas. Conocer el vínculo existente entre las doctrinas religiosas, su entorno sociocultural y el compromiso ético que dimana de ellas. Capacitar al alumno para la comunicación mediática sobre asuntos relacionados con las religiones en general y con la Iglesia católica en particular.
M. docente	Sesiones magistrales. Tutorías personales y talleres de grupo. Apoyo audiovisual.
Evaluación	Evaluación continua, manifiesta en la participación y presencia de los alumnos en las clases docentes. Trabajos que favorecerán una asimilación personal y progresiva de la asignatura. Como trabajo final se puede realizar un examen escrito.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. El hecho religioso. 2. Estructura antropológica del hecho religioso 3. Las religiones en la historia: El budismo. El judaísmo. El islam. 4. La Biblia y la revelación cristiana. 5. La fe cristiana en diálogo con la cultura.

DERECHO	
Titulación	1º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Agustín Macías Castillo (amaciasca@upsa.es)
Objetivos	El alumno habrá de conocer las normas esenciales del ordenamiento jurídico español, con especial atención al estudio de la Constitución Española y al sistema de fuentes, adquiriendo las destrezas correspondientes a la identificación de las normas jurídicas y el entendimiento básico del sistema normativo.
Metodología docente	Clases teóricas y prácticas. Las clases teóricas alternarán los métodos tradicionales de clases magistrales con la realización de seminarios y tutorías con grupos reducidos. Las clases prácticas se desarrollarán con la metodología del caso y la puesta y corrección tutelada por el profesor del trabajo no presencial.
Evaluación	Asistencia a clase obligatoria. Examen final tipo test. La entrega de las prácticas y trabajos propuestos por el profesor podrán incrementar la nota final hasta un 20%, siempre que el examen final esté superado (5, aprobado).
Temario	1. El concepto de Derecho. 2. El ordenamiento Jurídico. 3. Las Fuentes del Derecho (I). 4. Las Fuentes del Derecho (II). 5. Eficacia y aplicación de las normas jurídicas. 6. Derecho constitucional (I). 7. Derecho constitucional (II). 8. Derecho administrativo. 9. El Derecho de la persona. 10. El Derecho patrimonial dinámico. 11. El Derecho patrimonial estático. 12. Derecho Penal. 13. Los delitos y la libertad de expresión. 14. Derecho del trabajo. 15. El Derecho de la Información. 16. La libertad de expresión y el derecho a la información. 17. Los límites del derecho a la información. 18. Instrumentos de protección de la libertad de expresión.

EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA	
Titulación	1º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Fernando Martínez Vallvey (fmartinezva@upsa.es)
Objetivos	Conocer las características para una comunicación oral o escrita eficaz. Desarrollar la capacidad creativa en los textos. Saber aplicar los fundamentos de la retórica a la comunicación oral y escrita. Conocer teóricamente los modos expresivos.
M. docente	En las clases teóricas se expondrán los contenidos teóricos, que después aplicarán los alumnos en las clases prácticas con la realización de ejercicios específicos.
Evaluación	La prueba escrita supone un 50% de la nota total y la realización de prácticas en clase supondrá otro 50 por ciento. La asistencia a las clases teóricas será valorada para la nota final.
Temario	1. Creatividad y escritura 2. Descripción. 3. Narración. 4. Argumentación. 5. Exposición. 6. Estrategias retóricas. 7. Exposición oral.

HISTORIA	
Titulación	1º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Gloria García González (ggarciago@upsa.es)
Objetivos	Incentivar la reflexión de los estudiantes sobre aquellos procesos históricos del pasado siglo, indispensables para explicarnos la complejidad del presente siglo XXI. Para ello, será necesario adquirir una competencia suficiente en el análisis de la producción historiográfica especializada más relevante y de algunas muestras significativas de la producción periodística de la época estudiada.
Metodología docente	El trabajo se organizará en torno a sesiones teóricas y a la lectura de bibliografía monográfica y textos periodísticos que se comentarán en clases prácticas. La elaboración de un trabajo complementario se hará bajo supervisión de la profesora.
Evaluación	Se efectuará sobre la calificación de un examen escrito (50%), la de un trabajo de ampliación (30%) y la participación en clases prácticas en grupos reducidos (20%). Dicha ponderación sólo será posible una vez el examen haya sido aprobado.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Imperialismo y I Guerra Mundial. El dominio europeo sobre el mundo. 2. La monarquía de Alfonso XIII. Del desastre del 98 a la crisis del régimen liberal. 3. La revolución soviética y el declive de las democracias occidentales. 4. La Segunda República. Un frustrado proyecto de modernidad. 5. La Guerra Civil española. Confrontación militar y pugnas ideológicas. 6. La última Guerra Mundial, 1939-1945. 7. Guerra fría, descolonización y nuevos conflictos regionales. 8. La Dictadura de Franco. Cuatro décadas de autoritarismo en España. 9. Populismo y dictaduras en Latinoamérica. El derrumbe de la URSS. 10. La Transición a la democracia en España. Pactos y rupturas con el pasado.

PSICOLOGÍA	
Titulación	1º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. José David Urchaga Litago (jdurchagali@upsa.es)
Objetivos	El alumno debe conocer las cuestiones básicas de qué es la psicología, sus principales corrientes, así como los ámbitos de aplicación.
M. docente	Se combinarán las exposiciones magistrales-teóricas con ejercicios aplicados.
Evaluación	El alumno deberá realizar un examen final en el cual sobre los contenidos del temario. Además se tendrán en cuenta los ejercicios y trabajos prácticos realizados durante el curso (obligatorios y voluntarios). Se valorará la actitud del alumno (con la materia, compañeros y profesor).
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la psicología: objeto, método y ámbitos de aplicación. 2. Conceptos básicos de psicología. 3. Principales corrientes en psicología. 4. Psicología y comunicación. 5. Psicología aplicada.

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Titulación	1º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. Dª Mª Rosa Pinto Lobo (mrpintolo@upsa.es)
Objetivos	Adquirir los conocimientos para diferenciar los tipos de comunicación y distinguir las características de la comunicación interpersonal. Analizar los diferentes niveles de comunicación interpersonal. Conocer los modelos y teorías de la comunicación interpersonal. Aplicarlos a supuestos prácticos del ejercicio profesional.
Metodología docente	Presentación teórica en el aula de los contenidos de la materia mediante exposiciones magistrales, exposiciones compartidas del docente y los alumnos y debates. Realización de prácticas en grupos que profundicen en el proceso de la comunicación interpersonal. Seminarios y tutorías docentes presenciales.
Evaluación	Se evaluará de manera continuada mediante: a) pruebas periódicas individuales o en grupos; b) trabajos prácticos de carácter individual o colectivo; c) análisis de lecturas y obras audiovisuales.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Información, comunicación y conocimiento. 2. Sistematización de la comunicación y niveles de análisis. 3. Características de la comunicación interpersonal. 4. La comunicación verbal. 5. La comunicación no verbal. 6. La comunicación intrapersonal. 7. La comunicación interpersonal. 8. La comunicación en grupos. 9. La comunicación pública o en grandes grupos.

TIC I

Titulación	1º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Javier Nó Sánchez (jnosa@upsa.es)
Objetivos	Manejar la terminología del campo de las Tecnologías de la Información. Comprender los conceptos relacionados con tecnologías analógicas y digitales en los medios de comunicación. Usar con destreza las herramientas de edición de formatos.
Metodología docente	La docencia se desarrollará mediante clases magistrales y participativas para los conceptos teóricos y prácticas tanto individuales como colaborativas, siempre con el apoyo de la plataforma <i>on-line</i> de aprendizaje para las actividades.
Evaluación	La asimilación de conocimientos y adquisición de competencias se evaluará de manera continuada mediante: a) pruebas periódicas b) trabajos prácticos de carácter individual o colectivo, en soporte electrónico y audiovisual.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. La tecnología en los medios de comunicación 2. Tecnologías de los medios tradicionales (basadas en procesos y soportes analógicos). 3. Fundamentos de tecnología digital. 4. Almacenamiento, transformación y emisión de datos con tecnología digital. 5. Formatos y soportes de la información digital.

COMUNICACIÓN EN RADIO

Titulación	2º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Ana M ^a Tamarit Rodríguez (amtamaritro@upsa.es)
Objetivos	Conocer la estructura de la radio y sus formatos más destacados. Comprender la producción informativa y el lenguaje que se utiliza. Conocer y comprender las características del canal radiofónico y adquirir la habilidad para aplicar los elementos del lenguaje radiofónico a la redacción.
Metodología docente	En las sesiones teóricas se empleará la lección magistral en la que se expondrán los contenidos complementados con audiciones. En las sesiones prácticas los alumnos investigarán y analizarán los contenidos radiofónicos que se emiten en las diferentes emisoras del país, aplicando los conocimientos teóricos impartidos.
Evaluación	El alumno tendrá una evaluación continua mediante ejercicios prácticos (individuales y en grupo) y una prueba al final del periodo lectivo con cuestiones teóricas y prácticas que se realizará de forma individual.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. El sonido. 2. Naturaleza del canal radiofónico. 3. Características del canal de radio. 4. Lenguaje radiofónico I: la palabra. 5. Lenguaje radiofónico II: la música. 6. Lenguaje radiofónico III y IV: los efectos y el silencio. 7. Algunos modelos de programación. 8. De la radio generalista a la radio asociativa y comunitaria. 9. El relato informativo en la radio. 10. El guión de radio.

ELABORACIÓN DE TRABAJOS ACADÉMICOS CON INDICADORES DE CALIDAD

Titulación	2º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Formación Básica. Primer semestre.
Profesor/a	
Objetivos	Proporcionar capacidad de análisis y síntesis, capacidad de organización y planificación. Comunicación oral y escrita en la lengua propia.
Metodología docente	El alumno conocerá los fundamentos básicos para elaborar trabajos académicos: técnicas generales de elaboración, fuentes de documentación y redacción, presentación y defensa de los trabajos de investigación. En clases prácticas se realizarán ejercicios para elaborar la introducción y las conclusiones, estructura del trabajo, fichas de contenido: modelos y utilidad, la elaboración de índices, resúmenes y notas a pie de página, citas bibliográficas, presentación y defensa.
Evaluación	Examen final (20% de la nota final). Las actividades realizadas en clase tendrán un valor del 15%. El trabajo sobre en pequeño grupo supondrá el 15% de la nota. El trabajo individual representará el 50% de la nota.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aproximación a la elaboración, presentación y defensa de trabajos académicos. 2. El trabajo académico: tema, fuentes de información y documentación. 3. Cualidades y rasgos para la elaboración de trabajos académicos. 4. Técnicas relativas al contenido.

PERIODISMO IMPRESO I

Titulación	2º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Fernando Martínez Vallvey (fmartinezva@upsa.es)
Objetivos	Conocer la teoría del periodismo. Saber relacionar los conceptos periodísticos teóricos con los prácticos. Saber escribir noticias, entrevistas, reportajes. Conocer los criterios de selección de noticias.
Metodología docente	Presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados a la materia mediante lección magistral. En las clases prácticas se trabajarán en grupos pequeños algunos de los conceptos explicados y se trabajarán otros nuevos de manera práctica, especialmente los relacionados con la producción de textos periodísticos
Evaluación	Prueba escrita que supone un 50% de la nota total y la realización de prácticas fuera del aula y en clase, que supondrá otro 50 por ciento. La asistencia a las clases teóricas será valorada para la nota final.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipos de periódicos 2. Principales herramientas periodísticas 3. Elementos del periódico 4. Criterios periodísticos aplicados al diario 5. La entrevista 6. El reportaje 7. La crónica 8. Géneros periodísticos complementarios.

VISIÓN CRISTIANA DEL HOMBRE Y LA SOCIEDAD

Titulación	2º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Formación básica. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Gaspar Hernández Peludo (ghernandezpe@upsa.es)
Objetivos	Ofrecer los conocimientos básicos de la acción social cristiana y la DSI a favor del hombre y de la sociedad y la búsqueda del sentido de la vida. Se capacitará al alumno para descubrir en la vida y en las estructuras sociales las actitudes humanas y las propuestas cristianas que le ayuden a asumir su situación profesional.
Metodología docente	Exposición de conocimientos básicos por el profesor con esquemas, exposición de láminas y el seguimiento de un manual fundamental. Las sesiones prácticas, además del diálogo tutorial personalizado, girarán en torno a la lectura de una obra bibliográfica sobre el tema y presentación de resultados por parte del alumno.
Evaluación	El alumno elaborará una síntesis de la materia orientada a la praxis profesional donde se manifieste que conoce el contenido de la misma.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. El hombre, ser creado. 2. El hombre, ser personal. 3. El destino del hombre. 4. El hombre, ser social. 5. Pensamiento cristiano sobre la actividad económica. 6. La comunidad política en la Doctrina Social de la Iglesia.

CIENCIA POLÍTICA

Titulación	2º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Pilar Pérez Herrero (pperezhe@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento de la teoría política y análisis de la práctica de la política en sus diversas manifestaciones en relación con la ciudadanía y los medios de comunicación. Conocimiento de historia del pensamiento político, la comunicación política y el marketing político. Desarrollo de la capacidad de análisis político.
Metodología docente	Presentación de los conceptos y procedimientos mediante lección magistral, debates y exposición de casos. Trabajos de prácticas en grupos reducidos que profundizan en las cuestiones explicadas y desarrollan destrezas de análisis político.
Evaluación	Evaluación de los conceptos y contenidos de la asignatura a partir de una prueba escrita final (70%). Evaluación de prácticas y ejercicios para comprobar la adquisición de las competencias de análisis (30%). Han de superarse ambas partes.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cobertura y análisis de las campañas electorales. 2. Aplicación de las herramientas científicas a la investigación en la política. 3. Modelos alternativos de participación ciudadana en la política. 4. La construcción de los apoyos políticos mediáticos. 5. La democracia electrónica y de las audiencias. 6. Fuentes originales del pensamiento político. 7. Perspectiva comparada de los sistemas políticos contemporáneos. 8. La democracia actual en Europa, América Latina y Estados Unidos. 9. El sistema político en la Unión Europea. 10. Descentralización y globalización del Estado.

COMUNICACIÓN EN TELEVISIÓN

Titulación	2º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Nuria Quintana Paz (nquintanapa@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento de los principales códigos expresivos del lenguaje audiovisual. Conocimiento y comprensión de los aspectos generales del medio televisivo y la producción informativa en televisión. Capacidad y habilidad para aplicar los elementos del lenguaje audiovisual a la elaboración de piezas televisivas.
Metodología docente	Las sesiones teóricas abordarán los conceptos básicos del lenguaje audiovisual y los conocimientos generales sobre el medio televisivo a través del análisis y visionado de piezas audiovisuales. Las sesiones prácticas consistirán en la grabación y edición de productos audiovisuales y el fomento de las destrezas ante la cámara.
Evaluación	Para aprobar la asignatura se debe superar tanto la parte teórica como la práctica (50% de la nota cada una). La asistencia es obligatoria. Todo trabajo, examen o prueba escrita que supere tres faltas de ortografía será calificado como suspenso.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> I. Introducción. 1. Terminología televisiva. II. Lenguaje audiovisual. 2. Intención comunicativa del emisor. Los planos. 3. La composición. 4. El tiempo y el espacio audiovisual. 5. Puesta en escena. III. El medio televisivo. 6. Modelos de televisión. 7. Nacimiento y evolución del medio. 8. La realidad televisiva española. Programación y audiencias. IV. Producción en televisión. 9. Fases de producción aplicadas a la información. 10. Formatos de noticias.

DOCUMENTACIÓN INFORMATIVA

Titulación	2º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a María Rubio Lacoba (mrubiola@upsa.es)
Objetivos	Incorporar el proceso documental como parte natural y primordial de las rutinas periodísticas e informativas. Capacitar y habilitar para buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento, así como para identificar y utilizar fuentes significativas para el estudio de la información y comunicación.
Metodología docente	La asignatura se organiza en torno a distintas fórmulas docentes: explicaciones teóricas, lecturas individuales comentadas, trabajos individuales y en grupos, estudio y análisis de casos prácticos, debates dirigidos, y participación en actividades complementarias de la asignatura.
Evaluación	Para superar la asignatura habrá que demostrar suficiencia en cada una de las partes teórica y práctica. La parte teórica se evaluará a partir de un examen final y unos trabajos. La parte práctica se evaluará mediante las prácticas propuestas y elaboradas a lo largo del curso.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aproximación a una definición de documentación informativa. 2. Fuentes de información útiles para el informador. 3. Características y funciones de la documentación informativa. 4. Evolución histórica de la documentación informativa. 5. Servicio de documentación informativa y cadena documental. 6. Lenguajes documentales. 7. Documentación en el ciberperiodismo.

ECONOMÍA

Titulación	2º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Luis Alberto Rivas Herrero (larivashe@upsa.es)
Objetivos	Comprender las instituciones económicas como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales sobre cómo funciona la economía. Comprender el comportamiento de los agentes económicos (consumidores y empresas) y de los mecanismos de funcionamiento de mercado. Conocer los principales macro-agregados económicos y su utilidad.
Metodología docente	Clases teóricas: presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados a los contenidos de la asignatura expuestos con lecciones magistrales, debates posicionados y exposiciones compartidas. Clases teóricas: se completan en todas las sesiones con ejemplos y aplicaciones al mundo del Periodismo.
Evaluación	Examen teórico tipo test y mediante prácticas, trabajos y tareas realizadas.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción. Micro y macroeconomía, economía normativa y positiva. Metodología, factores productivos, corto y largo plazo, macromagnitudes 2. Microeconomía. Oferta. Demanda. Función de producción. Costes. Competencia perfecta. Monopolio. Competencia monopolística. Oligopolio. Externalidades. El sector audiovisual: características y principales cifras 3. Macroeconomía. Demanda agregada. Oferta agregada. Inflación. Desempleo. Crecimiento económico. Política monetaria. Política fiscal. El corto y el largo plazo. Tratamiento de los asuntos macroeconómicos en la prensa económica.

HISTORIA CONTEMPORÁNEA DE LAS IDEAS

Titulación	2º Grado en Periodismo. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Modesto Gómez Alonso (mgomezal@upsa.es)
Objetivos	Adquirir un conocimiento suficiente de las grandes líneas que han configurado el pensamiento en el mundo contemporáneo. Identificar los autores más relevantes e influyentes e iniciarse en el estudio de los textos clásicos en la historia de las ideas.
Metodología docente	Clases magistrales y lecturas críticas de los principales textos a modo de seminario y con intervenciones expositivas por parte del alumno En las tutorías se asesorará en el proceso de elaboración de trabajos prácticos y se resolverán las dudas.
Evaluación	El 60% de la nota se obtendrá a partir del resultado conseguido en una prueba presencial escrita. El otro 40% se obtendrá de la evaluación de las exposiciones y actividades prácticas guiadas por el profesor (30%) y del seguimiento del aprendizaje realizado por el alumno en las tutorías individuales y en grupos (10%).
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. La unidad del conocimiento y la crisis de las ciencias europeas. 2. El hombre y la tarea de pensar. 3. Religión y saber. 4. Política y pensamiento. 5. El debate de la Postmodernidad.

INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA

Titulación	2º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Myriam Codes Valcarce (mcodesva@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento básico de la metodología de la investigación, de las fuentes, el análisis, la interpretación y síntesis, y de las herramientas explicadas. Capacidad de gestión de la información y de aprendizaje autónomo. Capacidad heurística y de especulación para la resolución de problemas, la realización de nuevos proyectos y estrategias de acción.
Metodología docente	El profesor expondrá los contenidos, con medios tecnológicos (proyectors, conexión a Internet) y tradicionales, contando con el apoyo de la bibliografía específica de la materia. Se utilizarán los laboratorios de ordenadores, en los que de forma simultánea se reforzará la teoría con una práctica continua guiada por el profesor.
Evaluación	Combinación de evaluación continua y evaluación final: a) prueba objetiva final con cuestiones teóricas y prácticas con carácter individual; b) evaluación continua mediante pruebas teórico-prácticas similares a las realizadas en las clases diarias, realizadas tanto de forma presencial como no presencial.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a los Sistemas Operativos. 2. Presentación de la información en soportes tecnológicos. 3. Organización de la información mediante herramientas informáticas. 4. Herramientas web.

PERIODISMO GRÁFICO

Titulación	2º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Pablo Rey Garcia (preyga@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento y análisis de la fotografía y la infografía como vehículos portadores de mensajes periodísticos. Conocimiento de sus géneros y de sus propuestas narrativas. Desarrollo de la capacidad de generar este tipo de imágenes adecuándose al género pertinente. Desarrollo de la capacidad para editar fotografías en prensa, para crear gráficos informativos, dominar software de dibujo vectorial y procesado fotográfico.
Metodología docente	La docencia, clase magistral y aula colaborativa para las teóricas, y prácticas personales, trabajo en grupo y trabajo en casa para las prácticas, amén de alguna lectura escogida.
Evaluación	Examen teórico y un portafolio, además de tener en cuenta la nota de prácticas y de actividades complementarias
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fotografía y fotoperiodismo. 2. Material y técnica fotográfica. 3. Géneros fotográficos en periodismo. 4. Infografía. Definición e introducción. 5. Géneros infográficos básicos. 6. El diseño gráfico en la infografía.

SOCIOLOGÍA

Titulación	2º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Formación básica. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Jorge Santiago Barnés (jsantiagoba@upsa.es)
Objetivos	Conocer la sociedad humana entendida como grupos, asociaciones, colectivos e instituciones. Investigar los grupos sociales, su organización, sus relaciones internas y las que mantienen con el sistema social. Analizar las corrientes sociológicas más relevantes para la comprender el rol de los medios. Desarrollar los principales métodos sociológicos de investigación y de las técnicas que los conforman.
Metodología docente	Los contenidos serán impartidos en lecciones teóricas magistrales mediante la discusión, análisis y e investigación de casos sociales actuales. Las prácticas complementarán los conocimientos teóricos adquiridos y servirán de plataforma expositora a trabajos individuales y colectivos de discusión grupal.
Evaluación	Consistirá en la suma de las calificaciones obtenidas en las prácticas realizadas, en las lecturas y trabajos de realización obligatoria así como en el examen final teórico. Para superar la asignatura siempre se deberá aprobar el examen teórico.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objeto y naturaleza de la Sociología. 2. Desarrollo histórico. 3. Método. 4. Técnicas de Investigación. 5. Socialización de la personalidad. 6. Status y rol. 7. Agrupaciones. 8. Estratificación social. 9. Estructuras e Instituciones. 10. Cambio y desviación.

HISTORIA DEL PERIODISMO

Titulación	3º de Grado en Periodismo. 8 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Gloria García González (ggarciago@upsa.es)
Objetivos	Facilitar el conocimiento de la actividad, organización y profesionalización periodística y su incidencia en las dinámicas sociales, culturales y políticas contemporáneas desde el estudio de la producción y recepción periodística. La aplicación de conocimientos irá orientada a la elaboración de trabajos de investigación básica.
Metodología docente	El trabajo a lo largo del semestre se organizará en torno a sesiones teóricas y a la lectura de bibliografía monográfica y textos periodísticos que se comentarán durante las clases prácticas. La elaboración de un trabajo complementario se hará siempre bajo la supervisión de la profesora.
Evaluación	Se efectuará sobre la calificación obtenida en un examen escrito (50%), en un trabajo de ampliación (30%) y la participación en las clases prácticas en grupos reducidos (20%). La ponderación sólo será posible si el examen se ha aprobado.
Temario	1. Prensa y revolución liberal. Activismo político y periodístico. La configuración de una esfera pública burguesa. 2. Desarrollo político, modernización económica y apertura de nuevos espacios para la comunicación social. 3. Democratización política y populismo periodístico. La aparición de las primeras grandes corporaciones periodísticas y radiofónicas. 3. La era de las Guerras Mundiales (1914-1945) y el uso propagandístico de la información impresa y radiofónica. 4. Eclosión informativa en el mundo actual: de 1945 a nuestros días. La era audiovisual: la especialización de la radio y las innovaciones tecnológicas aplicadas a la televisión. 6. La sociedad de la información y la convergencia mediática.

METODOLOGÍA Y ESTADÍSTICA

Titulación	3º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. José David Urchaga Litago (jdurchagali@upsa.es)
Objetivos	Conocer las principales características y fases del método científico, y ser capaz de valorar críticamente los saberes científicos. Tomar conciencia de algunas de las limitaciones y posibilidades del método científico. Dominar los principales estadísticos descriptivos (recogida de datos, presentación de datos, resumen de datos y relación de datos).
M. docente	Se combinarán las exposiciones magistrales-teóricas con ejercicios aplicados.
Evaluación	El alumno deberá realizar un examen final en el que se valorará sus conocimientos sobre el método científico, así como el dominio de la estadística descriptiva (problemas prácticos). Además se tendrán en cuenta los ejercicios y trabajos prácticos realizados durante el curso (obligatorios y voluntarios). Se valorará la actitud del alumno (con la materia, compañeros y profesor)
Temario	1. La investigación científica. 2. Metodología cualitativa y cuantitativa. 3. Estadística descriptiva: variables y escalas. 4. Estadística descriptiva: tablas y gráficos. 5. Estadística descriptiva: medidas de tendencia central y variabilidad. 6. Estadística descriptiva: relación entre las variables. 7. Muestreo: tipos y cálculo. 8. Introducción a la estadística inferencial. 9. Deontología en la investigación. 10. La publicación de trabajos científicos.

PERIODISMO RADIOFÓNICO

Titulación	3º de Grado en Periodismo. 8 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Chelo Sánchez Serrano (csanchezse@upsa.es)
Objetivos	Dotar al alumno del criterio y las destrezas necesarias que le capaciten para gestionar la información y trabajarla radiofónicamente. Dominar los géneros y programas radiofónicos para la elaboración de todo tipo de mensajes informativos.
Metodología docente	Las clases combinarán las sesiones teóricas y prácticas, dándole prevalencia al desarrollo de prácticas periodísticas dentro del proyecto docente. La metodología se basará en clases magistrales, exposiciones en grupo e individuales, audiciones y prácticas periodísticas dentro y fuera del aula.
Evaluación	Se realizará a partir de dos modalidades: la evaluación continua y un examen final. La evaluación continua se hará a partir de las prácticas semanales, las lecturas y los trabajos realizados fuera del aula. El examen final evaluará contenidos teóricos y aplicaciones prácticas del periodismo radiofónico. Es necesario tener aprobada la evaluación continua para aprobar la asignatura.
Temario	1. El periodismo radiofónico. 2. La radio española y la información. 3. El mensaje y sus géneros: la noticia radiofónica. 4. La entrevista. 5. El informe. 6. La crónica. 7. Programas radiofónicos I: El Boletín. 8. El resumen de prensa y la convergencia informativa multimedia. 9. El reportaje en la radio. 10. Programas radiofónicos II: El informativo. 11. Programas radiofónicos III: Especiales y última hora. 12. La opinión en la radio informativa. 13. La especialización informativa.

TIC II

Titulación	3º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Javier Nó Sánchez (jnosa@upsa.es)
Objetivos	Conocer y comprender los procesos que relacionan medios de comunicación y progreso tecnológico. Conocer las principales líneas prospectivas de la tecnología digital. Aplicar metodologías apropiadas de arquitectura de la información. Elaborar un proyecto de comunicación <i>on-line</i> . Evaluar el potencial de proyectos de comunicación <i>on-line</i> .
Metodología docente	La docencia se desarrollará mediante clases magistrales y participativas para los conceptos teóricos y prácticas tanto individuales como colaborativas, siempre con el apoyo de la plataforma <i>on-line</i> de aprendizaje para las actividades.
Evaluación	La asimilación de conocimientos y adquisición de competencias se evaluará de manera continuada mediante: a) pruebas periódicas b) trabajos prácticos de carácter individual o colectivo, en soporte electrónico y audiovisual.
Temario	1. Sociedad de la información y procesos de comunicación digital 2. Repercusiones de la convergencia tecnológica en la comunicación 3. Herramientas web y sus usos en la sociedad del conocimiento 4. Usos, usuarios y profesionales de la comunicación digital. 5. Gestión de la información en la comunicación <i>on-line</i> .

DISEÑO PERIODÍSTICO

Titulación	3º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Juan Ramón Martín San Román (jrmartinsa@upsa.es)
Objetivos	Emplear el Diseño Gráfico aplicado a las publicaciones (diarios y revistas) como un instrumento para articular la identidad de una publicación, para organizar sus contenidos y para emitir mensajes codificados en función del público al que van dirigidas. Conocer los diferentes tipos de publicaciones y sus características.
Metodología docente	Se llevará a cabo del siguiente modo: 1. Presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados al contenido de la asignatura utilizando la lección magistral, junto a seminarios y exposiciones. 2. Trabajo de prácticas de grupo que aborde los procedimientos y competencias vinculados al contenido de la asignatura. 3. Tutorías docentes presenciales y <i>on-line</i> .
Evaluación	Se realizará a partir de una prueba teórica que corresponderá a un 30% de la calificación. El 70% restante se obtendrá a partir de las prácticas que se lleven a cabo, en las que se deberá demostrar la comprensión de los conocimientos adquiridos.
Temario	1. El diseño gráfico editorial. 2. Modelos de diario. 3. Tipografía y contraste tipográfico. 4. El color. 5. Composición (I): sistemas de retículas y composición modular. 6. Composición (II): principios básicos. 7. Diseño de páginas especiales. 8. Diseño en revistas. 9. Nuevas tendencias.

EMPRESA INFORMATIVA I

Titulación	3º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. Dª Ana Lucía Echeverri González (alecheverri@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento de la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas de comunicación. Capacidad para la gestión editorial, económica, financiera y técnica de las empresas informativas. Capacidad para analizar e interpretar los datos económico-financieros de las empresas informativas. Entender las relaciones entre los distintos departamentos de las empresas de comunicación.
Metodología docente	Exposiciones magistrales con ayuda audiovisual (cifras, estadísticas, organigramas...). En las sesiones prácticas se analizarán y comentarán textos, se realizarán y expondrán trabajos en grupos sobre empresas de comunicación y ejercicios que permitan valorar la situación económico-financiera de las empresas informativas.
Evaluación	El alumno deberá superar una prueba final global sobre los contenidos teóricos de la materia y evaluaciones parciales sobre contenidos de carácter práctico.
Temario	1. Concepto y definición de empresa informativa. 2. Fundamentación jurídica de la empresa informativa. El empresario social. 3. Estructura económico-financiera de la empresa informativa. 4. Doble venta del producto informativo. 5. Estructura organizativa y gestión de la empresa informativa. 6. Estrategias de marketing periodístico. 7. La prensa gratuita. 8. La ayuda del Estado a la prensa. 9. Concentración informativa y sinergias mediáticas.

PERIODISMO TELEVISIVO

Titulación	3º de Grado en Periodismo. 8 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. Dª Ana Zulima Iglesias Cruz (aziglesiascr@upsa.es)
Objetivos	Conocer las características y posibilidades de la TV como medio de información. Adquirir las capacidades y habilidades para la elaboración de productos informativos para TV utilizando las rutinas periodísticas propias de cada fase de producción.
Metodología docente	Exposición de los temas de la asignatura y visionado y análisis de casos. En las clases prácticas se capacitará al alumno para desarrollar productos informativos en TV en las distintas fases de producción: redacción, grabación y edición. También se trabajarán las habilidades de comunicación y presentación en televisión.
Evaluación	El alumno debe superar la parte teórica de la asignatura (40% de la nota final) y la práctica (60%). La asistencia es obligatoria. Los criterios de evaluación continua de las prácticas son: calidad, participación, interés, creatividad y trabajo en equipo. La parte teórica se superará con un examen final. Todo trabajo, examen o prueba escrita que supere las tres faltas de ortografía será calificado como suspenso.
Temario	0. Introducción. La importancia de la información en TV. 1. Características y limitaciones de la información en TV. 2. Fases de producción. Redacción, grabación y edición. 3. Géneros informativos en televisión: la noticia 4. Otros géneros informativos en TV: el reportaje y la entrevista 5. Evolución de la programación informativa en televisión.

DERECHO DE LA INFORMACIÓN

Titulación	4º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Agustín Macías Castillo (amaciasca@upsa.es)
Objetivos	Regulación jurídica del Derecho de la Información destinado a periodistas e informadores, con especial atención a la legislación estatal y comunitaria, su contenido constitucional y el estatuto jurídico del informador, así como la incidencia jurídica de las nuevas tecnologías, todo ello atendiendo a su desarrollo jurisprudencial y su aplicación práctica en el ámbito profesional.
Metodología docente	Clases teóricas y prácticas. Las clases teóricas alternarán los métodos tradicionales de clases magistrales con la realización de seminarios y tutorías con grupos reducidos. Las clases prácticas se desarrollarán con la metodología del caso y la puesta y corrección tutelada por el profesor del trabajo no presencial.
Evaluación	Asistencia a clase obligatoria. Examen final oral. La entrega de las prácticas y trabajos propuestos por el profesor podrán incrementar la nota final hasta un 20%, siempre que el examen final esté superado (5, aprobado).
Temario	1. El Derecho de la Información. 2. Libertad de expresión y derecho a la información. 3. El contenido del derecho a la información. 4. Los sujetos del derecho a la información. 5. El objeto del derecho a la información. 6. Los límites del derecho a la información. 7. Instrumentos de protección de la libertad de expresión. 8. Información, daño y responsabilidad. 9. Régimen jurídico de los medios de comunicación. 10. Régimen jurídico de Internet.

EMPRESA INFORMATIVA II

Titulación	4º de Grado en Periodismo. 3 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Ana Lucía Echeverri González (alecheverri@upsa.es)
Objetivos	Ideación de un proyecto de producción periodística. Planificación de cada una de las etapas que se contemplan en un proyecto periodístico. Realización del prototipo –número cero– del proyecto.
Metodología docente	Los alumnos recibirán sesiones teóricas que los orienten en la concepción del proyecto, igualmente recibirán orientación teórica para que puedan desarrollar todo el proceso de planificación y realización del número cero. En las sesiones de carácter práctico el profesor hará un seguimiento detallado y asesorará al grupo en todo el proceso de ideación, planificación y puesta en marcha del proyecto.
Evaluación	Cada grupo de alumnos ideará, planificará y desarrollará hasta el nº cero un proyecto periodístico a lo largo del semestre. El proyecto se defenderá públicamente; se valorará su originalidad, viabilidad económica y factibilidad empresarial. La calificación que obtenga el trabajo será la nota para cada uno de los integrantes del grupo, salvo que alguno pierda el derecho por falta de participación en la realización del trabajo. hacer un examen final sobre la temática tratada en el seminario.
Temario	1. Constitución de la empresa. 2. Principios editoriales. 3. Organización de los recursos financieros, económicos, técnicos y humanos. 4. Organización interna de la publicación. 5. Proceso de producción. 6. Lanzamiento de la empresa y comercialización del producto.

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Titulación	4º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Ángel Losada Vázquez (alosadava@upsa.es)
Objetivos	Adoptar un enfoque global de la comunicación en las organizaciones. En este sentido, el alumno deberá manejar con pericia las herramientas necesarias para construir políticas eficaces de comunicación.
Metodología docente	Las clases teóricas combinarán las explicaciones magistrales de la profesora con diversas técnicas de participación activa del alumnado. Las prácticas se desarrollarán tanto en sesiones semanales presenciales de 110 minutos como en trabajos fuera del aula. En ambos casos se realizarán tareas individuales y en grupo.
Evaluación	Un 40% corresponde al examen teórico; un 30 % será fruto de una media ponderada de las prácticas realizadas a lo largo del semestre; y el 30% restante corresponde a un trabajo realizado en grupo. Para aprobar es necesario acudir al 85% de las sesiones prácticas. Más de dos faltas de ortografía suponen un suspenso.
Temario	1. La importancia de las organizaciones. 2. Diferencia entre comunicación e información. 3. Definición, origen y organigrama de un gabinete de comunicación. 4. Claves para una política efectiva de comunicación interna. 5. Comunicación externa: relaciones con los medios, marketing y publicidad, relaciones con la sociedad. 6. El plan de comunicación. 7. Organización y gestión de la comunicación en situaciones de crisis. 8. Modelos estratégicos de comunicación en empresas reales. 9. Comunicación política y electoral. 10. La comunicación emocional.

PERIODISMO DIGITAL

Titulación	4º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Fernando Martínez Vallvey (fmartinezva@upsa.es)
Objetivos	Conocer las características propias del periodismo digital. Saber aplicar los criterios de selección de noticias a internet. Analizar un medio digital y sus peculiaridades. Saber escribir noticias, reportajes y entrevistas para un medio digital.
Metodología docente	Presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados al periodismo, sus herramientas de trabajo y a los géneros, estilo y lenguajes periodísticos utilizando el método de lección magistral. En las clases prácticas se trabajarán en grupos pequeños algunos de los conceptos explicados en la teoría y otros nuevos de manera práctica, especialmente los relacionados con la producción de textos periodísticos para internet.
Evaluación	Prueba escrita que supone un 50% de la nota total y la realización de prácticas fuera del aula y en clase, que supondrá otro 50 por ciento. La asistencia a las clases teóricas será valorada para la nota final.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definición, conceptos, características. 2. Historia. 3. Modelos informativos. 4. Documentación digital. 5. Géneros: noticia, reportajes, formas participativas.

DEONTOLOGÍA PERIODÍSTICA

Titulación	4º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. Dª Ninfa Watt Pérez (nwattpe@upsa.es)
Objetivos	Tomar conciencia de la responsabilidad social del periodista. Conocer los Derechos Humanos, los principios éticos y las normas deontológicas específicas como marcos de referencia, así como los mecanismos de regulación y autorregulación. Desarrollar la capacidad de análisis y el sentido crítico frente a las prácticas periodísticas. Profundizar en la capacidad de afrontar cuestiones éticas y analizarlas.
Metodología docente	Se impartirán clases teóricas para explicar los contenidos fundamentales, complementadas con lecturas orientadas y trabajo personal del alumno. Las prácticas serán grupales en algunos casos, con debate posterior moderado por el profesor; de pequeño grupo, según pautas dadas; o personales, con seguimiento del profesor.
Evaluación	Será resultado de la evaluación continua a lo largo del curso (participación activa en clase, prácticas, actividades propuestas y lecturas), más el examen final de síntesis de la asignatura. La nota será única y global.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Responsabilidad social de la profesión periodística. 2. Vocación ética del ser humano. 3. Pensar la vida desde la profesión: humanismo y derechos humanos. 4. El lugar de la ética en el periodismo: información y creatividad frente a manipulación. 5. Regulación y autorregulación en periodismo.

RELACIONES INTERNACIONALES

Titulación	4º de Grado en Periodismo. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Pedro Rivas Nieto (privasni@upsa.es)
Objetivos	Acercar al alumno a los problemas fundamentales de la política internacional así como darle las claves para comprender los problemas esenciales de nuestro tiempo. También pretende que el alumno, adquiridas las nociones básicas, pueda analizar por sí mismo los conflictos actuales y los relacione con los grandes asuntos de la contemporaneidad.
Metodología docente	El método de la clase teórica será el de clase magistral con lecturas críticas. En las prácticas habrá estudios de caso y discusiones en el aula. El alumno deberá leer material útil para las clases de discusión; el fin es lograr que participe en las clases prácticas con argumentos sólidos tras haber reflexionado sobre el material.
Evaluación	El grueso de la nota que el alumno obtenga en la materia –al menos el 80%– será el resultado de un examen teórico a final de curso. A eso se le añadirán las notas que se hayan logrado en las sesiones prácticas.
Temario	1. Concepto y teoría de las Relaciones Internacionales. 2. Las Relaciones Internacionales en perspectiva histórica. 3. La Sociedad Internacional contemporánea. 4. Los actores internacionales. 5. Organizaciones internacionales de ámbito universal: la ONU. 6. Organizaciones internacionales de fines específicos. 7. Organizaciones internacionales de ámbito regional. 8. La soberanía del estado y el principio de la no intervención. 9. La libre determinación de los pueblos. 10. El uso de la fuerza en la comunidad internacional. 11. La guerra. 12. El mantenimiento de la paz y la seguridad exterior. El desarme. 13. Amenazas a la seguridad interior de los estados. 14. Elaboración de la política exterior. 15. La política exterior de España.

OPINIÓN PÚBLICA

Titulación	4º de Grado en Periodismo. 9 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. Dª Pilar Pérez Herrero (pperezhe@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento de los fenómenos que rodean el espacio público configurado por los medios de comunicación, la política y las manifestaciones sociales. Conocimiento de la metodología de investigación para el análisis de la opinión pública.
M. docente	Presentación en el aula de los contenidos utilizando los métodos de lección magistral, debates y exposición de casos y ejemplos prácticos. Trabajos de prácticas en grupos reducidos que profundicen en los conocimientos y destrezas para el análisis de la opinión pública a partir de libros, artículos y materiales recomendados.
Evaluación	Prueba final escrita que constituye el 70% de la calificación. La evaluación de contenidos prácticos se realizará a partir de los ejercicios y trabajos prácticos y constituye el 30% de la calificación. Ambas partes han de ser superadas.
Temario	1. Teoría general de la Opinión Pública y el espacio público. 2. Generación, desarrollo y funciones sociopolíticas de la opinión pública. 3. La influencia de los medios en la opinión pública. 4. El estudio de los efectos de los medios de comunicación en la opinión pública y en los individuos. 5. La influencia pública de los medios desde el análisis de la rutinas y valores profesionales. 6. La investigación de la opinión pública: los métodos y su repercusión periodística. 7. Opinión pública y comunicación política. 8. Repercusión y uso político y social de las encuestas.

TEORÍA DE LA PUBLICIDAD

Titulación	1º Grado en Publicidad y RRPP. 4 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Óscar Sánchez Alonso (osanchezal@upsa.es)
Objetivos	Analizar el actual discurso publicitario, atendiendo a sus medios, tipologías y formatos. Reparar sobre los vínculos que entabla con la cultura y sociedad contemporáneas. Incentivar su potencial estratégico y creativo, así como su perspectiva crítica, y sin prejuicios, ante el engranaje publicitario de nuestro tiempo.
Metodología docente	Teoría: acercamiento inicial a los temas. Distintas vertientes serán sometidas al análisis y reflexión. Práctica: los puntos e interrogantes sobre los que se ha trabajado encontrarán plasmación en casos prácticos. Podrá haber ejercicios individuales y grupales; estos últimos se concretarán en la entrega de un <i>briefing</i> para su desarrollo, presentación y posterior enjuiciamiento por el resto de compañeros.
Evaluación	Se requiere aprobar por separado la parte teórica y la práctica. La teoría se evaluará mediante examen sobre apuntes, lecturas, debates, materiales audiovisuales, gráficos... Más de tres faltas ortográficas equivalen al suspenso. La práctica será computada a través de los ejercicios dentro y fuera del aula. La asistencia es obligatoria; la asistencia activa y participante es, además, evaluable de forma positiva.
Temario	1. Para tener cómo llamarte: la publicidad y su melodía. 2. Mercados de distinta naturaleza en los que también brota la publicidad. 3. Vínculos socioculturales de la publicidad: espejo y reflejo de nuestro tiempo. 4. Algunas filosofías creativas de relevancia. 5. Proceso de creación: etapa de producción y etapa creativa. 6. Ruido o coherencia en la suma de elementos y recursos. 7. Planificación estratégica y redacción publicitaria: nociones básicas. 8. Del subvertisement al pro-logo: apocalípticos e integrados ante el discurso publicitario. 9. Interactividad y diálogo; publicidad y suspense. 10. Comunicadores y creativos que se atreven a saber.

INGLÉS

Titulación	1º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Formación básica. Primer semestre.
Profesor/a	D ^a Emma Villafaina Muñoz (evillafainamu@upsa.es)
Objetivos	Comprender las ideas principales de un discurso en el que se tratan asuntos cotidianos (trabajo, universidad, ocio...). Comprender textos redactados en inglés de uso habitual y cotidiano. Participar espontáneamente en una conversación que trate temas cotidianos (familia, aficiones, trabajo, viajes y acontecimientos actuales). Saber narrar y escribir una historia o relato, la trama de un libro o película, etc.
Metodología docente	Exposiciones teóricas de los contenidos de la asignatura y trabajos prácticos guiados enfocados al desarrollo de las cuatro destrezas en lengua inglesa. Lectura de textos, ejercicios y actividades gramaticales, estudio y preparación de examen.
Evaluación	Se requerirán del alumno los conocimientos y competencias correspondientes al dominio de una segunda lengua, inglés, en el nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER). La evaluación consistirá en: examen práctico escrito y oral; actividades prácticas guiadas por el profesor.
Temario	1. Verb tenses. 2. Personal pronouns. 3. Adjectives. 4. Modal and semi-modal verbs. 5. Conditional sentences. 6. Time clauses. 7. -Ing and to-Infinitive. 8. Articles. 9. Reported speech. 10. The Passive voice. 11. Defining and non-defining relative clauses. 12. Phrasal verbs.

HISTORIA DE LA PUBLICIDAD Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Titulación	1º Grado en Publicidad y RRPP. 4 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Gloria García González (ggarciago@upsa.es)
Objetivos	El acercamiento del alumno a la evolución histórica de la publicidad comercial y de las relaciones públicas tratará de facilitar la comprensión de los cambios sufridos por estas peculiares formas de comunicación en relación al desarrollo de la sociedad contemporánea y del consumo de masas.
Metodología docente	El trabajo se organizará en torno a sesiones teóricas y a la lectura de bibliografía monográfica que se comentará durante las clases prácticas. La elaboración de un trabajo complementario se hará siempre bajo la supervisión de la profesora.
Evaluación	Se efectuará sobre la calificación de un examen escrito (50%), la alcanzada en un trabajo de ampliación (30%) y la participación en las clases prácticas (20%). Dicha ponderación sólo será posible una vez el examen haya sido aprobado.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. La publicidad pre-industrial: avisos y carteles. 2. Modernismo y cartelística: la presencia de los artistas en la publicidad. 3. El nacimiento del marketing. La entrada de la publicidad en la radio de entreguerras: nuevas técnicas, nuevo lenguaje. 4. La publicidad comercial con discurso propagandístico: Guerra Civil española y Segunda Guerra Mundial. El nacimiento de las Relaciones Públicas globales. 5. El viraje hacia la televisión. La internacionalización publicitaria y los primeros grandes grupos de agencias. La expansión sectorial de las relaciones públicas. 6. La estructura del mercado publicitario desde los años 80: el dominio de las multinacionales. La individualización de las RRPP mediante los medios electrónicos.

ARTE Y ESTÉTICA

Titulación	1º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. José Ramos Domingo (jramosdo@upsa.es)
Objetivos	Proporcionar al alumno un bagaje visual, conceptual y terminológico de carácter especializado para su grado, que le permita, primero, orientarse en la pluralidad estética y estilística de la temática artística, tanto clásica como contemporánea; y segundo, efectuar un análisis crítico cualificado de los valores comunicativos presentes en las creaciones más destacadas de las secuencias estudiadas.
M. docente	Combinación de exposiciones magistrales-teóricas y ejercicios prácticos.
Evaluación	Se ceñirá expresamente a dos aspectos: primero, un examen escrito que se centrará en la comprensión del temario en todos sus ámbitos pluridisciplinares; segundo, un trabajo de investigación que tendrá como motivo preferente la elaboración de un desarrollo personal por parte del alumno, en el que se tendrán en cuenta sobre todo, los contenidos estéticos y artísticos del mundo de la imagen.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los inicios de la teoría estética 2. Recuento narrativo y secuencial de la teoría estética. 3. Discursos estéticos y formas artísticas. 4. La estética de la contemporaneidad: siglos XIX y XX. 5. Secuencias textuales y procesos estéticos formales. 6. Lenguajes periodísticos y tipologías estéticas. 7. La “babelia” de la contemporaneidad estética. 8. Estética y medios de comunicación.

INVESTIGACIÓN DE FUENTES DOCUMENTALES

Titulación	1º de Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Formación básica. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a María Rubio Lacoba (mrubiola@upsa.es)
Objetivos	Interiorizar la estrategia de información como un procedimiento efectivo para acometer cualquier búsqueda de fuentes. Ofrecer pautas y criterios para saber buscar, evaluar, sintetizar y utilizar todo tipo de fuentes documentales (al margen de su soporte). Entrenar el uso de dichas fuentes documentales en la confección de un trabajo de investigación o de comunicación. Normalizar un modelo sistemático de citación de fuentes documentales.
Metodología docente	Las clases combinarán sesiones teóricas con sesiones prácticas, en donde se pondrán distintos ejercicios (tanto individuales como grupales), así como debates de grupo, que refuercen y pongan sobre el terreno práctico los contenidos expuestos en las sesiones teóricas. Asimismo, habrá tutorías personales periódicas, destinadas a hacer un seguimiento personalizado del trabajo de evaluación final.
Evaluación	Elaboración de un trabajo de investigación, de temática libre, preferentemente individual. Debe reflejar las técnicas y criterios de recogida de fuentes documentales expuestos durante el curso. Debe testimoniar el conocimiento y empleo de la estrategia de información. Debe demostrar el manejo de la citación sistemática de las fuentes consultadas. Ha de ser defendido ante el profesor. Adicionalmente, a lo largo del curso, se podrán solicitar pequeños ejercicios individuales o grupales.
Temario	1. El valor actual de la información. 2. Las fuentes de información. 3. Estrategia de información. 4. Cómo citar fuentes correctamente. 5. Cómo organizar un trabajo de investigación.

HECHO RELIGIOSO Y FE CRISTIANA

Titulación	1º de Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Formación básica. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. José Ramón Matito Fernández (jramitofe@upsa.es)
Objetivos	Capacitar al alumno para la reflexión, el razonamiento crítico y el discernimiento entre lo esencial y lo accesorio. Lograr una actitud dialogante, respetuosa y constructiva con todo el mundo religioso y no religioso exterior a la fe y a la Iglesia. Profundizar en la importancia y la universalidad del hecho religioso en las diversas culturas. Conocer el vínculo existente entre las doctrinas religiosas, su entorno sociocultural y el compromiso ético que dimana de ellas. Capacitar al alumno para la comunicación mediática sobre asuntos relacionados con las religiones en general y con la Iglesia católica en particular.
M. docente	Sesiones magistrales. Tutorías personales y talleres de grupo. Apoyo audiovisual.
Evaluación	Evaluación continua, manifiesta en la participación y presencia de los alumnos en las clases docentes. Trabajos que favorecerán una asimilación personal y progresiva de la asignatura. Como trabajo final se puede realizar un examen escrito.
Temario	1. El hecho religioso. 2. Estructura antropológica del hecho religioso 3. Las religiones en la historia: El budismo. El judaísmo. El islam. 4. La Biblia y la revelación cristiana. 5. La fe cristiana en diálogo con la cultura.

DIBUJO TÉCNICO Y ARTÍSTICO

Titulación	1º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Tomás Sánchez Hernández (tsanchezhe@upsa.es)
Objetivos	Dotar al alumno de las técnicas de expresión gráfica necesarias para comunicar ideas con eficacia en un entorno creativo.
Metodología docente	Lecciones teóricas sobre soporte tradicional y digital.. profusión de ejemplos. Las sesiones se conducirán alternando explicaciones con seguimientos prácticos sencillos. Las clases prácticas incidirán en técnicas específicas de las diferentes disciplinas creativas relacionadas con las materias propias de la titulación como la secuencialización por planos para story board, y el encajado y descripción básica y comprensible de los elementos para piezas publicitarias gráficas.
Evaluación	La realización técnicamente correcta y comprensible narrativamente de las diferentes disciplinas. El conocimiento teórico de los principios en los que se sustentan los métodos de representación gráfica.
Temario	1. Formatos. Escalas de representación. 2. El boceto. Cómo comunicar con cuatro trazos. Cómo hacer que esos cuatro trazos signifiquen algo. Atajos y alternativas. 3. Materiales básicos y avanzados. 4. Composición y color. 5. Representación de objetos y encajado. 6. Representación básica de la figura humana. Su movimiento. 7. Narración gráfica: <i>storyboard</i> , cómic. 8. Soporte digital. 9. Presentación y sistemas de impresión (necesidades técnicas). 10. Concepción, desarrollo y abocetado de diseños tridimensionales y <i>packaging</i> . 11. (Contenido transversal) Historia, autores y tendencias principales.

DERECHO

Titulación	1º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Agustín Macías Castillo (amaciasca@upsa.es)
Objetivos	El alumno habrá de conocer las normas esenciales del ordenamiento jurídico español, con especial atención al estudio de la Constitución Española y al sistema de fuentes, adquiriendo las destrezas correspondientes a la identificación de las normas jurídicas y el entendimiento básico del sistema normativo.
Metodología docente	Clases teóricas y prácticas. Las clases teóricas alternarán los métodos tradicionales de clases magistrales con la realización de seminarios y tutorías con grupos reducidos. Las clases prácticas se desarrollarán con la metodología del caso y la puesta y corrección tutelada por el profesor del trabajo no presencial.
Evaluación	Asistencia a clase obligatoria. Examen final tipo test. La entrega de las prácticas y trabajos propuestos por el profesor podrán incrementar la nota final hasta un 20%, siempre que el examen final esté superado (5, aprobado).
Temario	1. El concepto de Derecho. 2. El ordenamiento Jurídico. 3. Las Fuentes del Derecho (I). 4. Las Fuentes del Derecho (II). 5. Eficacia y aplicación de las normas jurídicas. 6. Derecho constitucional (I). 7. Derecho constitucional (II). 8. Derecho administrativo. 9. El Derecho de la persona. 10. El Derecho patrimonial dinámico. 11. El Derecho patrimonial estático. 12. Derecho Penal. 13. Los delitos y la libertad de expresión. 14. Derecho del trabajo. 15. El Derecho de la Información. 16. La libertad de expresión y el derecho a la información. 17. Los límites del derecho a la información. 18. Instrumentos de protección de la libertad de expresión.

TEORÍA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Titulación	1º Grado en Publicidad y RRPP. 4 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Irene Martín Martín (imartinma@upsa.es)
Objetivos	Proporcionar una visión global de la teoría de las relaciones públicas así como de las estrategias de planificación y control para la consecución de objetivos comunicativos. Dotar al alumno de un conocimiento de los elementos que conforman el sistema de comunicación y de las relaciones públicas que capacite al alumno para la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias de comunicación,
Metodología docente	La metodología de trabajo combina la presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados a los contenidos utilizando el método de lección magistral, debates y exposición de casos y ejemplos prácticos, con el trabajo de prácticas en grupos reducidos que profundice fundamentalmente en procedimientos y destrezas asociados al contenido de la asignatura
Evaluación	Evaluación de los conceptos y contenidos de la asignatura a partir de pruebas escritas y evaluación de prácticas individuales y grupales para comprobar la adquisición de las competencias prácticas de la asignatura
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptos básicos de las RRPP. 2. Funciones de las RRPP. Denominación y organización de los departamentos de comunicación y relaciones públicas. 3. Evolución profesional de las RRPP: los modelos de las RP a partir de la evolución histórica. 4. Principales enfoques de la función de las RRPP y principales autores. 5. El enfoque gerencial de las RRPP. 6. El concepto de relación como eje de las RRPP. 7. Situación del sector en España y Europa.

EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA

Titulación	1º de Grado Publicidad y RRPP. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Fernando Martínez Vallvey (fmartinezva@upsa.es)
Objetivos	Conocer las características para una comunicación oral o escrita eficaz. Desarrollar la capacidad creativa en los textos. Saber aplicar los fundamentos de la retórica a la comunicación oral y escrita. Conocer teóricamente los modos expresivos.
M. docente	En las clases teóricas se expondrán los contenidos teóricos, que después aplicarán los alumnos en las clases prácticas con la realización de ejercicios específicos.
Evaluación	La prueba escrita supone un 50% de la nota total y la realización de prácticas en clase supondrá otro 50 por ciento. La asistencia a las clases teóricas será valorada para la nota final.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creatividad y escritura 2. Descripción. 3. Narración. 4. Argumentación. 5. Exposición. 6. Estrategias retóricas. 7. Exposición oral.

HISTORIA

Titulación	1º de Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a M ^a Luz de Prado Herrera (mlpradohe@upsa.es)
Objetivos	Capacitar a los alumnos en el conocimiento y comprensión de los acontecimientos históricos ocurridos en los dos últimos siglos, además de proporcionarles las claves y las técnicas para desarrollar análisis rigurosos que le permitan entender la evolución histórica de la sociedad contemporánea.
Metodología docente	Se seguirá un método interactivo basado en la explicación teórica por parte del profesor –fomentando el debate y el análisis crítico– y la participación activa del alumno exponiendo los resultados obtenidos en las prácticas realizadas en los seminarios y tutorías correspondientes.
Evaluación	Evaluación continua, mediante pruebas teórico-prácticas realizadas en el aula o en casa sobre la materia impartida por el profesor; prueba final, con cuestiones teóricas y prácticas, realizada por el alumno al final del periodo lectivo.
Temario	I. Introducción. 1. Repaso de la Historia del s. XIX. España en el contexto mundial. II. El s. XX. Primera mitad. 2. La Primera Guerra Mundial. 3. La Revolución Rusa y el Stalinismo. 4. El mundo de entreguerras. 5. España: crisis de la Monarquía, República y Guerra Civil. 6. Conflictividad internacional y II Guerra Mundial. III. El s. XX. Segunda mitad. 7. De la guerra fría a la coexistencia entre los bloques. 8. El bloque comunista: la URSS y los países del Este (1945-1991). 9. Las democracias occidentales en la segunda mitad del siglo XX. 10. La descolonización y los problemas del 3er Mundo. 11. La dictadura franquista (1939-1975). 12. Transición política y consolidación de la democracia en España. 13. El declive del comunismo y la hegemonía de EEUU. 14. El mundo en los albores del siglo XXI.

PSICOLOGÍA

Titulación	1º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Cristina Sánchez López (csanchezlo@upsa.es)
Objetivos	Analizar desde una aproximación teórico-práctica los fundamentos psicológicos que subyacen al fenómeno de la comunicación humana. Facilitar al alumno herramientas para un análisis psicológico de los procesos comunicativos en la realidad social. Fomentar el juicio crítico y la flexibilidad de pensamiento.
Metodología docente	Parte teórica: exposiciones orales de los temas y debates semi-estructurados, así como análisis de casos y ejemplos prácticos. Parte práctica: Se utilizarán lecturas y material audiovisual de apoyo. Se realizarán técnicas de dinámica de grupos y se reproducirán experimentos reales.
Evaluación	Para superar la asignatura será necesario realizar una prueba escrita objetiva, la cual computará un 80% de la nota final, así como la realización y entrega de trabajos en el aula, tanto de forma grupal como individual, lo cual supondrá un 20%. La asistencia a clases prácticas será condición necesaria para superar la materia.
Temario	1. El enfoque psicosocial. 2. ¿Por qué nos comunicamos? Razones psicosociales. 3. El enfoque metacomunicacional. 4. Axiomas de la comunicación. 5. Comunicación verbal. 6. Comunicación no verbal. 7. La comunicación publicitaria. La persuasión. 8. Procesos perceptivos. Percepción e imagen. 9. Procesos atencionales. Aplicaciones a la publicidad. 10. Procesos mnésicos. Aplicaciones a la publicidad.

SISTEMAS Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

Titulación	1º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. David Alameda García (dalamedaga@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las RR.PP y de sus procesos y estructuras. Conocimiento del funcionamiento e interrelaciones entre los diferentes agentes que operan en la publicidad y en las RR.PP. Diseño y puesta en práctica de campañas de comunicación publicitaria integradas.
Metodología docente	Combinación de explicaciones teóricas, en las que se proporcionan los fundamentos y bases de la asignatura, con sesiones prácticas, en las que se ejemplificara lo explicado en las clases teóricas, se analizarán casos y los alumnos desarrollarán prácticas individuales y en grupo relacionadas con los contenidos de la materia.
Evaluación	a) Evaluación de los conceptos y contenidos de la asignatura a partir de dos pruebas escritas que corresponden al 60% de la calificación: un examen teórico (30%) y un examen de lecturas (30%). b) Evaluación de las prácticas individuales y grupales para comprobar la adquisición de las competencias prácticas de la asignatura (40% de la calificación). Ambas partes deben estar aprobadas.
Temario	1. Estudio de la publicidad y las RRPP desde la perspectiva sistémica. 2. La industria de la publicidad y de las RR.PP. El sistema publicitario y la red publicitaria mundial. Macrogrupos de comunicación. 3. Estructuras de la publicidad y de las RR.PP. (funcionamiento e interrelaciones).4. Marco institucional, legal, profesional, asociativo y universitario de la publicidad y las RR.PP. 5. Procesos de la publicidad y las RR.PP. La planificación publicitaria.

VISIÓN CRISTIANA DEL HOMBRE Y LA SOCIEDAD

Titulación	2º de Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Formación básica. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Pilar Pena Bua (ppenabu@upsa.es)
Objetivos	Ofrecer los conocimientos básicos de la acción social cristiana y la DSI a favor del hombre y de la sociedad y la búsqueda del sentido de la vida. Se capacitará al alumno para descubrir en la vida y en las estructuras sociales las actitudes humanas y las propuestas cristianas que le ayuden a asumir su situación profesional.
Metodología docente	Exposición de conocimientos básicos por el profesor con esquemas, exposición de láminas y el seguimiento de un manual fundamental. Las sesiones prácticas, además del diálogo tutorial personalizado, girarán en torno a la lectura de una obra bibliográfica sobre el tema y presentación de resultados por parte del alumno.
Evaluación	El alumno elaborará una síntesis de la materia orientada a la praxis profesional donde se manifieste que conoce el contenido de la misma.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. El hombre, ser creado. 2. El hombre, ser personal. 3. El destino del hombre. 4. El hombre, ser social. 5. Pensamiento cristiano sobre la actividad económica. 6. La comunidad política en la Doctrina Social de la Iglesia.

GESTIÓN DE LA EMPRESA PUBLICITARIA

Titulación	2º Grado en Publicidad y RRPP. 4 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Sonia Viñuela Hernández (svinuelahe@upsa.es)
Objetivos	Conocer y comprender los contenidos teórico-prácticos esenciales en torno a la fundamentación jurídica, gestión y dirección de empresas publicitarias. Reconocer y utilizar la terminología básica sobre la estructura económico-financiera de la Empresa de publicidad. Capacidad para analizar e interpretar los datos económico-financieros de las empresas publicitarias.
Metodología docente	En las sesiones teóricas el profesor realizará la exposición de los conceptos fundamentales de la asignatura, que serán ampliados con diversos tipos de lecturas y recursos. En las clases prácticas se llevarán a cabo actividades de forma individual y grupal, en las que se requerirá la participación activa del alumnado y el manejo de diversos materiales (artículos, balances de situación...) complementarios.
Evaluación	Consistirá en una prueba de tipo escrito en la que se evaluará la asimilación de los contenidos teóricos y prácticos. En la calificación final también se valorará la evaluación continua de los contenidos de carácter aplicativo, así como la elaboración y exposición de un trabajo grupal.
Temario	1. Concepto y definición de Empresa publicitaria. 2. Fundamentación jurídica de la Empresa publicitaria. 3. Estructura económico-financiera de la Empresa de publicidad. 4. La inversión en el sector publicitario. Composición de ingresos y gastos en la Empresa de publicidad. 6. Estructura organizativa y gestión de empresas de publicidad. 7. La concentración en el sector publicitario.

METODOLOGÍA Y ESTADÍSTICA

Titulación	1º Grado en Publicidad y RRPP. 4 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. José David Urchaga Litago (jdurchagali@upsa.es)
Objetivos	Conocer las principales características y fases del método científico, y ser capaz de valorar críticamente los saberes científicos y de los que no. Tomar conciencia de las limitaciones y posibilidades del método científico. Dominar los principales estadísticos descriptivos (recogida de datos, presentación de datos, resumen de datos y relación de datos).
M. docente	Se combinarán las exposiciones magistrales-teóricas con ejercicios aplicados.
Evaluación	Examen final en el que se valorarán los conocimientos sobre el método científico y el dominio de la estadística descriptiva (problemas prácticos). Además se tendrán en cuenta los ejercicios y trabajos prácticos realizados (obligatorios y voluntarios). Se valorará la actitud del alumno (con la materia, compañeros y profesor)
Temario	1. La investigación científica. 2. Metodología cualitativa y cuantitativa. 3. Estadística descriptiva: variables y escalas. 4. Estadística descriptiva: tablas y gráficos. 5. Estadística descriptiva: medidas de tendencia central y variabilidad. 6. Estadística descriptiva: relación entre las variables. 7. Muestreo: tipos y cálculo. 8. Introducción a la estadística inferencial. 9. Deontología en la investigación. 10. La publicación de trabajos científicos.

LENGUA Y ESCRITURA CREATIVA

Titulación	2º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. Dª Asunción Escribano Hernández (aescribanohe@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento del uso lenguaje en el ámbito gramatical, pragmático e ideológico, así como los distintos formatos textuales literarios, sus estructuras y elementos lingüísticos con la finalidad de que el alumno sea capaz de aplicarlos al análisis y a la creación de los textos publicitarios.
Metodología docente	Presentación de los conceptos teóricos utilizando el método de lección magistral por parte del profesor. Aplicación a casos concretos llevada a cabo críticamente por el alumno. Y desarrollo de un trabajo práctico –individual o grupal- coordinado por el profesor que tendrá que ser expuesto en clase por el alumno
Evaluación	La asimilación de conocimiento se realizará a partir de varias pruebas escritas que corresponderán a un 60% de la calificación. Así mismo, se realizarán pruebas para comprobar la adquisición de las competencias prácticas de la asignatura (30%). Por último se realizará un trabajo al que le corresponderá un 10% de la calificación.
Temario	I. Lo implícito y lo ideológico en publicidad. 1. Las funciones del lenguaje en publicidad. 2. La polifonía en publicidad. 3. La cortesía lingüística en publicidad. 4. Los presupuestos y los sobreentendidos en publicidad. 5. La argumentación lingüística en publicidad. II. Lo literario en publicidad. 1. Introducción. 2. El relato. 3. El microrrelato. 4. La poesía. 5. La novela. 6. La biografía, la autobiografía y el diario íntimo. 7. El retrato, la carta y el monólogo interior. 8. Otro tipo de textos.

ELABORACIÓN DE TRABAJOS ACADÉMICOS CON INDICADORES DE CALIDAD

Titulación	2º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Formación Básica. Primer semestre.
Profesor/a	
Objetivos	Proporcionar capacidad de análisis y síntesis, capacidad de organización y planificación. Comunicación oral y escrita en la lengua propia.
Metodología docente	El alumno conocerá los fundamentos básicos para elaborar trabajos académicos: técnicas generales de elaboración, fuentes de documentación y redacción, presentación y defensa de los trabajos de investigación. En clases prácticas se realizarán ejercicios para elaborar la introducción y las conclusiones, estructura del trabajo, fichas de contenido: modelos y utilidad, la elaboración de índices, resúmenes y notas a pie de página, citas bibliográficas, presentación y defensa.
Evaluación	Examen final (20% de la nota final). Las actividades realizadas en clase tendrán un valor del 15%. El trabajo sobre en pequeño grupo supondrá el 15% de la nota. El trabajo individual representará el 50% de la nota.
Temario	1. Aproximación a la elaboración, presentación y defensa de trabajos académicos. 2. El trabajo académico: tema, fuentes de información y documentación. 3. Cualidades y rasgos para la elaboración de trabajos académicos. 4. Técnicas relativas al contenido.

ESTRATEGIAS DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

Titulación	2º Grado en Publicidad y RRPP. 4 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Elena Fernández Blanco (efernandezbl@upsa.es)
Objetivos	Adquirir la capacidad para detectar las oportunidades del mercado y de la comunicación, para la toma de decisiones estratégicas; para la programación de estrategias y acciones concretas de comunicación, así como la medición de sus resultados; para ejercer como profesionales responsables de la planificación estratégica de comunicación y de marketing de las marcas; para asesorar al anunciante desde la investigación y análisis de sus necesidades de comunicación publicitaria y de las RRPP; realizar un proyecto de planificación estratégica de una campaña.
Metodología docente	Clases teóricas con presentaciones y análisis de casos en función de la organización del contenido del programa. Las clases prácticas profundizarán en procedimientos y destrezas asociadas al diseño y desarrollo de estrategias comunicativas.
Evaluación	Resultará de la evaluación conjunta de las prácticas individuales y en grupo (50%) y de la evaluación de los contenidos teóricos de la asignatura (50%). Ambas partes deben estar aprobadas para superar la asignatura
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la planificación estratégica 2. La planificación estratégica publicitaria y de las relaciones públicas. 3. El proceso para la planificación estratégica de publicidad y relaciones públicas. 4. La investigación sobre el consumidor, clave estratégica. 5. La figura del planificador estratégico (planner). 6. Principales modelos estratégicos para el desarrollo de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas (modelos de agencias) 7. Verificación y control de las estrategias.

HISTORIA CONTEMPORÁNEA DE LAS IDEAS

Titulación	2º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Modesto Gómez Alonso (mgomezal@upsa.es)
Objetivos	Adquirir un conocimiento suficiente de las grandes líneas que han configurado el pensamiento en el mundo contemporáneo. Identificar los autores más relevantes e influyentes e iniciarse en el estudio de los textos clásicos en la historia de las ideas.
Metodología docente	Clases magistrales y lecturas críticas de los principales textos a modo de seminario y con intervenciones expositivas por parte del alumno En las tutorías se asesorará en el proceso de elaboración de trabajos prácticos y se resolverán las dudas.
Evaluación	El 60% de la nota se obtendrá a partir del resultado conseguido en una prueba presencial escrita. El otro 40% se obtendrá de la evaluación de las exposiciones y actividades prácticas guiadas por el profesor (30%) y del seguimiento del aprendizaje realizado por el alumno en las tutorías individuales y en grupos (10%).
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. La unidad del conocimiento y la crisis de las ciencias europeas. 2. El hombre y la tarea de pensar. 3. Religión y saber. 4. Política y pensamiento. 5. El debate de la Postmodernidad.

MARKETING	
Titulación	2º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. David Alameda García (dalamedaga@upsa.es)
Objetivos	Conocer y comprender los procesos y conceptos básicos relacionados con el marketing y sus técnicas: posicionamiento, segmentación, investigación de mercados, medición de la eficacia... Integrar la visión y los objetivos corporativos empresariales en las estrategias y políticas de marketing. Aplicar técnicas, métodos y herramientas que permitan analizar y desarrollar estrategias de marketing diferenciadas y competitivas orientadas a establecer relaciones duraderas con los clientes.
Metodología docente	Explicaciones teóricas, en las que se proporciona a los alumnos los fundamentos y bases del marketing, complementadas con ejemplos y ejercicios y también, con sesiones prácticas, en las que los alumnos, divididos en grupos, aplicarán el método de caso para la comprensión y análisis de los contenidos de la materia.
Evaluación	a) Prueba escrita que corresponde al 60% de la nota: examen tipo test con preguntas relacionadas con los contenidos y con una serie de libros que se indicarán a principio de curso. b) Evaluación de casos prácticos y ejercicios para comprobar la adquisición de las competencias prácticas de la asignatura (40% de la nota).
Temario	1. Introducción. 2. Estructura y organización de un departamento de marketing. 3. Sistemas de información e investigación en marketing. 4. Análisis del entorno de marketing. 5. Análisis del mercado. 6. Análisis del consumidor. 7. Análisis de la competencia. 8. Medición y previsión de la demanda. 9. Segmentación del mercado, definición del público objetivo y estrategias de posicionamiento. 10. Diseño de estrategias de producto y marca. 11. Diseño de estrategias de precio. 12. Selección y dirección de los canales de distribución. 13. La fuerza de ventas. 14. Diseño de estrategias de comunicación. 15. La planificación estratégica y corporativa.

CIENCIA POLÍTICA	
Titulación	2º de Grado Publicidad y RRPP. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Pedro Rivas Nieto (privasni@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento de la teoría política y análisis de la práctica de la política en sus diversas manifestaciones. Conocimiento de historia del pensamiento político, de teoría del Estado y de política aplicada. Comprensión de la actualidad política. Desarrollo de la capacidad de análisis político.
Metodología docente	Presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados a los contenidos utilizando los métodos de lección magistral, debates y exposición de casos. Trabajos de prácticas en grupos reducidos que profundizan en las cuestiones teóricas explicadas y desarrollan destrezas de análisis político.
Evaluación	Prueba escrita final (70% de nota). Evaluación de prácticas y ejercicios para comprobar la adquisición de competencias de análisis (30%). Han de superarse ambas.
Temario	1. Fundamentos para el análisis político. 2. Perspectiva comparada de los sistemas políticos contemporáneos. 3. La democracia actual en Europa, América Latina y Estados Unidos 4. Problemas de la gobernación. 5. El sistema político en la Unión Europea.

ECONOMÍA

Titulación	2º de Grado Publicidad y RRPP. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Luis Alberto Rivas Herrero (larivashe@upsa.es)
Objetivos	Comprender las instituciones económicas como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales sobre cómo funciona la economía. Comprender el comportamiento de los agentes económicos (consumidores y empresas) y de los mecanismos de funcionamiento de mercado. Conocer los principales macro-agregados económicos y su utilidad.
Metodología docente	Clases teóricas: presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados a los contenidos de la asignatura expuestos con lecciones magistrales, debates posicionados y exposiciones compartidas. Clases teóricas: se completan en todas las sesiones con ejemplos y aplicaciones al mundo del Periodismo.
Evaluación	Examen teórico tipo test y mediante prácticas, trabajos y tareas realizadas.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción. Micro y macroeconomía, economía normativa y positiva. Metodología, factores productivos, corto y largo plazo, macromagnitudes 2. Microeconomía. Oferta. Demanda. Función de producción. Costes. Competencia perfecta. Monopolio. Competencia monopolística. Oligopolio. Externalidades. El sector audiovisual: características y principales cifras 3. Macroeconomía. Demanda agregada. Oferta agregada. Inflación. Desempleo. Crecimiento económico. Política monetaria. Política fiscal. El corto y el largo plazo. Impacto de las medidas de política económica en el sector publicitario.

FUNDAMENTOS VISUALES Y TECNOLÓGICOS

Titulación	2º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Juan Ramón Martín San Román (jrmartinsa@upsa.es)
Objetivos	Fomentar la cultura visual en el ámbito del diseño gráfico. Comprender los elementos básicos en la confección de una imagen propia del grafismo. Aprender a construir productos gráficos que ayuden a una mejor comprensión del mensaje y sean coherentes con su intención comunicativa. Desarrollar habilidades de lectura de imágenes. Dominar las herramientas tecnológicas necesarias en el proceso de configuración de la imagen: diseño vectorial, retoque fotográfico y maquetación.
Metodología docente	1. Presentación en el aula de los conceptos y procedimientos de la asignatura utilizando la lección magistral, junto a seminarios y exposiciones. 2. Trabajo de prácticas individuales y en grupo que aborde los procedimientos y competencias vinculados al contenido de la asignatura. 3. Tutorías docentes presenciales y on-line.
Evaluación	Prueba escrita que corresponderá a un 40% de la calificación. Se realizarán ejercicios para comprobar la adquisición de las competencias prácticas de la asignatura (40%). El 20% restante se obtendrá a partir del desarrollo de un trabajo final.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comunicación visual y diseño gráfico. 2. La representación de la imagen. 3. La codificación en la imagen gráfica. 4. El diseño gráfico en la publicidad y las relaciones públicas: aplicaciones.

INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA

Titulación	2º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Myriam Codes Valcarce (mcodesva@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento básico de la metodología de la investigación, de las fuentes, el análisis, la interpretación y síntesis, y de las herramientas explicadas. Capacidad de gestión de la información y de aprendizaje autónomo. Capacidad heurística y de especulación para la resolución de problemas, la realización de nuevos proyectos y estrategias de acción.
Metodología docente	El profesor expondrá los contenidos, con medios tecnológicos (proyectores, conexión a Internet) y tradicionales, contando con el apoyo de la bibliografía específica de la materia. Se utilizarán los laboratorios de ordenadores, en los que de forma simultánea se reforzará la teoría con una práctica continua guiada por el profesor.
Evaluación	Combinación de evaluación continua y evaluación final: a) prueba objetiva final con cuestiones teóricas y prácticas con carácter individual; b) evaluación continua mediante pruebas teórico-prácticas similares a las realizadas en las clases diarias, realizadas tanto de forma presencial como no presencial.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a los Sistemas Operativos. 2. Presentación de la información en soportes tecnológicos. 3. Organización de la información mediante herramientas informáticas. 4. Herramientas web.

Periodismo**SOCIOLOGÍA**

Titulación	2º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Formación básica. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Jorge Santiago Barnés (jsantiagoba@upsa.es)
Objetivos	Conocer la sociedad humana entendida como grupos, asociaciones, colectivos e instituciones. Investigar los grupos sociales, su organización, sus relaciones internas y las que mantienen con el sistema social. Analizar las corrientes sociológicas más relevantes para la comprender el rol de los medios. Desarrollar los principales métodos sociológicos de investigación y de las técnicas que los conforman.
Metodología docente	Los contenidos serán impartidos en lecciones teóricas magistrales mediante la discusión, análisis y e investigación de casos sociales actuales. Las prácticas complementarán los conocimientos teóricos adquiridos y servirán de plataforma expositoria a trabajos individuales y colectivos de discusión grupal.
Evaluación	Consistirá en la suma de las calificaciones obtenidas en las prácticas realizadas, en las lecturas y trabajos de realización obligatoria así como en el examen final teórico. Para superar la asignatura siempre se deberá aprobar el examen teórico.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objeto y naturaleza de la Sociología. 2. Desarrollo histórico. 3. Método. 4. Técnicas de Investigación. 5. Socialización de la personalidad. 6. Status y rol. 7. Agrupaciones. 8. Estratificación social. 9. Estructuras e Instituciones. 10. Cambio y desviación.

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Titulación	3º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Ángel Losada Vázquez (alosadava@upsa.es)
Objetivos	Aportar formación especializada, sistematizada y actual, sobre las ventajas que aporta la gestión eficaz de la comunicación e imagen corporativa en el proceso de toma de decisiones de las empresas y como instrumento de generación de valor para las mismas. Dotar al alumno de conocimientos sobre las estrategias comunicativas de las organizaciones con sus públicos de interés.
Metodología docente	Combina la presentación en el aula de los conceptos y procedimientos de la materia mediante lección magistral, debates y exposición de casos y ejemplos prácticos, con el trabajo de prácticas en grupos reducidos que profundice en procedimientos y destrezas asociados al contenido de la asignatura.
Evaluación	Evaluación de los conceptos y contenidos de la asignatura a partir de pruebas escritas y evaluación de prácticas individuales y grupales para comprobar la adquisición de las competencias prácticas de la asignatura.
Temario	1. Comunicación organizacional y gestión estratégica. 2. Revisión histórica. Hacia un concepto integral de la comunicación en la empresa. Definición, agentes, planificación de la comunicación corporativa. 3. Identidad, cultura y comportamiento corporativo. Generación de la imagen y la percepción de las organizaciones. 4. La comunicación dirigida a los grupos de interés de una organización. La comunicación interna, intermedia y externa. 5. Instrumentos de la comunicación corporativa. 6. El plan integral de comunicación. Metodología y evaluación. 7. Tendencias profesionales y modos de organización en los departamentos de comunicación corporativa y las agencias y consultoras especializadas del sector.

ESTRATEGIA CREATIVA PUBLICITARIA

Titulación	3º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. Dª Carmen María Alonso González (cmalonso@upsa.es)
Objetivos	Capacitar al alumno para transformar las necesidades del cliente en soluciones de comunicación eficientes a partir del conocimiento de los fundamentos de la creatividad publicitaria, con especial atención a la capacitación en el ámbito de la conceptualización del mensaje y su plasmación según los medios y/o soportes.
Metodología docente	Se apoyará en la combinación de seis recursos: clases magistrales participativas, ejercicios de estimulación de la creatividad, realización de campañas de publicidad, trabajo académico de realización de un historial creativo, desarrollo de debates y participación en jurados; y aplicación de diversas técnicas para la obtención de ideas creativas.
Evaluación	Será la ponderación de la media de las prácticas realizadas (50%) y de un examen teórico-práctico. Es necesario superar las dos partes para aprobar la asignatura.
Temario	1. La creación publicitaria I: Determinación del concepto del mensaje. 2. La creación publicitaria II: Ejecución del mensaje. 3. La relación anuncio medio. 4. Valoración del mensaje creativo. 5. Filosofías y plataformas creativas publicitarias.

GESTIÓN DE CUENTAS PUBLICITARIAS

Titulación	3º Grado en Publicidad y RRPP. 4 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Elena Fernández Blanco (efernandezbl@upsa.es)
Objetivos	Conocer los procesos de gestión de las cuentas publicitarias; manejar la terminología básica de la dirección de cuentas y planificación estratégica; conocer los procesos de coordinación, supervisión y control de las acciones de las empresas de publicidad para dar solución a los problemas de los clientes, coordinando los diferentes departamentos y proveedores; elaborar presentaciones de agencia a cliente con eficacia comunicativa y manejar los documentos de trabajo específicos.
Metodología docente	Clases teóricas acompañadas de presentaciones y análisis de casos en función de la organización de los contenidos del programa. Las clases prácticas combinarán ejercicios de planificación y dirección de cuentas publicitarias (elaboración de documentos de trabajo, planificación de tareas, gestión de proveedores, etc.) con el aprendizaje y manejo del <i>software</i> de gestión publicitaria Proasoft.
Evaluación	Resultará de la evaluación conjunta de las prácticas individuales y en grupo realizadas a lo largo del semestre (50%) y de la evaluación de los contenidos teóricos (50%). Ambas partes deben estar aprobadas para superar la asignatura.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. La gestión de cuentas en la agencia de publicidad. 2. Funciones del responsable de cuentas. 3. El proceso de planificación y gestión de cuentas. 4. Documentos de trabajo: <i>briefing</i>, <i>status report</i>, <i>competitive review</i>, etc. 5. La dirección de cuentas en la relación anunciante-agencia. 6. De la dirección de cuentas a la planificación estratégica (<i>planner</i>). 7. Habilidades del gestor de cuentas.

DIRECCIÓN DE ARTE

Titulación	3º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Fernando Suárez Carballo (fuarezca@upsa.es)
Objetivos	Desarrollar soluciones visuales basadas en estrategias creativas orientadas a resolver problemas concretos. Comprender la idoneidad de determinados presupuestos visuales en función del medio publicitario y de las necesidades del mensaje.
Metodología docente	Se basa en clases teóricas, en las que se desarrollarán los principios de la materia, se establecerán los ejes y <i>briefs</i> de cada proyecto y se evaluarán conjuntamente los trabajos individuales. Para su realización, es preciso el dominio de aplicaciones de maquetación, dibujo vectorial y retoque fotográfico. Todo el material de la asignatura se gestionará mediante la plataforma Moodle.
Evaluación	Quedará configurada a partir de diferentes pruebas teóricas y de la entrega de todas las prácticas propuestas. Para superar la asignatura, es imprescindible superar ambas partes (teórica y práctica).
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño gráfico, dirección de arte. 2. Medios gráficos publicitarios. 3. El lenguaje visual de la publicidad. 4. Recursos gráficos y herramientas tecnológicas.

INVESTIGACIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS

Titulación	3º Grado en Publicidad y RRPP. 4 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Elena Fernández Blanco (efernandezbl@upsa.es)
Objetivos	Acercar a los procesos de investigación de medios publicitarios mediante el análisis de la situación de los medios en la actividad publicitaria y el conocimiento de la estructura de los medios publicitarios. Asimismo, se persigue el conocimiento de metodologías, técnicas y herramientas de los principales estudios de audiencia, inversión, difusión y eficacia de la publicidad que se configuran como fuentes principales para la planificación de las campañas publicitarias.
Metodología docente	Clases teóricas acompañadas de presentaciones y análisis de casos. Las clases prácticas combinarán ejercicios de lectura e interpretación de audiencias con clases en aula informática que se basarán en el aprendizaje y manejo de <i>software</i> de investigación de audiencias (TOM Micro e INFOSYS).
Evaluación	Resultará de la evaluación conjunta de las prácticas individuales y en grupo (50%) y de la evaluación de los contenidos teóricos de la asignatura (50%). Ambas partes deben estar aprobadas para superar la asignatura.
Temario	1. Los medios publicitarios. 2. Introducción a la investigación de medios. 3. Medias y conceptos de investigación de medios. 4. Investigación de la inversión publicitaria. 5. Investigación de audiencias multimedia. 6. La publicidad en televisión: gestión, comercialización e investigación. 7. Investigación y gestión publicitaria en medios gráficos. 8. Investigación y gestión publicitaria del medio radio. 9. Investigación y gestión publicitaria de exterior. 10. Investigación y gestión publicitaria de medios digitales. 11. <i>Bought media, owned media and earned media</i> .

PROGRAMACIÓN Y TÉCNICAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Titulación	3º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Irene Martín Martín (imartinma@upsa.es)
Objetivos	Conocimiento de las aplicaciones y técnicas aplicables a la planificación y elaboración de campañas comunicativas globales, en particular de las RRPP. Contribuye a fomentar la capacidad crítica, analítica e interpretativa, aportando los conocimientos de las técnicas de investigación y procedimientos necesarios para transformar las necesidades de los públicos en soluciones de comunicación eficaces.
Metodología docente	Combina la presentación en el aula de los contenidos mediante lección magistral, debates y exposición de casos y ejemplos prácticos, con el trabajo de prácticas en grupos reducidos que profundice fundamentalmente en procedimientos y destrezas asociados al contenido de la asignatura.
Evaluación	Pruebas escritas y evaluación de prácticas individuales y grupales para comprobar la adquisición de las competencias prácticas de la asignatura.
Temario	1. Aspectos fundamentales de la dirección y gestión de las relaciones públicas en organizaciones e instituciones. 2. Comunicación de crisis. 3. Vínculos entre organizaciones y públicos. 4. El programa de relaciones públicas. 5. La comunicación interna. 6. Identidad e imagen corporativa. 7. Instrumentos y Técnicas. 8. Patrocinio y Mecenazgo. 9. Responsabilidad Social Empresarial. 10. Protocolo y gestión de eventos. 11. Los códigos deontológicos de las relaciones públicas.

PLANIFICACIÓN EN MEDIOS PUBLICITARIOS

Titulación	3º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dra. D ^a Elena Fernández Blanco (efernandezbl@upsa.es)
Objetivos	Manejar la terminología básica de planificación y compra de medios publicitarios; conocer y comprender los procesos relacionados con la planificación estratégica y táctica de los medios publicitarios, y las técnicas de negociación y compra de espacios publicitarios; aplicar técnicas, métodos y herramientas para la elaboración de estrategias publicitarias en medios <i>offline</i> y <i>online</i> , masivos, directos e interactivos.
Metodología docente	Clases teóricas acompañadas de presentaciones y análisis de casos en función de la organización de los contenidos del programa. Las clases prácticas se impartirán en aula informática y estarán basadas en el aprendizaje del <i>software</i> de planificación de medios (TOM Micro e INFOSYS) y en su puesta en práctica a través de un plan integral de medios para una campaña, que se realizará en equipos.
Evaluación	Evaluación conjunta de las prácticas (50%) y de los contenidos teóricos de la asignatura (50%). Ambas partes deben estar aprobadas para superar la asignatura.
Temario	1. Los agentes de la planificación de medios en el mercado publicitario. 2. El proceso de la planificación de medios. 3. El target como eje de la planificación (del target al consumidor). 4. La selección de medios: criterios cuantitativos y cualitativos. 5. Planificación estratégica y táctica de medios. 6. La negociación y compra de espacios publicitarios: técnicas y sistemas. 7. Control, seguimiento y evaluación de la campaña. 8. Innovación y tendencias en la gestión de medios publicitarios.

PUBLICIDAD INTERACTIVA

Titulación	3º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Juan Carlos Gacitúa Araneda (jcgacituaar@upsa.es)
Objetivos	Conocer los fundamentos y soportes de la publicidad <i>online</i> , así como las principales estrategias de aplicación. Adquirir las destrezas para la detección de las necesidades e intereses de los usuarios de los soportes interactivos. Manejar la terminología específica del ámbito de la interactividad y de la publicidad online. Conocer las principales herramientas de construcción e integración multimedia destinadas a la producción de publicidad interactiva. Experimentar con formatos interactivos vanguardistas de producción digital de contenidos publicitarios online.
Metodología docente	La docencia se realizará de manera teórico-práctica con el desarrollo de ejercicios clase a clase. Los alumnos defenderán sus proyectos durante el curso (notas prácticas) y presentarán un proyecto final.
Evaluación	Desarrollo de proyectos prácticos durante el curso y un proyecto final.
Temario	1. Fundamentos y soportes de la publicidad online. Estrategias de aplicación. 2. Formatos publicitarios y analítica web. 3. Interactividad. 4. Guión multimedia. Usabilidad y accesibilidad. 5. Usos y tendencias publicitarias en los nuevos soportes digitales. Movilidad. Videojuegos.

INVESTIGACIÓN EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Titulación	3º Grado en Publicidad y RRPP. 4 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. David Alameda García (dalamedaga@upsa.es)
Objetivos	Conocer y comprender el proceso y diseño de una investigación. Conocer las técnicas de investigación de mercados, análisis, herramientas y modelos aplicables al estudio y control de publicidad, comunicación comercial y RR.PP. Desarrollar las técnicas cualitativas y cuantitativas en investigación de mercados y del consumidor. Aplicar las técnicas de investigación para el estudio de mensajes publicitarios
Metodología docente	Explicaciones teóricas, en las que se proporcionan los fundamentos y bases de la asignatura, complementadas con ejemplos y ejercicios y también, con sesiones prácticas, en las que los alumnos desarrollarán prácticas individuales y diseñarán, divididos en grupo, un proyecto de investigación para un caso concreto.
Evaluación	a) Prueba escrita que corresponde al 50% de la nota: examen tipo test con preguntas relacionadas con los contenidos y materiales de la asignatura. b) Evaluación de las prácticas individuales y grupales (50% de la nota): 20% corresponde a las prácticas individuales y el 30% al proyecto de investigación realizado en grupo. Para aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria ambas partes deben estar aprobadas y el proyecto de investigación también debe estar aprobado.
Temario	1. Fundamentos de la investigación de mercados y aplicación a la publicidad y las RR.PP. 2. Tipos de investigación en publicidad y RR.PP. 3. La organización de la investigación en publicidad y RR.PP. 4. El diseño de una investigación en publicidad y RR.PP. 5. Técnicas cualitativas aplicadas a la investigación en publicidad y RR.PP. 6. Técnicas cuantitativas aplicadas a la investigación en publicidad y RR.PP. 7. El proceso de investigación en publicidad y RR.PP. 8. Áreas de aplicación de la investigación publicitaria y de las RR.PP.

DERECHO PUBLICITARIO

Titulación	4º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Agustín Macías Castillo (amaciasca@upsa.es)
Objetivos	Regulación jurídica del Derecho publicitario, con especial atención a la legislación estatal y comunitaria, la protección de los consumidores, la incidencia jurídica de las nuevas tecnologías, su desarrollo jurisprudencial y su aplicación práctica en el ámbito profesional.
Metodología docente	Clases teóricas y prácticas. Las clases teóricas alternarán los métodos tradicionales de clases magistrales con la realización de seminarios y tutorías con grupos reducidos. Las clases prácticas se desarrollarán con la metodología del caso y la puesta y corrección tutelada por el profesor del trabajo no presencial.
Evaluación	Asistencia a clase obligatoria. Examen final oral. La entrega de las prácticas y trabajos propuestos por el profesor podrán incrementar la nota final hasta un 20%, siempre que el examen final esté superado (5, aprobado).
Temario	1. La publicidad y su dimensión jurídica. 2. La normativa publicitaria. 3. Los sujetos publicitarios. 4. La publicidad ilícita (I). 5. La publicidad ilícita después de la reforma de diciembre de 2009 (II). 6. La publicidad y el consumidor. 7. Los contratos publicitarios. 8. La Publicidad Institucional. 9. Las acciones contra la actividad publicitaria. 10. Publicidad y nuevas tecnologías. 11. La autorregulación publicitaria.

PROPAGANDA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

Titulación	4º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Óscar Sánchez Alonso (onsanchezal@upsa.es)
Objetivos	Analizar la dimensión persuasiva de la política contemporánea. Discernir con solvencia entre prácticas propagandísticas que contribuyen al enriquecimiento del sistema democrático, y prácticas propagandísticas que lo menoscaban. Proyectar al mercado político las distintas manifestaciones de la mercadotecnia.
Metodología docente	Teoría: acercamiento inicial al temario; distintas vertientes serán sometidas al análisis y reflexión por parte del alumnado. Práctica: esos puntos e interrogantes sobre los que se ha trabajado en la parte teórica encontrarán plasmación en casos prácticos. Los supuestos enlazarán con el ejercicio profesional que aguarda al alumno.
Evaluación	Se requiere aprobar por separado la parte teórica y la práctica. La teoría se evaluará mediante examen sobre apuntes, lecturas, debates, materiales audiovisuales, gráficos..., Más de tres faltas ortográficas equivalen al suspenso. La práctica será computada a través de los ejercicios dentro y fuera del aula. La asistencia es obligatoria; la asistencia activa y participante es, además, evaluable de forma positiva
Temario	1. A pesar de los pesares, ¿por qué podría interesarnos la política? 2. Modelos propagandísticos y concepciones del Poder. 3. Conceptos y matices. 4. Paralelismos y diferencias entre el mercado político y el mercado de bienes de consumo y servicios. 5. El análisis DAFO en el mercado político y el Plan de marketing político. 6. Segmentación y posicionamiento en el mercado político. 7. Canalización del discurso y algunos componentes del intercambio. político: candidato, partido, ideología... 8. Rasgos de la comunicación política contemporánea. 9. Actores y perfiles profesionales: consultoría política, dirección de campaña, portavocías... 10. Oferta y demanda políticas, según la madurez y cultura democráticas.

PUBLICIDAD GRÁFICA

Titulación	4º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Juan Carlos Gacitúa Araneda (jcgacituaar@upsa.es)
Objetivos	Conocer los distintos soportes de la publicidad gráfica. Diseñar y producir piezas publicitarias en formato impreso. Capacitar al alumno en la producción de piezas gráficas en formato vectorial y mapa de bits.
Metodología docente	1. Presentación en el aula de los conceptos y procedimientos asociados a la asignatura mediante lección magistral, junto a seminarios y exposiciones. 2. Trabajo de prácticas individuales y en grupo que aborde los procedimientos y competencias de la asignatura. 3. Tutorías docentes presenciales y <i>on-line</i> .
Evaluación	Durante el desarrollo de la asignatura los alumnos realizarán tres proyectos, que equivale al 60% de la nota final. El 30% corresponde al examen final (proyecto final) y el 10% a las competencias mostradas durante el semestre (calidad de las entregas, participación, asistenta, etc).
Temario	1. Del desarrollo de conceptos creativos a su representación visual. 2. Técnicas de producción gráfica. Formatos. 3. Diseño de proyectos visuales. 4. Soportes para la publicidad gráfica

FOTOGRAFIA PUBLICITARIA

Titulación	4º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Primer semestre.
Profesor/a	Dr. D. Ángel Sánchez-Anguita Muñoz (asanchezmu@upsa.es)
Objetivos	Conocer La fotografía publicitaria como instrumento creativo en la producción de anuncios gráficos. Aprender estilos, técnicas y materiales utilizados para la realización profesional. Analizar las fotografías publicitarias y su relevancia en la estrategia global de la campaña. Capacitar para realizar piezas sobre marcas o productos reales. Aprender a trabajar y manejar imágenes con objetivos publicitarios.
Metodología docente	La parte teórica tendrá una presentación de los conceptos y procedimientos asociados a los contenidos de la asignatura en clases magistrales con participación activa del alumno en comentarios, ejercicios, ejemplos, preguntas y debates. La parte práctica consistirá en realizar y presentar en clase y en tutorías: ejercicios, trabajos y piezas publicitarias donde plasmar los aprendizajes y destrezas.
Evaluación	La evaluación para la parte teórica consistirá en la realización de una prueba sobre los contenidos teóricos. Y para la parte práctica se tendrá que realizar, hacer la presentación y entrega de las prácticas o ejercicios en clase y en tutorías.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la Fotografía Publicitaria. 2. El material fotográfico. 3. Modelo y objeto. 4. Técnica fotográfica en publicidad: Realización 5. Técnica fotográfica en publicidad: Postproducción. 6. Anunciante, agencia y medio.

IDENTIDAD VISUAL

Titulación	4º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Juan Ramón Martín San Román (jrmartinsa@upsa.es)
Objetivos	Capacitar al estudiante para que pueda desarrollar proyectos de Identidad Visual para empresas, instituciones u otro tipo de organizaciones. Vincular la Identidad Visual a la identidad de la organización y reconocer el papel estratégico que desempeña en la comunicación con sus públicos. Desvelar la importancia del rediseño de los signos visuales identitarios en los procesos de cambio de las organizaciones, así como las repercusiones en sus públicos.
Metodología docente	1. Presentación en el aula de los conceptos de la asignatura utilizando la lección magistral, junto a seminarios y exposiciones. 2. Trabajo de prácticas individuales y en grupo que aborde los procedimientos y competencias vinculados al contenido de la asignatura. 3. Tutorías docentes presenciales y <i>on-line</i> .
Evaluación	Se realizará a partir de varias pruebas teóricas, que corresponderán a un 35% de la calificación. El 65% restante dependerá de prácticas relacionadas con la interpretación y la creación de sistemas concretos de identificación visual.
Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Funciones de la comunicación visual en la gestión de la imagen pública de las organizaciones. 2. Formalización de la marca: estrategias verbales y visuales para su concreción. 3. Construcción y representación de las imágenes globales de la Identidad Visual. 4. Características plásticas y funcionales (principios) de los sistemas de identificación visual. 5. Articulación de los sistemas de identificación visual. Tipos de manual y partes. 6. Modelos de evaluación.

DEONTOLOGÍA PUBLICITARIA Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Titulación	4º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Óscar Sánchez Alonso (onsanchezal@upsa.es)
Objetivos	Afianzar la auténtica profesionalidad en el ejercicio de la Publicidad y las Relaciones Públicas. Lograr autonomía y criterio, como para discernir entre un pulido ejercicio profesional, y derivas que menoscaban la profesión. Conseguir que la deontología sea algo más que una mera recopilación de códigos y normas que quedan en papel mojado.
Metodología docente	Teoría: Acercamiento inicial por parte del profesor a los correspondientes temas. Distintas vertientes serán sometidas al análisis y reflexión por parte del alumnado. Práctica: Esos puntos e interrogantes sobre los que se ha trabajado en la parte teórica encontrarán plasmación en casos prácticos. Estos supuestos enlazarán con el ejercicio profesional que aguarda al alumnado.
Evaluación	Se requiere aprobar por separado la parte teórica y la práctica. La teoría se evaluará mediante examen sobre apuntes, lecturas, debates, materiales audiovisuales, gráficos... Más de tres faltas ortográficas equivalen al suspenso. La práctica será computada a través de los ejercicios dentro y fuera del aula. La asistencia es obligatoria; la asistencia activa y participante es, además, evaluable de forma positiva
Temario	1. De qué hablamos al invocar la deontología de la Publicidad y las RRPP. 2. La dificultad de encontrar límites adecuados. 3. Perspectiva deontológica sobre la filosofía de la transgresión. 4. Roles masculinos y femeninos en el discurso publicitario de ayer y hoy: publicidad sexista y presencia de arquetipos. 5. Mercado político y mercado de bienes de consumo y servicios: deontología y análisis comparativo. 6. Al margen de la legislación, la necesidad de la deontología. 7. Códigos y Asociaciones que velan por la autorregulación en el campo publicitario y de las relaciones públicas. 8. Aplicación deontológica del <i>in dubio pro consummatore</i> .

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PUBLICITARIA

Titulación	4º Grado en Publicidad y RRPP. 6 créditos. Obligatoria. Segundo semestre.
Profesor/a	Dr. D. Ángel Sánchez-Anguita Muñoz (asanchezmu@upsa.es)
Objetivos	Conocer los procesos de realización de una pieza publicitaria audiovisual. Analizar el mensaje desde su estructura a su funcionamiento y adaptación al medio audiovisual. Aprender los mecanismos comerciales, técnicos y creativos necesarios para realizar un proyecto audiovisual y su presentación profesional.
Metodología docente	Presentación teórica de los conceptos y procedimientos asociados a los contenidos de la asignatura con participación del alumno con preguntas, comentarios y debates. La parte práctica está fundamentada en la realización, presentación y entrega de trabajos y piezas realizados en el aula o fuera de ella.
Evaluación	La evaluación de la parte teórica consistirá en una prueba. y la de la parte práctica en trabajos, piezas y exposiciones donde mostrar la comprensión de contenidos y la adquisición de destrezas. Con supervisión en clase, on line y en tutorías.
Temario	1. Introducción a la producción audiovisual publicitaria. 2. Fundamentos de comunicación y mensaje audiovisual. 3. Proceso productivo audiovisual I: Preproducción. 4. Proceso productivo audiovisual II: Producción. 5. Proceso productivo audiovisual III: Postproducción.

5 . N o r m a t i v a s d e l
T r a b a j o d e F i n d e
G r a d o

5.1 Reglamento del Trabajo de Fin de Grado de la UPSA

Aprobado en Junta Permanente de Gobierno el 24 de enero de 2011

I. DEFINICIÓN

1. El Trabajo de Fin de Grado (TFG) es una materia obligatoria en los planes de estudio de las titulaciones oficiales implantadas conforme al Espacio Europeo de Educación Superior, que se elabora y defiende como conclusión a estas enseñanzas (art. 12.3 del RD 1393/2007).
2. El TFG tendrá entre 6 y 30 créditos, deberá realizarse en la fase final del plan de estudios y estar orientado a la evaluación de competencias asociadas al título. En los planes de estudio aprobados en la UPSA la carga lectiva del TFG oscila entre 6 y 12 créditos ECTS.
3. Los responsables de cada titulación podrán establecer para la realización y defensa del TFG las exigencias académicas que consideren coherentes a las especificidades del plan de estudios, si bien deben ser proporcionales a la carga lectiva y ajustadas al calendario y a los recursos de cada Centro.
4. La distribución entre el profesorado de los TFG será realizada por el Decanato de cada Facultad en conformidad con la presente normativa. El Consejo de Facultad podrá establecer una normativa adicional al efecto.

II. MATRÍCULA

5. La planificación temporal del TFG en cada titulación no podrá establecer exigencias adminis-

trativas previas al comienzo del curso académico en el que el alumno lo matricula, sin perjuicio de que la información relativa a su desarrollo sea divulgada con antelación.

6. El alumno sólo podrá matricular el TFG si antes ha formalizado la matrícula ordinaria de todos los créditos de los tres primeros cursos. Debe salvaguardarse el derecho a que esa matrícula se realice al comienzo del semestre en el que se evalúa el TFG.

III. EVALUACIÓN

7. Cada Centro podrá establecer los criterios de valoración y evaluación del TFG según las exigencias académicas de sus respectivos planes de estudio (las cuales, si fuera el caso, podrán ser modificadas fácilmente). No se podrá condicionar la evaluación del TFG a la superación previa de un mínimo de créditos.
8. La Secretaría General de la UPSA sólo emitirá un Acta por convocatoria —ordinaria y extraordinaria— para cada uno de los TFG que se contemplan en los planes oficiales de estudio (uno en cada Grado, salvo aquellos que han especificado TFG vinculados a menciones). Ese Acta será firmada por el Tribunal nombrado al efecto en cada Centro, y se entregará en la Secretaría General dentro de los 15 días siguientes al último examen convocado oficialmente en febrero, junio o septiembre.

5.2 Reglamento del Trabajo de Fin de Grado

Facultad de Comunicación

1. El Trabajo Fin de Grado (TFG) es una materia obligatoria dentro de los planes de estudio y tiene una carga de 6 créditos ECTS.
2. El TFG debe realizarse, en todo caso, de forma individual por parte de cada alumno matriculado.
3. El TFG ha de estar dirigido por un profesor de la Facultad de Comunicación con el rango académico de Doctor y que tenga la mayor parte de su dedicación docente concentrada en títulos impartidos en dicho centro.
4. Cada profesor doctor de la Facultad de Comunicación podrá dirigir un máximo de TFG por curso académico definido en función del número de alumnos matriculados, salvo en aquellos supuestos excepcionales establecidos en la UPSA.
5. La Comisión del TFG, integrada por el equipo decanal de la Facultad de Comunicación y por los directores de áreas académicas (Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y RRPP, publicará un listado con los nombres de los profesores que reúnen las condiciones establecidas en el apartado número 3 así como la línea de investigación que oferta para la tutorización de proyectos.
6. Los alumnos deberán depositar en la Secretaría de Alumnos de la Facultad de Comunicación un documento que se les facilitará con suficiente antelación y en el que figurarán los siguientes datos: nombres y apellidos; número de expediente; títulos de tres TFG por orden de preferencia con sus correspondientes asignaciones a las líneas y profesores idóneos para cada uno de ellos; firma.
7. La Comisión del TFG asignará en una primera fase los proyectos correspondientes en función del cumplimiento de los apartados anteriores y lo publicará oportunamente. En aquellos supuestos en los que alguna línea-profesor tenga más solicitudes que el número de proyectos que puede dirigir y a igualdad de idoneidad académica según el título de los proyectos, se decidirá teniendo en cuenta la calificación media del expediente académico.
8. La Comisión del TFG abrirá con carácter de urgencia una segunda fase de solicitudes para aquellos casos en los que no haya sido posible la asignación según los criterios anteriores y en conformidad con las plazas todavía vacantes.
9. El TFG consiste en la elaboración de un trabajo de investigación sobre los aspectos teóricos y prácticos de la comunicación en sus diversas facetas. Se requerirá un mínimo conocimiento de las metodologías de investigación aplicadas al ámbito comunicativo. Se profundizará en uno de los aspectos teóricos de la comunicación y en las peculiaridades de los modos de producción en alguna de las vertientes establecidas en los correspondientes módulos que organizan los planes de

estudio de los Grados de Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas.

10. En aquellos supuestos que incluyan la entrega de algún producto, deberá adjuntarse una memoria que lo fundamente teóricamente y que cumpla con los objetivos establecidos en el apartado anterior.

11. La calificación definitiva del TFG se establecerá del siguiente modo: el director del proyecto fijará el 70%, mientras que el 30% restante lo establecerá otro miembro de tribunal designado a tal efecto.

12. La Comisión del TFG fijará con suficiente antelación la configuración de los tribunales.

