



EUSA CENTRO UNIVERSITARIO

Affiliated with University of Seville



Course Descriptions Bachelor Programs

[Bachelor Audiovisual Communication \(CAV\)](#)

[Bachelor Journalism \(PER\)](#)

[Bachelor Advertising and Public Relations \(PRP\)](#)

[Bachelor Tourism \(TUR\)](#)

For complementary information regarding our courses (course availability, semester), please consult EUSA Course Lists at <http://international.eusa.es/>

All data is subject to change

This document was updated on 4 December 2018

Bachelor Audiovisual Communication (CAV)

HISTORIA DE LA CULTURA CONTEMPORÁNEA

Aproximación al estudio de los movimientos culturales actuales y a sus antecedentes inmediatos; se prestará especial atención a la cultura popular y a la cultura mediática o de masas, enlazándolas con la sociedad de consumo, el impacto cultural de las nuevas tecnologías y las redes transculturales de comunicación, fenómenos que afectan a la percepción social y al contexto de la Cultura en nuestro tiempo.

) *@A5?J '5' f 53A"2 <5?° ?J f B1AB?"

° uuxnMba {n {aZ' y| Xt' n_ {aZ' V| j|} xVj' k n fZk ZI {y' n_ {nXV' MIX' {aZ' b' k k ZXbM'Z' UNM' ` xn| I X''
yuZVbVj' M' {Zi {bml' , , tj' 'UZ' uNk' {n' unu| jN' V| j|} xZ' MIX' k ZXbVhxk NjyV| j|} xZ' MIX' {aZ' j' b' i y' {n' {aZ'
Vhl y| k Zx' ynVZ' {tS' {aZ' V| j|} xVj' k uNk' n_ I Z, ' {ZVal njn' bZy' MIX' {xNlyM| j|} xVj' Vhk k | I bM' bml'
I Z{, nxi ySuaZI nk ZI M' aM' M' ZV' {aZ' ynVbVj' uZxVZu{bml' MIX' Vhl {Z. {n_ V| j|} xZ' b' n| x' {k Z°

Year: 1;

Main Areas of Study: HISTORY

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5390001

TECNOLOGÍAS PARA LA INFORMACIÓN ESCRITA

Estudio y capacitación en la tecnología y el análisis y evolución de los medios impresos y digitales. La asignatura permite al alumno conocer la evolución tecnológica de los soportes escritos; la naturaleza de la tecnología manual de la información escrita y la ulterior mecanización de dicha tecnología, basándose en un conjunto de innovaciones en los ámbitos de la composición e impresión. El alumnado conocerá las características de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), con especial referencia a Internet, como herramientas y recursos aplicables al contexto del Periodismo y a otras áreas de la Comunicación, principalmente, en el proceso de producción de la información. Asimismo, la asignatura aborda el diseño y estructura de las publicaciones digitales como forma predominante del nuevo desarrollo periodístico y, específicamente, la práctica de redacción para los entornos web. Al final de la asignatura el alumno estará en condiciones de realizar un proyecto de publicación periódica digital y tener un conocimiento más avanzado de la terminología y el entorno tecnológico que se utilizan en los medios de comunicación.

H?AA" 31*3' 5?2 ° A*53 A"t) 3515(*"@

@| Xt' MIX' {xnb b` ` b {ZVal njn` t' MIX' MInjtyby MIX' Zfnj| {bnl `n_`uxb {` MIX' Xb kNjT k ZXbM' AaZ' y| UzV' ZI NUjZy' y| XZI {y {n` jZVAl` Nuh| {` {aZ' {ZVal njn` bNjT Zfnj| {bnl `n_` „ xq{ZI `k ZXbM' {aZ' l M| xZ' n_`k M| NjT „ xq{ZI `b`_nxk Mlbnl` {ZVal njn` t' MIX' {aZ' y| UyZV' ZI {` k ZVAl MlbyMlbnl` n_` {aMl' {ZVal njn` tS UvYzX' nl` MjZxZy'n_` b l nfmMlbnl` y {aZ' Vnk unyqtb` ` MIX' uxb {b` ° @| XZI {y „ hJ jZVAl` Nuh| {` {aZ' VAlMlW' Zxy' by' n_` b`_nxk Mlbnl` MIX' Vnk k | l bMlbnl` {ZVal njn` tzy' z' AAS`_nV' yb` ` uNl' b| jNjT' nl` {aZ' `i {Zx Z(SM' {nnjy MIX' xZyn| xZy' {aMl' MZ' MlujbMlujZ' {n` hm| x' Njy' {b' Vhl {Z. {y MIX' n {aZx Vnk k | l bMlbnl` MZMJSK nyjT b` {aZ' b`_nxk Mlbnl` 'uxnX| V'bnl` 'uxnVzyy' AaZ' y| UzV' Njyn' VhfZy' {aZ' XZy' b l` MIX' y{x| V' | xZ' n_` Xb kNjT u| Uj bMlbnl` y' Nj' {aZ' uxZxnk b Ml' {`_nxk` n_` {aZ' jMZY' XZfZjnuk ZI {y` b` hm| x' Njy' k S MIX' yuZVbMlujT' {aZ' uxMl' bZ' n_` „ xqtb` ` ` _nx` „ ZU' UvYzX' ZI fbnl k ZI {y' t' {aZ' ZI X' n_` {aZ' y| UzV' {Sy' | XZI {y „ hJ UZ' NUjZ' {n` | l XZx MIZ Mxb kNjT uZxnbMlujT <nlZV' S aMl' b` ` MlW' bZx' Ml' fMlVZx' i l n, jZx Z' n_` {aZ' {Zk b njn` t' MIX' {ZVal njn` bNjT ZI fbnl k ZI {` yZx' b` {aZ' k ZXbM'

Year: 1; **Main Areas of Study: MEDIA STUDIES; COMMUNICATIONS**

Class Hours: 60 **Study Hours: 90** **ECTS: 6** **Course Code: 5390002**

TENDENCIAS LITERARIAS EN LA CULTURA CONTEMPORÁNEA

Se revisan de forma general los conocimientos sobre las tendencias literarias, centrándose en el estudio de los movimientos contemporáneos, estableciendo el periodo de inicio en la Generación del 98 y finalizando en la época actual. Se aporta una visión global de los movimientos literarios de la época contemporánea.

1'A" ? ° ? J A' " 3ž @*3 † 53A" 2 <5? ° ? J † B1AB? " `

° ` xZfZ „ ` by | l XZx MIZI ` n_` uxZfbn| yjT MlW' bZx' i l n, jZx Z' n_` jkZxMlT' {xZl XyS`_nV' yb` ` nl` {aZ' y| Xt' n_` Vhl {Zk unxMlT' k nFzk ZI {yS {Mlbnl` ` {aZ' (ZI ZxMlbnl` n_` áá' Nj' {aZ' y| Nl' b` ` unlb {` MIX' ZI Xb` ` „ ká' {aZ' uxZyZl {` XM' ° ° l` nFZxZ „ ` n_` {aZ' jkZxMlT' k nFzk ZI {y' n_` {aZ' Vhl {Zk unxMlT' uZxnbMlujT „ hJ UZ' ` bZl` °

Year: 1; **Main Areas of Study: LANGUAGE & LITERATURE**

Class Hours: 60 **Study Hours: 90** **ECTS: 6** **Course Code: 5390003**

TEORÍA DE LA IMAGEN

Proporciona elementos clave vinculados a la conceptualización y fundamentos básicos de la teoría de la imagen, historia, análisis, percepción y fenómenos como la representación, el significado, la retórica y el discurso visual. Ofrece herramientas para analizar los elementos de la imagen que crean sentido y su aplicación a los distintos discursos mediáticos.

*2 ° (" A) "5?J´

<nfbXZy i Zt´ XZ{Mly n_ {aZ´ Vhl VZu{ | NlyMlml´ MIX´ Uvlyby´ n_ tk´ MZ´ {aZnxtS abf{nxtS MllylyS uZxVZu{tml´ MIX´ y| Va´ uaZl nk Zl MlyxZuxZyZl {Mlml´ Sk´ ZMl b´ SxaZ{nxtV´ MIX´ fly| NlyXlyVh| xyZ´ a´ f´ n_ Zxy´ {nnjy´ nxMllylyb´ tk´ MZ´ ZjZk Zl {y´ {aM´ VxZMZ´ k´ ZMl b´ MIX´ {aZbx´ MlyujbMlml´ {n´ Xb_ ZxZl´ { k´ ZXbVXlyVh| xyZy´ a´

Year: 1; **Main Areas of Study:** MEDIA STUDIES; COMMUNICATIONS

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390004

TEORÍA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

Proporciona una visión global de la teoría y prácticas de la comunicación, tanto a nivel de empresas como de instituciones. Conocimiento de los modelos generales y específicos de la actividad publicitaria y de sus estructuras. Delimitación conceptual del término publicidad y de sus funciones e integrantes en el marco general de la Teoría de la Comunicación; estudio de sus implicaciones sociales y económicas; identificación, estudio y descripción de los agentes (anunciantes, empresas, medios de comunicación y consumidores) que intervienen en la actividad publicitaria, y de las respectivas funciones ejercidas por cada uno de ellos.

A) "5?J´ 5´ ° ž G" ?A* @3(° 3ž´ <BL1†´ ?" 1° A*53@

<nfbXZy´ Ml´ nfbZyfbZ,,´ n_´ Vhk´ k´ | l´ bMlml´ {aZnxt´ MIX´ uxVh´ bZ´ b´ Uh´ {a´ uxVh´ MZ´ U| yb´ Zyy´ MIX´ b´ y´ {k´ |´ {tml´ y´ a´ O´ n,,´ jZX´ Z´ n_´ Zl´ ZxVt´ MIX´ yuZVbV´ NxfZx´ byb´ k´ nXZjy´ MIX´ {aZbx´ y´ x´ V´ |´ xZy´ a´ f´ n_´ VZu{ | Nly´ XZjtk´ bMlml´ n_´ {aZ´ {Zk´ -NxfZx´ byb´ @´ MIX´ bly´ | l´ V´ tml´ y´ MIX´ Vhk´ unl´ Zl´ {y´ b´ {aZ´ n_´ Zl´ ZxVt´ xNk´ Z,,´ nxi´ n_´ b´ nXk´ Mlml´ {aZnxt´ y´ |´ Xt´ n_´ bly´ ynVbVt´ MIX´ ZVhl´ nk´ bV´ xZuZxV´ yylml´ y´ bZl´ {bMlml´ Sy´ |´ Xt´ MIX´ XZyVbV´ tml´ n_´ {aZ´ Ml´ nxy´ jNxfZx´ byZyS´ MZl´ VxZySk´ ZXbV´ MIX´ Vhl´ y´ k´ Zxy´ A´ b´ fnjfbZx´ b´ NxfZx´ byb´ MIX´ {aZ´ xZyuzV´ bZ´ xnjZyn´ ZMl´ a´ n_´ {aZk´ a´

Year: 1; **Main Areas of Study:** ADVERTISING

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390005

DERECHO AUDIOVISUAL

Análisis del ordenamiento jurídico de la actividad que se desarrolla a través de los medios audiovisuales, como productores de mensajes informativos y de opinión. Regulación sectorial de la cinematografía y de la radio-televisión como servicio público. Dota a los estudiantes que carecen de la formación jurídica previa de los conocimientos concretos sobre la regulación jurídica del sector de la comunicación en la sociedad de la información.

° Bž *5G*® 11° H`

° I Njlyy'n_{aZjZ NjI_XNk Z,, nxi`XZfZjnuZX'fBM(aZ MjXbnfy| NjIk ZXbMj'uxnX| VZxy'n_k ZyMIZy` n_`b_nxk Mlbnl` MIX` nub bnl` a` @ZV{nx' xZ` | jMlbnl` n_` Vb Zk N§ xVXbn` MIX` {ZjZfybnl` Ny` Mu| Ujlv` yZyfbVZ` a` { Zv{byy' | XZI {y,, kã' l n'uxZfbn| yjZ` NjI{XNk b` , kã' yuzVbV'i l n,, jZX` Z'n_{aZjZ` NjI` NjuZV'y'n_{aZ` Vhk ujZ.. Vhk k | l bMlbnl` yZV{nxib` {aZ` b_nxk Mlbnl` ynVZ{t`

Year: 1; Main Areas of Study: LAW
Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5390006

HISTORIA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN

Supone un recorrido por la evolución histórica de los modelos de comunicación social, escritos y audiovisuales, desde sus orígenes hasta la actualidad y, especialmente, por la relación entre comunicación y poder a lo largo de la Historia, con objeto de dotar al estudiante de elementos de análisis que permitan el desarrollo de su capacidad crítica.

@5I * 1) *A5?J 5' † 52 2 B3† ° A*53`

° l` nfyZyfZ,, n_{aZ` ab{nxVjI Zfnj| {bnl` n_` ynVbN§,, xq{ZI` MIX` MjXbnfy| NjI` Vhk k | l bMlbnl` k nXZjyS`_n_k` {aZb` nxb` b` y` n_{aZ` uxZyZI` {XMSuVXbV| jMjI` {aZ` jbi` y` UZ,, ZZI` Vhk k | l bMlbnl` MIX` un,, Zx{axn|` an| {` ab{nxI` S,, kã' MjfbZ,, {n` Zv{byy' | XZI {y,, kã' MjNjI{bMjI` kã' y` {aMl,, kã' ZI` NjIjZ` {aZk` {n` XZfZjnu` {aZb` Vxq{bMjI` Vdi` Vxq{t`

Year: 1; Main Areas of Study: MEDIA STUDIES; COMMUNICATIONS
Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5390055

PSICOLOGÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Introducción en los aspectos comunicativos de la interacción humana y en la influencia de los factores sociales en la configuración de procesos psicológicos tales como la percepción, las

emociones y la expresión no verbal. Se estudian procesos relacionados con la comunicación como la socialización, persuasión e influencia en las actitudes o en la generación y resolución de conflictos.

51 * 1<@t) 515(J 5' ° Bž *5G*® ° 1† 52 2 B3† ° A*53`

† {xnX| V{tmi } {n Vhk k | I bM{tmi } xZjMZX'NyuzVyn_a| k Mi b {ZNV{tmi } MIX{aZ'b_j| ZI VZ'n_ynVb}T
_NVnxy'ni }yaMib` }y| Va`uytVánjin` bMj'uxnVZyyZy'Ny'uZxZu{tmi }SZk n{tmi }yMIX`{aZbx'i ni }fZxUNjT
Z.uxZyytmi }° <xnVZyyZy'NZ`y{ | XzZX` „ kša`xZ` Mx` {n Vhk k | I bM{tmi } Ny_ynVb}Tym{tmi }SuZxy| Ny{tmi }
MIX'b_j| ZI VZ'b` M{tmi }XZynx{aZ` ZI ZNV{tmi } MIX}yZ{fjZk ZI {n_Vhl_jb}y`

Year: 1; **Main Areas of Study:** PSYCHOLOGY

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390008

TECNOLOGÍAS DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES I

Introducción al estudio de la mediación tecnológica en todos los procesos de la cadena de producción audiovisual: grabación, montaje, postproducción y difusión. Los alumnos conocen el uso y las posibilidades que los elementos tecnológicos pueden ofrecerles para el desarrollo de su profesión. Como futuros profesionales del mundo de la información deben conocer el apartado técnico en el que van a desarrollar su labor, ya sea Televisión, Radio o Internet.

° Bž *5G*® ° 1†2 "ž * A"†) 3515(J *`

† {xnX| V{tmi } {n {aZ`y{ | Xt`n_k ZXbM{ZVal njn` t`b` Nyj` uxnVZyyZy`b` {aZ`MjXb}fy| Nyj` uxnx| V{tmi }
VaNb` ©xZVhxXb` }SZXtq`b` }Suny{`uxnX| V{tmi } MIX`UxnVXVx{tmi }°@| XZI {y` „ h}j`jZNV` M{h} {`{aZ`| yZ`
MIX` un{ZI {b}T n_ {ZVal njn` t` {n` aZju` {aZk` {n` u| xy| Z` {aZbx` VVZZxy` ° y` }| xZ` b`_nxk` M{tmi }
uxn_Zyytmi }NyS` {aZt` „ h}j` I ZZX` {n` i | n,` }M{h} {` {ZVal bMjT NyuzVyn` {aZbx` ImUyS` „ aZ{aZx` b`
{ZjZfytmi }SxVXb` nxS`n_Vh| xyZSnI jib` Z`

Year: 1; **Main Areas of Study:** MEDIA STUDIES; COMMUNICATIONS

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390009

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

Estudio de los elementos, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los principales métodos de investigación y su evolución histórica. Se pretende también analizar críticamente la producción de contenidos informativos en los distintos medios, a partir de

modelos y enfoques que proporcionan las ciencias de la comunicación. Conocimiento de las principales perspectivas teóricas para el análisis de la comunicación como disciplina científica. Comprensión del contexto en que se desarrolla la comunicación y los elementos que intervienen en los distintos niveles del fenómeno comunicativo. Desarrollo de un acercamiento crítico a los contenidos de los medios y a su estructura en el sistema de la comunicación.

1522B31 ° A*53A) "5?J

El Xt' n_ {aZ' ZjZk Zl {yS unVZyyZy' MIX' y{x| V| xZy' n_ Vhk k | l bMlml SMj' ,, Zjj' My' {aZ' uxó VkuVj' xZyZMá' k Z{anXy' MIX' {aZbx' ab{nxóMj' Zfnj| {lml ° @| XZl {y' ,, ljj' Njn' VxóMj' l' MIMjtyZ' {aZ' unX| V|lml ' n_ l Z, y' Vhl {Zl { ' Mxnyy' Xb_ZxZl { ' k ZXóS UMjZX' nl' {aZ' k nXZjy' MIX' MluxnMáZy' unxfZX' Ut' Vhk k | l bMlml ' yMzI VZ°Ol n, jZX' Z'n_ {aZ' k Nó {aZnxZ{bMj'fZ, unb {y' nxMIMjtyy' n_ Vhk k | l bMlml ' My' M yMzI {bb' XbMajb Z° BI XZxy{MIXb' ' n_ {aZ' Vhl {Z. f: b' ,, abá' Vhk k | l bMlml ' {MIZy' ujMz' MIX' {aZ' _Mxny' b' fnj'fZX' M' Xb_ZxZl {jZfZjy' n_ {aZ' Vhk k | l bMlml ' uaZl nk Zl nl' ° ž ZfZjnuk Zl { ' n_ MxóMj' MluxnMá' {n' k ZXóMhl {Zl { ' MIX' b'y' y{x| V| xZ' b' {aZ' Vhk k | l bMlml ' ytyZk °

Year: 1; **Main Areas of Study:** MEDIA STUDIES; COMMUNICATIONS

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390050

GUIÓN AUDIOVISUAL

Introducción en los sistemas y procesos de construcción y análisis de guiones audiovisuales. Estudios sobre los conceptos básicos del Guión Audiovisual atendiendo a los parámetros básicos del análisis narrativo de obras audiovisuales. Al finalizar el curso se crearán guiones en distintos medios como radio, cine, televisión, además de en otros formatos no convencionales.

° Bž *5G*°B° 1@ ?*A*3(

l {xnX| V|lml ' {n' ytyZk y' MIX' unVZyyZy' _nx' Vhl y{x| V|b' ' MIX' MIMjtyb' ' MlXbnfby| Nj' yWku(y' ° @| XlZy'n_ UNjV' Vhl VZu{y'n_ MlXbnfby| Nj' yWku(b' S MxXZyyb' ' {aZ' UNjV' uMNR Z{Zxy'n_ l MxMlZ' MIMjtyy'n_ MlXbnfby| Nj, nxi y°° { ' aZ' Zl X'n_ {aZ' tZMá' {aZ' y{x| XZl {y' ,, ljj' VxZMz' yWku(y' _nx' Xb_ZxZl { ' k ZXóS b' V| Xb' ' xXóS ljk S{ZjZfjy' ml MIX'n{aZxl nl' Vhl fZl {lml Nj' _nx' Mj' °

Year: 2; **Main Areas of Study:** MEDIA STUDIES; CINEMA

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390011

REALIZACIÓN I – FUNDAMENTOS BÁSICOS

Introduce a los alumnos en los principios básicos de la realización audiovisual, aportando los conceptos teóricos necesarios para la comprensión y análisis de la realización cinematográfica, así como la capacidad conceptual y práctica de expresarse adecuadamente por medios y técnicas audiovisuales.

*12 12 ° 0*3(*° 1 ° @# @

1 {xnX| VZy{aZ y| XZl {y{n {aZ UNjB/uxb VujZyn_MlXbnfy| NjXbzVfb` SMMW btb` {aZ {aZnxZ{bMjT Vhl VZu{y| ZVZyMf{ n| I XZxy{MIX`MIX`MINjtyZ`_tk` XbzVfbnl` MIX`{aZ`Vhl VZu{| NjT MIX`uxMjT{bMjT Mjkt{ n`Z. uxZyy{aZk yZjZyMkZw` MZjt` , kfa MlXbnfy| Njtk ZXbMMIX{ZVal bnZy`

Year: 2; **Main Areas of Study:** MEDIA STUDIES; CINEMA
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390052

LENGUA ESPAÑOLA: SABER IDIOMÁTICO Y COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

Reflexión y estudio sobre la lengua como herramienta de comunicación que tendrán que dominar los futuros profesionales de la comunicación audiovisual. Estudio en profundidad todo lo relacionado con los aspectos normativos del español. Estudio de la lengua analizando los errores de expresión más comunes.

@° 3*@ 1° 3(B° (" @1° 3(B° (" @*11@° 3ž 152 2 B3† ° A*53152 <"A"3† *"# @

Aabib` Nln{| MIX` y| Xtfb` ` jMI` |MZ` Ny` M Vnk k | I bMfbnl` {nnj` {aMj` _{| xZ` MlXbnfy| NjTVnk k | I bMfbnl` uxZyybnl Njy` , tj` aMfZ` {n` UZ` yi tjZX` b` a` 1` XZu{a` y| Xt` n` Nj` {aZ` x| jZy` n` @Mlba` jMI` |MZ` @| Xt` n` {aZ` jMI` |MZ` MINjtyb` ` {aZ` k ny` Vnk k nl` Zxny` n` Z. uxZybnl` a`

Year: 2; **Main Areas of Study:** LANGUAGE & LITERATURE
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390013

MOVIMIENTOS ESTÉTICOS CONTEMPORÁNEOS

Estudio de las tendencias estéticas del siglo XX y las corrientes actuales, así como los diversos sistemas de representación: publicitarios, arte contemporáneo, diseño, arquitectura o psicoanálisis, por sus efectos perceptuales en nuestra sociedad. Análisis de las relaciones de estos movimientos con los medios de comunicación en soportes, contenidos y recursos

expresivos, ya que aportan un marco de referencias estéticas de gran utilidad para creadores y estudiosos de la comunicación audiovisual.

153A"2 <5? ° ?J ° " @) " A* ' 2 5G" 2 " 3A@

@| Xt' n_ ÜÜª VZI { | xt' MIX V| xZI { NYy{aZ{V{xZI XySMIX {aZ' fVltn| y'yty{Zk y'n_ xZuxZYZI {Mltnl S y| Va' My© NYfZx{byb` S Vhl {Zk unxVlt' MxS XZYb| S MValqZV| xZ' nx' uytVanMlNytybS Ut' {aZbx' uZxVzu{ | Nj Z_ ZVy' nl' n| x' ynVZ{tª ° I Njtyby' n_ {aZ' jib i y' UZ{, ZZI' {aZyZ' k nfyZk ZI {y' MIX' {aZ' k ZXbMb {Zk y'n_ nx' MjS Vhl {ZI { MIX' Z. uxZybfZ' xZyn| xVZySMj {aZt' unxfbZ' Mab ajt' | yZ_ | j' NYy{aZ{V_ xMk Z, nxi' _nx{anyZ VxZMb` MIX y{ | Xt' b` MlXbny| NjVhk k | l bMltnlª

Year: 2; Main Areas of Study: ART

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5390014

TECNOLOGÍAS DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES II

Conocimiento y aplicación de la teoría y técnica de la postproducción audiovisual en lo referente al proceso tecnológico de edición/montaje, finalización y creación de efectos visuales y sonoros en el discurso cinematográfico, televisivo y radiofónico. Estudio de contenidos y metodologías esenciales para el desarrollo profesional, articulando aspectos transversales de materias como cámara y sonido, lenguaje audiovisual, narrativa audiovisual y realización audiovisual en cine y televisión.

° Bž *5G* @ 112 " ž * A" t) 3515 (J **

Oi n, jZX Z' MIX' MlujbMltnl' n_ MlXbny| Njtyby' unxX| V{tnl' {aZnxt' MIX' {ZVal' bn| Zy, kfa' xZ' Mx' {n' {aZ' {ZVal' njn' bMj' unxVZyy' n_ ZXq{b` S_ b' byab` MIX' VxZMb` fty| NjMIX' yn| l X' Z_ ZVy' b` ljk S {ZjZfytlnl' MIX' xVltn' XbVh| xyZª @| Xt' n_ i Zt' Vhl {ZI { MIX' k Z{anXrjn' bZy' _nx' {aZ' unx_ Zyytnl S Mx{b| jMltnl' ` y| Va' {xMlyfZxyZ' byy| Zy' Nj' Vlk ZxMIMIX' yn| l XSMlXbny| Nj' jMI' | MZSMlXbny| Nj' l VxMlyfZ MIX' MlXbny| Nj' XbZV{b` _nx' ljk' MIX' {ZjZfytlnlª

Year: 2; Main Areas of Study: MEDIA STUDIES; COMMUNICATIONS

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5390015

ECONOMÍA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Estudio de las principales macromagnitudes: el dinero y el sistema bancario, política fiscal y política monetaria, inflación, desempleo, comercio internacional, globalización y estructura del mercado audiovisual (oferta, demanda, concentración, barreras de entrada). Medios

audiovisuales. Financiación de las empresas audiovisuales: televisión pública y privada, cine y radio. Nuevas tecnologías y medios audiovisuales. Empleo en el sector.

"1 5352 1 @5' ° Bž *5G*@B° 1'2 "ž *° ·

@| Xt' n_ {aZ' uxó VuUjT k Mxk'k MI k| XZy' 2 ni Zt' MIX' {aZ' UMli b` yty{Zk a' AM: MIX' k ni Z{MxT' unjbVt' a' 1 jMl'ni a' BI Zk ujntk ZI {a' 1 {ZxI Ml'ni Nj {xVXZ' a' (jnUjtyMl'ni MIX' y{x| V{ | xZ' n_ {aZ' MjXl'nfyl Nj k Mli Z{ ' y| uujtS XZk MIXS Vhl VZI {xMl'ni S ZI {xt' UNVZxyA' ° | Xl'nfyl Nj k ZXl'ni ' b' MIVb` ' n_ MjXl'nfyl Nj Vhk uMibzy' <| Ujty' MIX' uxóVIZ' {ZjZfytol a' ' bjk S xVXl'ni S {V' 3Z,, {ZVal njn` lzY MIX' MjXl'nfyl Nj k ZXl'ni" k ujntk ZI { b' {aZ' yZV{nx' a'

Year: 2;	Main Areas of Study: ECONOMICS		
Class Hours: 60	Study Hours: 90	ECTS: 6	Course Code: 5390016

HISTORIA DEL CINE

Análisis de la dimensión histórica de los medios audiovisuales desde el punto de vista de sus manifestaciones en diversas regiones del mundo, quedando cubierta la vertiente técnica por otras asignaturas del Grado. Proporciona información fundamental sobre la evolución histórica de los principales medios audiovisuales de comunicación, desde sus respectivos orígenes hasta su confluencia mediante la digitalización de los contenidos, haciendo hincapié en la democratización tecnológica como actual factor decisivo de la creación actual. Los contenidos se desarrollan por módulos, correspondiendo un tema completo a cada uno: el cine (Europa, Estados Unidos y los llamados “cines periféricos”, como India e Irán, entre otros), la radio, la televisión y la convergencia de todos ellos en internet.

) *@A5?J 5' A) "1 *3"2 ° ·

@| Xt' n_ {aZ' aby{nxóMjT Xlx ZI ytol ' n_ MjXl'nfyl Nj k ZXl'ni _nxk' {aZ' fZ,, unb' { ' n_ {aZbx' k Mibzy{Ml'ni y' b' fVl'ni | y' xZ' l'ni y' n_ {aZ' ,, nxjXS Mj' {aZ' {ZVal bMjT Nj uZV{y' MZ' VhfZxZX' Ut' n' {aZx' Vh| xyZ' y| UfZV{y' <nx' fZy' i Zt' b' _nxk Ml'ni ' ni {aZ' aby{nxóMjT Zf'nj| {l'ni ' n_ {aZ' k Nb' MjXl'nfyl Nj t' nk k | l'ni Ml'ni ' k ZXl'ni S _nxk' {aZbx' xZyuzV{bZ' nxó b' y' | l'ni {b' {aZbx' Vhl fZx' ZI VZ' ,, l'ni {aZ' Xó k' b' y' b' ' n_ Vhl {ZI {Sy{xzyy' b' ` {ZVal njn` bMjT XZk nVxMlyMl'ni ' Mj' {aZ' XZVlyfZ' _Ml'ni x' b' VxZMlyfZ' t' {nX M' a' AaZ' Vhl {ZI {by' XZfZjnuZX' b' k' nX| jZyS ZM' Va' VhfZx' b' ' M' | j' {nub' @' b' k' ' ž' | xnuZSBI kZx' @' MZyS Mj' ,, Zj' Mj' -n| {j' b' zxy' @' y| Va' Mj' 1 Xl'ni MIX' *MIAS' xVXl'ni S {ZjZfytol ' MIX' {aZ' Vhl fZx' ZI VZ' n_ {aZk' Nj' f' b' M' {aZ' 1 {ZxI Z{ a'

Year: 2;	Main Areas of Study: MEDIA STUDIES; COMMUNICATIONS		
Class Hours: 60	Study Hours: 90	ECTS: 6	Course Code: 5390051

PRODUCCIÓN Y EMPRESA AUDIOVISUAL I

Formación teórico-práctica sobre el proceso de producción audiovisual en sus diversas modalidades (cine y televisión), a través del conocimiento, la coordinación, la planificación, la ejecución y el control de los recursos humanos, técnicos, económicos y organizativos necesarios para la creación de una obra audiovisual, entendida como el paso de la idea al producto.

<?5ž Bf A*53 ° 3ž ° Bž *5G*@B ° 1ŁB@3"@@*

AaZnxZ{bMjT MIX uMk{bMjT{xNb b` b` k nXVj{bZy'n_{aZ`MjXbMjT|NjTuxnX|V{bMl`uxnVZyy;Łjk`MIX`{ZjZfytbMl`A`{axn|`a`i`l`n,`jZX`ZS`VhnxXb`M{bMl`S`ujMl`b`S`Łk`ujZk`ZI`{M{bMl`MIX`Vhl`{xnj`n`_{aZ`a|k`MIS`{ZVal`bMjT`b`Ml`bMjT`MIX`nx`Ml`bM{bMl`NjT`xZyn|`xZy`l`ZVZyyM{t`{n`VxZMZ`Ml`MjXbMjT|NjT`„`nx`S|`I`XZxy{nnX`MjT`{aZ`y{Zu`UZ{„`ZZI`{aZ`bXZMMIX`{aZ`uxnX|`V{a`

Year: 2;

Main Areas of Study: MEDIA STUDIES; CINEMA

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5390018

REALIZACIÓN II – ILUMINACIÓN Y MULTICÁMERA

Estudio y práctica de diversas técnicas de realización audiovisual, con especial interés en la realización multicámara de programas de televisión. No se contempla expresamente la realización de programas de ficción y documentales, al tratarse de géneros que son objeto de otras asignaturas. Análisis del funcionamiento de los programas de televisión, fundamentalmente de contenido informativo, desde la perspectiva del trabajo del equipo de realización. Adquisición de las destrezas y las rutinas de trabajo básicas que permitan a los alumnos enfrentarse a la producción y realización de programas televisivos.

' *12 12 ° 0*3(°**o`1*() A*3(° 3ž` 2 B1A* ° 2`"°` °`

@|`Xt` MIX` uMk{bZ` n` XbZxyZ` MjXbMjT|NjT` XbZV{b```{ZVal`bMjT`ZyS`_nM|`yb``uMk{bMjT`jMjT`nl`k`j|bMk`ZxM`XbZV{b``_nX`AG`uxn`xMk`k`Zy`AaZ`XbZV{b``n`_bM{bMl`NjT`Vhl`{ZI`{`MIX`XnM|`k`ZI`{M{Zy`b|`l`n`{`yuZVbMjT`Vh`fZxZS`MjT`{aZyZ``ZI`xZy`M{Z`XZNY{„`Ła`Uf`n`{aZx`Vhk`u|`jynxt`MIX`nu{bMl`NjT`Vh|`xyZ`y|`UrZV{y`°`l`NjT`y|`n`_{aZ`_l`l`V{bMl`b``n`_{ZjZfytbMl`uxn`xMk`k`ZyS`k`Nb`jT`l`Z„`y`Vhl`{ZI`{S`_nk`{aZ`fZ„`unb`{`n`_{aZ`„`nx`n`_{aZ`XbZV{bMl`{ZMk`a`°`Vh`b{b``{aZ`UMjT`y|`Łjy`MIX`„`nx`xn|`{b`Zy|`ZVZyyM{t`{n`uxnX|`VZ`MIX`XbZV{`{ZjZfytbMl`uxn`xMk`k`Zy`

Year: 2;

Main Areas of Study: MEDIA STUDIES; CINEMA

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5390053

SOCIOLOGÍA Y COMUNICACIÓN

Estudio de la vida humana, sus grupos y sus sociedades. Aporta una visión crítica y profunda de los diversos fenómenos, cambios y procesos sociales que configuran la realidad en la que están inmersos, a la vez que les ayuda a explicarlos y comprenderlos. Conocimiento de los conceptos básicos del análisis sociológico, de los principales métodos y técnicas de investigación social empleados en Sociología y de la relación entre la sociedad y los medios de comunicación.

515(J ° 3ž 1 52 2 B3† ° A*53´

El estudio de la vida humana, sus grupos y sus sociedades. Aporta una visión crítica y profunda de los diversos fenómenos, cambios y procesos sociales que configuran la realidad en la que están inmersos, a la vez que les ayuda a explicarlos y comprenderlos. Conocimiento de los conceptos básicos del análisis sociológico, de los principales métodos y técnicas de investigación social empleados en Sociología y de la relación entre la sociedad y los medios de comunicación.

Year: 2; Main Areas of Study: SOCIOLOGY; COMMUNICATIONS

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5390020

EDICIÓN Y POSTPRODUCCIÓN DIGITAL DE AUDIO

Presenta a nivel teórico y práctico los conceptos, procesos y tecnologías que hacen posible la creación, estructuración y mezcla, con medios digitales, de una banda sonora (locuciones + músicas + efectos) vinculada o no a imágenes. Los alumnos se iniciarán en la manipulación de archivos de sonido, el diseño y el ajuste de efectos de sonido, la edición de diálogos, músicas y efectos, la sincronización entre la banda sonora y la banda visual, la mezcla de diálogos, músicas y efectos.

ž *(*A° 1° Bž *5 °ž *A*3(° 3ž ° <5@A1<?5ž B† A*53´

El estudio de la vida humana, sus grupos y sus sociedades. Aporta una visión crítica y profunda de los diversos fenómenos, cambios y procesos sociales que configuran la realidad en la que están inmersos, a la vez que les ayuda a explicarlos y comprenderlos. Conocimiento de los conceptos básicos del análisis sociológico, de los principales métodos y técnicas de investigación social empleados en Sociología y de la relación entre la sociedad y los medios de comunicación.

Year: 3; Main Areas of Study: MEDIA STUDIES; CINEMA

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5390021

HISTORIA DEL CINE ESPAÑOL

Presenta al alumno un acercamiento a la historia del cine español desde todas las perspectivas, con el objeto de que conozcan cada una de sus etapas, las cuales ejercieron una notable influencia sobre la industria, la creación y el desarrollo del mercado. Conocerá los diversos aspectos artísticos y estéticos, así como la relación con el cine Universal y con la propia sociedad española.

3º 12 5

El curso se divide en tres bloques de contenidos. El primero trata sobre el cine español desde sus orígenes hasta la actualidad, pasando por los diferentes estilos y movimientos. El segundo bloque se centra en el análisis de las obras más relevantes de la historia del cine español. El tercer bloque trata sobre el cine español en el extranjero y su influencia en otros países.

Year: 3;

Main Areas of Study: HISTORY; CINEMA

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5390022

NARRATIVA AUDIOVISUAL

Estudio de la teoría narrativa aplicada al audiovisual. Conocimiento y análisis de las estrategias narrativas y las estructuras dramáticas que articulan los relatos audiovisuales en cine y televisión. En el ámbito audiovisual, la imagen, se amplía con el sonido para producir significados altamente complejos. El espectador mediante la experiencia puede interpretar. En la narrativa audiovisual, estos significados se organizan para formar un conjunto o historia y este proceso de composición se lleva a cabo mediante la utilización de una serie de técnicas o recursos.

3º 13 5

El curso se divide en tres bloques de contenidos. El primero trata sobre la teoría narrativa aplicada al audiovisual, incluyendo los conceptos básicos de la narrativa y las estructuras dramáticas. El segundo bloque se centra en el análisis de las obras más relevantes de la historia del cine y la televisión. El tercer bloque trata sobre la composición audiovisual y la utilización de las técnicas y recursos narrativos.

Year: 3;

Main Areas of Study: COMMUNICATIONS; CINEMA

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5390024

PRODUCCIÓN Y EMPRESA AUDIOVISUAL II

Estudio de las rutinas de trabajo necesarias para llevar a cabo la gestión de las fases de: desarrollo, producción, postproducción y distribución en la realización de obras, programas o piezas audiovisuales, destinadas a la exhibición a través de cualquier ventana de difusión. Análisis de la producción ejecutiva y puesta en valor de todos los agentes involucrados en el proceso de producción audiovisual. Capacitación en la utilización de res específicos: operativos, gráficos e informáticos, destinados al control y la gestión de la producción. Técnicas y estrategias para la explotación de productos audiovisuales desde la óptica de la producción. Conocimiento de las rutinas de trabajo para la elaboración de productos audiovisuales destinados a cualquier ventana de difusión. Capacitación para la utilización de las aplicaciones informáticas destinadas a la gestión técnica y humana, así como logística y operativa de una producción audiovisual. Realización de productos audiovisuales atendiendo a todas las fases por las que transita una obra audiovisual: desarrollo, preproducción, producción y distribución. Estudio de los roles, competencias y funciones de los medios humanos y técnicos implicados en una producción audiovisual. Análisis del productor ejecutivo como responsable inicial y final de un producto audiovisual. Capacitación para llevar a cabo el desarrollo, la producción y la colocación en el mercado de cualquier producto audiovisual, teniendo en cuenta su propia tipología, así como la ventana de difusión por la que será presentado a la audiencia.

<?5ž Bf A*53 ° 3ž ° Bž *5G*@B ° 1ŁB@3" @**

@| Xt' n_ {aZ' „ nxi 'xn| {b Zy' l ZVzyMłt' {n' k MIMZ' {aZ' uaMjZy' n_ XZfZjnuk Zl {S uxnx| Vłnl S uny{ 'uxnx| Vłnl 'MIX' Xly{xłł| {łnl 'b' {aZ' k Młb' ' n_ MłXłnfby| Mł' „ nxi ySuxn' xMł k Zy' nx' ulZVzy' b' {Zl XZX' {n' UZ' yan' „ l' nfZx' Młt' UxnMłMłj{ k ZXł k ' a' ° l Młlyby' n_ Z. ZV {bZ' uxnx| Vłnl 'MIX' {aZ' xnjZ' n_ Młj' {aZ' Mł' nxy' b' fnjfZX' b' {aZ' MłXłnfby| Mł' uxnx| Vłnl 'uxnVzyy' A' A' b' b' ' b' {aZ' | yZ' n_ {axZZ' yuZVbł' xnjZy' » ' nuZxMłnyS' xMłabły' MłX' Vhk u| {Zx' uxnx' xMł k Zy' » ' _nx' uxnx| Vłnl 'Vhl {xnj' MłX' k MIMZk Zl {° AZVal' bł' Zy' MłX' y{ xMłZ' lžy' _nx. Z. ujnłłb' ' MłXłnfby| Mł' uxnx| Vly' _xnk' {aZ' fZ' „ untł { ' n_ uxnx| Vłnl ' a' ° l n_ „ jZX' Z' n_ „ nxi 'xn| {b Zy' _nx' uxZuMłb' ' MłXłnfby| Mł' uxnx| Vly' b' {Zl XZX' _nx' Młt' UxnMłMłj{ ' yan' „ VlyZ' a' A' A' b' b' ' b' {aZ' | yZ' n_ ' Vhk u| {Zx' Mł' ujb' Mł' l' y' ' _nx' {ZVal' b' Młj' MłX' a| k Mł' xZyn| xZy' k MIMZk Zl {S Młj' „ Zjj' Młj' {aZ' jn' bly' bly' MłX' nuZxMłnl y' n_ Mł' MłXłnfby| Mł' uxnx| Vłnl ' a' t xZMłnl ' n_ MłXłnfby| Mł' uxnx| Vly' MłXxZy' b' ' Młj' {aZ' uaMjZy' {axn| ' a' „ abłá Mł' MłXłnfby| Mł' „ nxi ' uMlyZy' XZfZjnuk Zl {S uxZuxnx| Vłnl S uxnx| Vłnl 'MIX' Xly{xłł| {łnl ' a' ° | Xt' n_ {aZ' xnjZy' S Vhk uZ' {Zl Vžy' MłX' X' | {žy' n_ {aZ' a| k Mł' MłX' {ZVal' b' Młj' xZyn| xZy' b' fnjfZX' b' Mł' MłXłnfby| Mł' uxnx| Vłnl ' a' ° l Młlyby' n_ {aZ' Z. ZV {bZ' uxnx| VZx' Młj' {aZ' bly' ' MłX' jMłj' uZxynl ' xZy' unl y' b' jZ' _nx' Mł' MłXłnfby| Mł' uxnx| Vłnl ' A' A' b' b' ' b' {aZ' XZfZjnuk Zl {S uxnx| Vłnl 'MIX' k Młi Z' {b' ' n_ Młt' MłXłnfby| Mł' uxnx| Vłnl {Młb' ' b' {n' Mł' h' l' | { ' aZ' {tuZ' n_ uxnx| Vłnl 'MIX' {aZ' UxnMłMłj{ n' | {jZ' f' b' M' „ abłá k' „ b' j' UZ' uxZyZl {ZX' {n' kly' {Mł' Z' { Mł' XłZl VZ' a'

Year: 3; **Main Areas of Study:** MEDIA STUDIES; CINEMA
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390025

REALIZACIÓN III – VIDEO DIGITAL Y POSTPRODUCCIÓN

Permite conocer los procesos y técnicas de la realización televisiva, así como las tendencias de los nuevos modelos televisivos, adquiriendo los conceptos teóricos necesarios para profundizar en las técnicas de planificación y traslado a imágenes de los distintos géneros y formatos televisivos.

' *12 12 ° 0*3(***° ž *(*A° 1Gž "5 ° 3ž <5@A1<?5ž Bf A*53'

"I MijZy y(| XZl {y' {n' jZMI' Nlh| { {aZ' uxvZyyZy' MIX' {ZVal br\ Zy' b' frjFZX' b' XbZV{b' ` _nx' {ZjZfytol S My' ,, Zjj' My' {aZ' {xZl Xy' n_ {aZ' jMZy{ {ZjZfytol' k nXZjyS MW\ btb' ` {aZ' {aZnxZ{bMyf' Vhl VZu{y' l ZVZyyMf' {n' Z.ujnxZ' {aZ' {ZVal br\ Zy'n_ujMIl b' 'MIX' tk' Mb' ` _nx' Xb_ZxZl { {ZjZfytol' ` Zl xZyMIX' _nxk My'a'

Year: 3;

Main Areas of Study: MEDIA STUDIES; CINEMA

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5390059

METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Estudio de la interculturalidad como fenómeno comunicacional que se centra en la interacción entre personas que se hallan en mundos culturales diferentes. Análisis de las diferentes manifestaciones y expresiones de la interculturalidad, desde la música hasta el cine, desde la gastronomía a la publicidad, relacionándose con medios de comunicación e información como la prensa, la radio, la televisión e internet.

? "@ ° ?f) ` 2 "A) 5ž 515(* @*3f 52 2 B3f ° A*53'

@| Xt'n_b {ZxM|j{| xVjt' My' MMhk k | l bMlbnl 'uaZl nk Zl nl _nV| yb' ` nl {aZ' b {ZxM|bnl 'UZ{, ZZl' uZnujZ' b' Xb_ZxZl { V|j{| xVjI, nxXy'a' I Njlyy'n_ {aZ' Xb_ZxZl { k MbZy{Mlbnl y' MIX' Z. uxZyybnl y'n_ b {ZxM|j{| xVjt'Sb V| Xb' ` k | ybS_lk SM byb Z' MIX' Vx' fZx{byb' Sjb i ZX' {n'y| Va' k ZXbVj' {aZ' uxZyyS xVlbnS{ZjZfytol' MIX' {aZ' f' {Zx Z'Z'a'

Year: 3;

Main Areas of Study: ANTHROPOLOGY

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5390056

ESCRITURA CREATIVA

Introduce al alumno en competencia lectora y en el dominio de las destrezas básicas de la creatividad literaria, con el objeto de favorecer la sensibilidad estética del lenguaje escrito y la creación de los canales para el desarrollo de la creatividad. Acercamiento teórico y práctico a las técnicas de la creatividad literaria y de la escritura narrativa por medio del análisis de textos y de la realización de ejercicios escritos, que podrán ser de carácter literario (ficción o ensayístico), dramático o cinematográfico.

1 ? " A * G " H ? * A * 3 (.

1 {xnX| VZy'yl| XZI {y' {n' xZNVb` `Vhk uz{ZI VZy' MIX' {aZ' UvYb' yi ljjy' b' fnj'fZX' b' `VZMl'fZ' , xq' b' `S
 „ k'a' M'fZ' , {n' _ny'Zxb` `Mzy{aZ' {b' M' MZI Zyy' n_ , xq' {ZI 'jMI' | MZ' MIX' VZMl' b' `Mlu'xnb' MZ'
 VaMlI Zjy' _nx' {aZk' {n' Z. uxZy' {aZbx' VZMl' f' t' a'` {aZnxZ' {b' MZ' MIX' ux' M' {b' MZ' Mlu'xnb' {n' VZMl' f' Z'
 „ xq' b' `MIX' | M' Ml' f' Z' {Zval' b' y' Z' y' Ut' y' | Xt' b' `Z. {y' MIX' Xnb' ` , xq' b' `Z. Zx' M' y' Z' _nx' j' l' Z' x' M' | xZ'
 2' b' l' m' l' nx' l' nl' b' l' m' l' f' S' x' v' k' M' h' x' l' j' k' u' | x' u' n' y' Z' y' a'

Year: 3; **Main Areas of Study:** LANGUAGE & LITERATURE
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390028

HISTORIA DE LA RADIOTELEVISIÓN

Conseguir una visión global del desarrollo histórico tanto de la radio como de la televisión en España, a través de un estudio diacrónico. Se verán los aspectos técnicos, artísticos y formales de los medios, así como su relación con las diferentes etapas sociopolíticas de la realidad española, desde la dictadura hasta la democracia pasando por la transición. Todo el contenido teórico se observará desde el análisis crítico de formatos radiofónicos y televisivos que ilustrarán la historia de la radiotelevisión hasta nuestros días. Para entender el presente y el futuro de la comunicación en España se hace necesario conocer el pasado.

) * @ 5 ? J ' 5 ' ? ° ž * 5 ' A " 1 " G * @ 5 3 :

(Z { { b ` M' i' n' f' Z' y' f' Z' , n_ { aZ' a' b' y' (n' x' b' M' Z' f' Z' j' n' u' k' ZI { n_ U' h' { a' x' v' k' l' o' n' M' I' X' { Z' j' Z' f' y' l' o' m' l' b' @ u' m' b' S' { a' x' n' | ` a'
 M' X' b' M' a' x' n' l' b' y' | X' t' a' t' n' l' { ZI { , l' j' j' b' v' | XZ' { Z' v' a' l' b' M' y' S' M' l' b' y' (b' M' I' X' _ n' k' N' j' l' M' y' u' z' V' y' n_ { aZ' k' Z' X' b' M' M' I' X'
 { aZ' b' x' z' j' M' l' o' m' l' { n' X' b' Z' x' ZI { y' (M' Z' y' n_ { aZ' @ u' m' l' b' a' y' n' v' o' n' u' n' j' k' b' M' y' t' x' Z' M' l' f' S' _ n' k' ` X' b' M' i' n' x' y' a' l' o' i' { n'
 XZ' k' n' v' v' t' { a' x' n' | ` a' { aZ' { x' M' i' y' q' l' o' m' l' a' ° j' j' { aZ' { aZ' n' x' Z' { b' M' y' t' v' h' l' { ZI { , l' j' j' UZ' y' Z' ZI ` _ n' k' { aZ' V' a' q' b' M' y' t'
 M' i' n' j' t' y' l' o' y' n_ x' v' k' l' o' n' M' I' X' { Z' j' Z' f' y' l' o' m' l' _ n' k' M' y' { a' M' l' j' j' y' x' M' Z' { aZ' a' b' y' (n' x' t' n_ U' x' n' M' X' v' y' (b' ` { n' { a' b' y' X' M' a' A' n'
 | | XZ' y' (M' I' X' { aZ' u' x' Z' y' ZI { M' I' X' { aZ' _ j' | } xZ' n_ V' h' k' | | b' M' l' o' m' l' b' @ u' m' b' l' f' b' y' l' Z' V' Z' y' M' t' { n' | | XZ' y' (M' I' X'
 l' f' y' u' m' l' f' a'

Year: 3; **Main Areas of Study:** MEDIA STUDIES; COMMUNICATIONS
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390029

MITOS E IMAGINARIO DE LA CULTURA DE MASAS

Expone y organiza nociones sobre la teoría, la evolución y la pervivencia de los mitos y el imaginario simbólico en las manifestaciones culturales.

2 JA @ 3z *2 ° (*3 ° ?J 5' A) " 2 ° @! B1AB?"

*Z. unyzy MIX'nx' MibZy' l n{tol y' Mh} { {aZ {aZnx'S{aZ'Zfnj} {tol 'MIX' {aZ'y} xfb'N'n_{aZ'k t{ay' MIX' {aZ'y'k Uhj'V'tk Mib' M't b' {aZ'V'j{f} x'N'k MibZy' {M'tol y'a'

Year: 3; **Main Areas of Study:** SOCIOLOGY; CULTURE

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390057

TECNOLOGÍAS DE LOS NUEVOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Multimedia y convergencia en la comunicación para la red. Nuevos lenguajes digitales. Distribución audiovisual en línea. Cibercultura y comunicación. Competencias Específicas. Conocer modelos y formatos de comunicación vinculados a la Red. Conocimiento de estrategias para el análisis, investigación y desarrollo de las prácticas culturales vinculadas a la red. Desarrollo de habilidades para la obtención y distribución de contenidos audiovisuales a través de los nuevos canales digitales.

A"t) 3515(*!@5' 3"H ° Bž *5G*@B° 1'2 "ž *°

2 |j{tk ZXBM MIX' Vhl fZx' Zl VZ' b' l Z{, nxi' Vhk k | l b'M'tol a' 3Z,, ' Xb k'N'j jMI' | MZY' 5l jlb Z' M'X'lon'fby' N'j'X'by' {x'w} {tol a't tUZx'V'j{f} xZ' MIX' Vhk k | l b'M'tol a' @zV'ob'V'y' l'jy' a' 1Z'N' b' ' M'h} { 'nl jlb Z' Vhk k | l b'M'tol 'k nXZjy' MIX' _nx' M'y' a' d n,, jZx' Z'n _y' x'MZ' l'zy' {n' M'N'j'ly'Z's'x'z'y'Z'N'Va' M'X'XZ'fZ'jnu' nl jlb Z' V'j{f} x'N'j' ux'N'V' {bZy' a' ž Z'fZ'jnuk Zl { 'n _y' l'jy' _nx' nU' {N'b b' ' MIX' X'by' {x'w} {tol 'n_ M'X'lon'fby' N'j' Vhl {Zl {nfZx' l Z,, ' Xb k'N'j'Va' M' l Z'jy' a'

Year: 3; **Main Areas of Study:** MEDIA STUDIES; COMMUNICATIONS

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390060

PUESTA EN ESCENA AUDIOVISUAL

Enseña al alumno la aplicación artística de las diferentes disciplinas de la puesta en escena mediante el proceso completo de concepción, planificación, producción, ensayo y montaje de un espectáculo.

° Bž *5G*@° 12 *@ " 3 @ " 3"

AZNVaZy y(| XZI {y NUn| { {aZ' M(b|b' Mijb'Mlml 'n_{aZ' fVlml|y' XlyMujb Zy' b' fnj'fZX' b' k byZ' ZI' yM| ZS(axn| ` a {aZ' _jj' uxnVZyy'n_Vhl VZu{tml SujMlI b` SuxnX| V{tml SxZaZNVyMIMIX'uZx_nk MIVZ^a

Year: 3;

Main Areas of Study: MEDIA STUDIES; CINEMA

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5390032

PROGRAMACIÓN Y GESTIÓN TELEVISIVA Y RADIOFÓNICA

Análisis de las estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva y radiofónica. Estudio de las variables influyentes en su configuración y procesos comunicativos generados que son utilizados en la elaboración de las programaciones. Acercamiento a las herramientas de análisis de contenidos. Conocimiento de los criterios para la elaboración de parrillas de programación.

AG° 3ž ?° ž *5<?5(?° 2 2 *3(° 3ž '2 ° 3° (" 2 " 3A'

° I Njlyy'n_{aZ' y(x| V(| xZySvhl {ZI { MIXy{tjZyn_{ZjZfjgml MIX'xVlml'uxn' xVl k b` a@| Xt'n_{aZ' fVlml'ujZy' {aM| MZV' b' MIX,, abba {aZ' vnk k | l b'Mlml ' uxnVZyyZy` ZI ZxMZX' MZ' | yZX' {n' yaMIZ' uxn' xVl k b` a` 1 {xnX| V{tml ' {n' {nnjy' _nx' vhl {ZI { MlNjlyy' a' a' n,, jZX' Z' n_{aZ' VxZxM| yZX' {n' VxZMZ' uxn' xVl k b` yVazX| jZy'

Year: 3;

Main Areas of Study: MEDIA STUDIES

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5390033

TEORÍA, PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN DE RADIO

Proporciona las claves teórico-prácticas necesarias para el análisis y el ejercicio de los géneros en los distintos productos/formatos radiofónicos, haciendo especial énfasis en aquellos géneros de más utilización en la información diaria, como el reportaje y la entrevista, entre otros.

A) "5?Jš<?5ž Bf A*53 ° 3ž ž *?"f A*53'5' ?° ž *5'

<xnfbXZy {aZ`i ZT`{aZnxZ{bMjT MIX`uxMk{bMjT bZMj`I ZVZyMAt`{n`MIMjtyZ`MIX`Z. ZXbZ`` ZI xZy`b`
Xb_ZxZI {`xMkbn`uxnX| VfyMIX`_nk MjSuMk{b|jMjT`_nV| yb`` nl` {aZ`` ZI xZyk ny{`Vhk k nl jT`_n| I X`
b` I Z,, ySy| Va Mj`xZunx{b`` MIX`b` {ZyfZ,, y^a

Year: 3;

Main Areas of Study: MEDIA STUDIES

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5390061

CINES PERIFÉRICOS

Según los exhibidores y distribuidores, el cine norteamericano en el año 2000, mantenía una cuota de pantalla del 85% en casi todas las regiones del planeta. En el escaso 15% restante, están los diferentes cines nacionales periféricos que irrumpen en la cuota de pantalla europea. En España y el resto de Europa, se ha empezado a ver películas procedentes de Irán, Corea, Hong Kong o China, e incluso cine Latinoamericano.

Esta asignatura es una toma de contacto con esas cinematografías periféricas, que, aunque ignoradas por la historiografía tradicional, cada vez es más habitual gracias al estreno comercial de sus obras en festivales, ciclos de filmotecas y televisiones... así como la difusión por Internet y vídeo.

<"?*> "?° 1" *12 *3ž B@A?*"@

° WhxXb` {n`Z. abkbnxy`MIX`Xb{Xb| {nxysb` ŪŪŪS{aZ`° k ZXbMI`_lj k` b X| y{xt`azjX`MI`MIXZI VZ`
yaMkZ`_n`_ápò` b` Mj k ny{`Mj` xZ` bn| y`_n` {aZ` ujMIZ{^a AaZ` xZk Nb` b` ` Ūpò` b` V| XZX` Xb_ZxZI {`
uZxwaZxMjT I M|bn| MjT b X| y{xZy`{aM`Zk Zx` Z` b` {aZ`" | xnuZMI` xM|b` ` y^a *1 @uNb` MIX`{aZ`xZy{`n`
" | xnuZS`_lj k` y`_xrk` *MISOnxZM\$) nl` `Onl` `MIX`f` ab N\$MIX`ZfZI`_M|b` `° k ZXbMIMkZ`I n,, `k nxZ`
_xZwY`ZI {jT`fZ,, ZX^a

Aaby` Vh| xyZ` by` M`_by{` b` {xnX| V{bn| `,, k`a` {aZyZ` uZxwaZxMjT`_lj k` y`,, abVaS` {an|` `a` b` l` nxZX` Ut`
{xMkqbn| MjTaby{`nxn` xMlatSMkZ`UZVhk` b` `k` nxZ`Vhk` k` nl` {aM| y{`n`{aZ`Vhk` k` ZXbMjTuxZk` kZxZy`n`
{aZb`,, nxi` M`_Zy{b`MjS`_lj k` j`b`MAt` k` ZZ{b` `y`MIX`{aZ`{ZjZfzbn| S`b` NkXqbn| {n`Xb`_| ybn| {axn|` `a`
,, ZUMj{b` `MIX`fbXZn`ujM`_nk` y^a

Year: 4;

Main Areas of Study: CINEMA

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5390035

CÓMICO Y HUMOR GRÁFICO

Formación en el conocimiento y aplicación de los conceptos, lenguajes, métodos, técnicas, tecnologías y procesos derivados de la creación y producción de la Ilustración y el Cómic, haciendo un análisis crítico de los valores y estereotipos que se transmiten.

152 * @A?*<@ 3ž 1 ° ?A553@

<xnfbXy {xNb b` `b` {aZ` il n, jZX` Z` MIX` MuijBMlbnl` n_` {aZ` Vhl VZu{ySjMI` | MZyS k Z{anXyS {ZVal bnY ZyS {ZVal njn` t` MIX` unVZyyZy` b` fnj fZX` b` {aZ` VZMlbnl` MIX` unX| V{bnl` n_` b| y{xMlbnl` y` MIX` Vnk b` y{xuysb` y| Xb` ` MMq{bMj}y{| Xt` n_` {aZ` fVj} ZyMIXy{ZzN{tuZy{aM|{aZt` Vhl fZt`a`

Year: 4;

Main Areas of Study: ART

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5390036

DISEÑO Y APLICACIONES MULTIMEDIA

Desarrollo y aplicación de los procesos de gestión, dirección y producción de contenidos basados en la comunicación digital y los medios interactivos: internet, soportes de movilidad, instalaciones, etc.

2 B1A*2 "ž * ž"@ (3 ° 3ž ° <<1* ° A*53@

ž ZfZjnuk ZI {` MIX` MuijBMlbnl` n_` unVZyyZy` _nx` k MIMb` `S XbzV{b` ` MIX` unX| Vb` ` Vhl {ZI {` UNyZX` ni` Xb` b|y| Vnk k | I bMlbnl` MIX` b` {ZNV{bZ` k ZXbM`* {Zl Z{Sk nUjkt` _nx` MYS` Mlgk{ZyS Z{V`

Year: 4;

Main Areas of Study: MEDIA STUDIES

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5390037

INDUSTRIAS CULTURALES AUDIOVISUALES

Estudio de los procesos de convergencia entre industrias culturales con Internet y el universo de la creación artística. Análisis de la figura del autor individual, de la autoría colectiva y del autor performativo. Análisis del papel de la autoría en la ideación, puesta en valor y recepción a partir del estudio de los diferentes escenarios y soportes en los que se materializa la producción de contenidos audiovisuales. Estudio de los elementos para discernir las relaciones entre diferentes sectores que configuran el ámbito de las industrias creativas: industrias culturales (cine, televisión y disco), medios, arquitectura y diseño.

° Bž *5G*° 11 B1AB?° 1*3ž B@A?°@

@| Xt'n_ {aZ' uxnVZyyZy'n_nl j b Z' Vhl fZx ZI VZ'UZ{, ZZI 'Vj{| xVjt b X| y{xZy' MIX' {aZ' | l bZxyZ'n_ Nk|y{lv' vZMl bZ' t°° I Njlyy' n_ {aZ' _b | xZ' n_ {aZ' b XbZk| Nj' Ml{Z| xS hmb { ' Ml{anxyabw' MIX' {aZ' uZx'nxk b` ' Ml{Z| x°° I Njlyy' n_ {aZ' xnjZ'n_ Ml{anxyabw' b` Vhl VZu{ XZfZjnuk ZI {SfVj' Mlml ' MIX' xZVZu{tml _xrk' {aZ' y{| Xt'n_ {aZ' Xb_ZxZl { 'yZl Nlomy' MIX' k ZXbVb` , abla' MlXlmbfj| Nj' Vhl {Zl { 'ly' uxnX| VZX°@| Xt'n_ Nk|nxy' nxXZ{Zk b b` {aZ' xZjMlml y'UZ{, ZZI 'Xb_ZxZl { 'yZV{nxy' b' fnjZ'X' b` {aZ' vZMl bZ' b X| y{xZy'° Mj{| xVjt b X| y{xZy' _j k S{ZjZ'fjytml ' MIX' k | ybVSk ZXbVb' Nk|ZV{ xZ' MIX' XZyb l °

Year: 4; **Main Areas of Study:** BUSINESS

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390039

MÚSICA Y CULTURA DE MASAS

Ofrece un estudio de la música no limitado únicamente a sus formas y estilos, sino también en su relación funcional con la cultura. Uno de los problemas planteados con la aparición de nuevas tecnologías es la difusión masiva del arte lo que desprestigia el concepto de autenticidad, excepcionalidad e inaccesibilidad, todo esto no sólo provoca un crecimiento cuantitativo del consumo, sino que determina un hábito de disfrute cualitativamente distinto.

2 B@A ° 3ž 2 ° @@ B1AB?"°

° y{| Xt'n_ k | ybV {aMl' ly' l n{ jtk kZX' nl jt' {n' kly' _nxk y' MIX' y{tjZy' U| { 'Njyn' kly' _l l V{tml Nj' xZjMlml yabw' , kfa' Vj{| xZ°° 5l Z' n_ {aZ' byy| Zy' {aMl' {aZ' NduZMlMlVZ' n_ l Z, ' {ZVal njn' kzy' aMj' Uxn|` a{ {n' {aZ' _nxZ' ly' an, ' {aZ' k Njy' XbZk b Mlml ' n_ Nk' aMj' | l XZk b ZX' {aZ' uxnZy{b Z'n_ {aZ' Vhl VZu{ ' n_ {aZ' Ml{aZl {bS {aZ' Z. VZu{tml Nj' MIX' {aZ' b NkZy' bZjZS l n{ ' nl jt' xZy| j{b` ` b` M' w' Ml{ kMl bZ' b vZMl bZ' b Vhl y| k u{tml ' U| { 'Njyn' XZ{Zk b b` ` w' Nj' kMl bZ' j' Xb_ZxZl { ' aMl' kly' n_ Zl hntk Zl {°

Year: 4; **Main Areas of Study:** ART

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5390040

TEORÍA Y TÉCNICA DEL DOCUMENTAL Y LA PUBLICIDAD AUDIOVISUAL

Year: 4; Main Areas of Study: MEDIA STUDIES

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5390064

INTERNET, REDES SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Familiariza al alumno con los procesos y herramientas en la creación de contenidos multimedia con el objetivo de que aprenda las técnicas y procesos de trabajo en este subsector específico dentro del sector audiovisual. Asimismo, se pretende dotar al alumno de una visión global de las necesidades estéticas y técnicas que conlleva el trabajo de creación de material multimedia e interactivo.

*3A"?3"AS@5t * 1'3"AH 5?0@° 3ž A) " 2 "ž * ·

' Nk ljbMyZy'y| XZI {y,, kša unVZyyZy MIX {nnjy _nx {aZ VxZMlonl 'n_k |j{tk ZXlMMhl {ZI {S,, kša M fZ,, ' {n jZMl b` {aZ {ZVal bny Zy MIX,, nxi b` unVZyyZy n_ {aly yuZVobV y| UyZV{nx,, kšab {aZ MlXlmbfy| NjlyZV{nx°@| XZI {y MZ Njn` bZl 'Ml n fZyfZ,, n_ {aZ MZy{aZ{bV MIX {ZVal bNjI ZZxy b fnj fZX b {aZ {Nji 'n VxZMl b` k |j{tk ZXlMMIX * {ZXVl bZ Vhl {ZI {a

Year: 4; Main Areas of Study: MEDIA STUDIES

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5390065

TEORÍA Y CRÍTICA AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA

Facilita los conocimientos necesarios para que puedan disponer de recursos teóricos, metodológicos y críticos para disfrutar y desentrañar el diverso y complejo fenómeno audiovisual y multimedia.

° Bž *5G*@° 1° 3ž 2 B1A*2 "ž * A) "5?J° 3ž †?A† *@ ·

<nfbXZy {aZ l ZVZyMt i l n,, jZX Z _nx y| XZI {y {n aMfZ y| _bZl { {aZnxZ{bNjSk Z{anXjn` bNjI MIX VbNjI xZyn| xZy {n Zl hnt MIX XZujnt Nj {aZ XbZykt MIX Vhk ujZ. kš n_ {aZ MlXlmbfy| Nj MIX k |j{tk ZXlMuaZl nk Zl nl °

Year: 4; Main Areas of Study: MEDIA STUDIES

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5390047

TEORÍA Y TÉCNICA DE LA FOTOGRAFÍA

Da a conocer la génesis histórica, la función y la aplicación de la fotografía en los medios de comunicación, así como los géneros y propuestas narrativas que la fotografía aporta.

A) "5?J ° 3ž 'A"t) 3*B" '5' ' <) 5A5(?° <) J'

AZMāZyy|XZI {yMh| {{aZ'aby(nāMYTUMI`xn|I XS_|I V{bnl 'MIX'MujbMlbnl 'n_uan{n`xMiat'b`
{aZ'k ZXbSMy,, Zji My{aZ` Zl xZyMIXI MāMbz'uxnunyMy{aM'uan{n`xMiat'VMl'n_Zx`

Year: 4;

Main Areas of Study: PHOTOGRAPHY

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5390066

Bachelor Journalism (PER)

COMPETENCIA COMUNICATIVA EN ESPAÑOL

Reflexión y estudio sobre la lengua como herramienta de comunicación que tendrán que dominar los futuros profesionales de la comunicación audiovisual. Estudio en profundidad todo lo relacionado con los aspectos normativos del español. Análisis de los errores de expresión más comunes.

1522B31° A53@11@3@ 3*@

Aabib` Mh|{ MIX y|Xtb` jMI|MZ Ny M Vnk k|I BMl` {nnj` {aM|_|{xZ` M|Xm|fy|NjVnk k|I BMl` uxZyyl Njy` , tj` aM|Z` {n`UZ`yi tjZX`b` a` 1`XZu{a`y|Xt`n`Nj`{aZ` x|jZyn`@M|ba`@|Xt`n`{aZ`jM|`|MZ`M|Njy`b` {aZ`k`ny`Vnk`k`nl`Zxxyn`Z`uxZyyl`a`

Year: 1; Main Areas of Study: LANGUAGE & LITERATURE

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380001

HISTORIA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN

Recorrido por la evolución histórica de los procesos de comunicación social, escritos y audiovisuales, desde sus orígenes hasta la actualidad, haciendo especial referencia a la relación entre comunicación y poder a lo largo de la Historia, con objeto de dotar al estudiante de elementos de análisis que permitan el desarrollo de su capacidad crítica.

@51 * 1) *@A5?J 5' 1522B31° A53`

5fZyAZ` ,n`{aZ`aby{nxM|Zfj|{l`n`ynVMS` ,xq{Zl`MIX`M|Xm|fy|NjVnk k|I BMl` _xrk` b`y` nx`b`y`{n`{aZ`uxZyZl`{XMS`_nV`yb``uM|B|jM|j`n|`{aZ`jb`i`y`UZ` ,ZZl`Vnk k|I BMl`MIX` un` ,Zx`{axn|`an|`{`aby{nxT`S`{n`Zv`lw`y|XZl`{y` , k`a`M|Nj|{BM|{nnjy`{n`Zl`M|Z`{aZk`{n`XZfZjnu` {aZb`M|B|Nj`Nj`j{bZy`a`

Year: 1; Main Areas of Study: HISTORY; COMMUNICATIONS

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380002

INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA APLICADA

Introducción al análisis económico. Factores que condicionan la demanda y la oferta en el mercado. La empresa y la producción. Tipos de mercados. Análisis del Producto Nacional. La financiación de la actividad económica. Objetivos y medidas de las políticas fiscal y monetaria. La inflación y el desempleo: concepto, causas y consecuencias. La balanza de pagos.

*3A?5ž B! A*53 A5 ° <<1*ž "I 5352 † @

† {xnX| V{bnl {n ZVhl nk bŷ MlNŷly^a M{nxŷ {aMl MZM' y| uuj† MlX' XZk MlX' nl {aZ' k Mŷ Z{^a Ł| yb ZyyZŷ MlX' uxnX| V{bnl ^a Atuzŷ n_ k Mŷ Z{ŷ^a I Nŷly n_ {aZ' Xnk Zy{b' uxnX| V{^a b MlVb` U| yb Zyy^a 5UzV{bZŷ MlX' k ZNŷ| xZŷ n_ {M. MlX' k nl Z{Nŷt' unjbt^a † jM{bnl MlX' | I Zk ujn†k Zl {© Vhl VZu{ŷMlŷZŷ MlX' Vhl yZŷ Zl VZŷ^a AaZ UŷMlVZ n_ uMk Zl {ŷ^a

Year: 1; Main Areas of Study: ECONOMICS

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380003

INTRODUCCIÓN A LA SOCIOLOGÍA

Estudio de la vida humana, sus grupos, sus sociedades, colectivos e instituciones. Para los futuros profesionales del periodismo, la sociología aporta una visión crítica y profunda de los diversos fenómenos, cambios y procesos sociales que configuran la realidad en la que están inmersos, a la vez que les ayuda a explicarlos y comprenderlos. Conocimiento de los conceptos básicos del análisis sociológico, de los principales métodos y técnicas de investigación social empleados en Sociología y de la relación entre la sociedad y los medios de comunicación.

*3A?5ž B! A*53 A5 @ŷ! *515(J'

@| Xt' n_a| k Ml jbzSŷŷ` xn| uy MlX' bŷ ynVz{ŷZŷ^a <xn' bZŷ MlX' bŷ Vŷb' XZu{a' fŷZ, n_ {aZ' fM{bnl| y ynVŷt' uaZl nk Zl NŷV{Ml Zŷ MlX' uxnVZyyZŷ {aMl yaMlZ {aZ' xZŷt' b' ; abŷa, ZjbZS, abZ' aZjub` y{ | XZl {ŷ {n_ Z. ujn b' MlX' | I XZŷŷ{ MlX' {aZk ^a OI n, jZX' Z' n_ {aZ' Uŷŷ Vhl VZu{ŷ n_ ynVŷjn` bŷŷt MlNŷlyŷ {aZ' uxŷ Vŷŷŷt ynVŷŷt xZŷZŷVŷ k Z{anXŷ MlX' {Zŷal bŷ Zŷ | yZX' b' ynVŷjn` † MlX' {aZ' xZŷ M{bnl yabŷ UZ{, ZZl ynVz{† MlX' {aZ' k ZXŷŷ

Year: 1; Main Areas of Study: SOCIOLOGY

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380004

RELACIONES INTERNACIONALES

La sociedad internacional: un grupo globalizado y fragmentado. Características de la sociedad internacional. Actores. Relaciones de coexistencia y cooperación. Los desafíos globales en el mundo contemporáneo. Política exterior española: marco teórico y áreas primordiales de actuación.

*3A" ?3 A*53° 17" 1° A*53@

1 {Zl Mlbnl NjlynVZ{t©M jnUlyZXS xMk Zl {ZX` xn| u^at aMwZxy{by'n_1 {Zl Mlbnl NjlynVZ{t^a ° V{nx^a?ZjMlbnl y'n_VhZ. by{Zl VZ'MIXVhnuZMlbnl ^a(jnUlyVaMjZl ` Zy'b {aZ'Vhl {Zk unxMlt, nxjX^a @Mlba_nxZbl unjbt@aZnxZ{bMjLxMk Z, nxi MIXi Zt'VZMj'n_Mlbnl ^a

Year: 1; Main Areas of Study: LAW; POLITICAL SCIENCE

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380005

HISTORIA DEL PENSAMIENTO POLÍTICO Y SOCIAL

Estudio de las ideologías y de las grandes corrientes de opinión que han configurado la praxis política, la mentalidad y la vida social, religiosa y cultural de los siglos XIX y XX. Conocimiento básico de los principales acontecimientos y procesos de las sociedades actuales desde una perspectiva sincrónica por cuanto contribuye a desarrollar la capacidad de comprender la diversidad y a fomentar el respeto por los sistemas de valores ajenos y la conciencia cívica.

) *@5?J 5' <51*A1 ° 1° 3ž @5l * 1A) *30*3(

@| Xt'n_{aZ'bxZjn` lz'yMIX{ab i b` {aM'yaMIZX'unjbtMjLxMkZl {Mlt' MIX'ynVhZxZj b | y MIX'Vj{j| xjLjZ' b {aZ' l b ZZZI {a'MIX', Zl {lz{a'VZl {j xZy^a tMjLxMkZl i l n, jZX' Z'n_{aZ' i Zt'ZfZl {y' MIX' unVZyyZy'n_{nXM'y' ynVZ{lZy' xnk 'Mytl Vaxnl n| y'fZ, unb {SM' {aby'aZjuy' {n'XZfZjnu' {aZ' Mlt' {n' | l XZxy{MIX' XbZxyt' MIX' Zl Vh| xMIZ' xZyuZV' _nx' {aZ' fVj Zy'n_n{aZxy' MIX' VgV Mj MZl Zyy^a

Year: 1; Main Areas of Study: POLITICAL SCIENCE; HISTORY

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380006

PSICOLOGÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN

Introducción a los aspectos comunicativos de la interacción humana y en la influencia de los factores sociales en la configuración de procesos psicológicos tales como la percepción, las emociones y su expresión no verbal. Estudio de los procesos relacionados con la comunicación como la socialización, persuasión e influencia en las actitudes o la generación y resolución de conflictos.

515(J 5' 152 2 B37 ° A*53'

Introducción a los aspectos comunicativos de la interacción humana y en la influencia de los factores sociales en la configuración de procesos psicológicos tales como la percepción, las emociones y su expresión no verbal. Estudio de los procesos relacionados con la comunicación como la socialización, persuasión e influencia en las actitudes o la generación y resolución de conflictos.

Year: 1; Main Areas of Study: PSYCHOLOGY

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380007

TECNOLOGÍAS DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Estudio del proceso de tratamiento de la información escrita, tanto para transmitirla en soporte papel como en formato digital. Análisis de los fenómenos relativos a la tipografía como fórmula de expresión y el papel jugado por el diseño como proceso de expresión visual dentro del ámbito de los medios de comunicación de masas. Se enseña a utilizar diversas aplicaciones telemáticas (que revierten en el desarrollo del Ciberperiodismo) y herramientas de diseño para la creación y producción de diferentes formatos periodísticos, partiendo desde conceptos elementales. Al finalizar la asignatura el alumno realiza un proyecto de publicación periódica digital.

3515(J ° 3ž ž " @ (3'5' H? *AA" 3 *3' 5?2 ° A*53'

Estudio del proceso de tratamiento de la información escrita, tanto para transmitirla en soporte papel como en formato digital. Análisis de los fenómenos relativos a la tipografía como fórmula de expresión y el papel jugado por el diseño como proceso de expresión visual dentro del ámbito de los medios de comunicación de masas. Se enseña a utilizar diversas aplicaciones telemáticas (que revierten en el desarrollo del Ciberperiodismo) y herramientas de diseño para la creación y producción de diferentes formatos periodísticos, partiendo desde conceptos elementales. Al finalizar la asignatura el alumno realiza un proyecto de publicación periódica digital.

Year: 1; Main Areas of Study: COMMUNICATIONS; MEDIA STUDIES

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380008

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA INFORMACIÓN

Estudio de los procesos de la comunicación social y de los elementos, funciones y procesos que participan en los procesos comunicativos, con especial atención a aquellos que se desarrollan en el ámbito de la comunicación social y de masas (discursos periodísticos, radiofónicos, televisivos y cultura de masas). Formación en las principales metodologías de análisis crítico de la comunicación y la cultura de masas contemporáneos.

1522B31° A*53° 3ž *3' 5?2° A*53 A) "5?J'

El estudio de los procesos de la comunicación social y de los elementos, funciones y procesos que participan en los procesos comunicativos, con especial atención a aquellos que se desarrollan en el ámbito de la comunicación social y de masas (discursos periodísticos, radiofónicos, televisivos y cultura de masas). Formación en las principales metodologías de análisis crítico de la comunicación y la cultura de masas contemporáneos.

Year: 1; **Main Areas of Study:** COMMUNICATIONS; MEDIA STUDIES

Class Hours: 60 **Study Hours: 90** **ECTS: 6** **Course Code: 5380009**

TEORÍA Y ESTRUCTURA DE LA PUBLICIDAD

Proporciona una visión global de la teoría y práctica de la comunicación tanto a nivel de empresas como de instituciones. Conocimiento de los modelos generales y específicos de la actividad publicitaria y de sus estructuras. Delimitación conceptual del término publicidad y de sus funciones e integrantes en el marco general de la Teoría de la Comunicación; estudio de sus implicaciones sociales y económicas; identificación, estudio y descripción de los agentes (anunciantes, empresas, medios de comunicación y consumidores) que intervienen en la actividad publicitaria, y de las respectivas funciones ejercidas por cada uno de ellos.

1522B31° A*53° 3ž *3' 5?2° A*53 A) "5?J'

El estudio de la teoría y práctica de la comunicación tanto a nivel de empresas como de instituciones. Conocimiento de los modelos generales y específicos de la actividad publicitaria y de sus estructuras. Delimitación conceptual del término publicidad y de sus funciones e integrantes en el marco general de la Teoría de la Comunicación; estudio de sus implicaciones sociales y económicas; identificación, estudio y descripción de los agentes (anunciantes, empresas, medios de comunicación y consumidores) que intervienen en la actividad publicitaria, y de las respectivas funciones ejercidas por cada uno de ellos.

Year: 1; **Main Areas of Study:** ADVERTISING

Class Hours: 60 **Study Hours: 90** **ECTS: 6** **Course Code: 5380010**

DERECHO DE LA INFORMACIÓN

Introducción al conocimiento de la regulación jurídica de la actividad informativa en España. Conocimiento del ejercicio de un derecho esencial para el desarrollo democrático de la sociedad y de la profesión de periodista.

*3' 5?2 ° A*53 1° H ·

1 {xnX| V{tmi {n'i i n,, jZX Z'n_{aZjZ' NjixZ' |jM{tmi 'n_l Z,, yxZunx{b` b @uNb °Cl n,, jZX Z'n_{aZ' Z. Zxlvz' n_ Mi ZyyZI {bji xò a{ _nx' Mi t' ynVZ{t-y XZk nVM{b' XZfZjnuk ZI { 'MIX' {aZ' hm| xl Njyk' uxN_Zyybni °

Year: 2; Main Areas of Study: LAW
Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380011

DOCUMENTACIÓN PERIODÍSTICA

Estudio de los grandes principios ligados a la política y a la economía de la Información, conociendo las tareas que se llevan a cabo dentro de los centros de documentación de medios. Enseña a planificar y estructurar metodológicamente una investigación periodística, identificando y clasificando las fuentes de información en función de la información que proporcionan.

*3' 5?2 ° A*53 @ *' 3! " *3' 5B?3 ° 1*@ ·

@| Xt'n_{aZk Nb uxò VajZy| l XZub l b` b _nxk M{tmi 'unjbt' MIX'Zvhl nk bYsjZM{ b` 'Nlh| {{aZ' ,, nxi ' Xnl Z' Mj' k ZXbM'XnV| k ZI {M{tmi ' VZl {Zxy° 1ZM{ b` ' {n' ujM{ ' MIX' y{x| V{ | xZ' hm| xl Njyk{b' xZyZM{b' k Z{anXnjin` bMj{t\$ bXZI {btb` ' MIX' VjMyb{tb` b _nxk M{tmi ' yn| xVZy' M{VhxXb` ' {n' {aZ' b _nxk M{tmi {aM{ {aZt' y| uujt°

Year: 2; Main Areas of Study: JOURNALISM; MEDIA STUDIES
Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380012

HISTORIA DEL PERIODISMO UNIVERSAL

Estudio de los antecedentes del periodismo, su nacimiento y desarrollo desde la antigüedad hasta nuestros días, así como de la figura del informador a lo largo del tiempo. Análisis de las relaciones entre Prensa y Estado, la censura y la regulación de las libertades de prensa e imprenta y el derecho a la información, centrándose principalmente en los territorios que han

marcado las pautas y que han vivido los grandes hitos para la prensa escrita y digital, la radio y la televisión: Europa Occidental y Estados Unidos.

B3*G"?@ 1) *@A5?J '5' /5B?3° 1*@2`

@| Xt`n_{aZ`UNW `xn| I X`{n`lm| x Njyk \$an,, lq`UZ` MI`MIX`aMj`XZfZjnuZX`_xnk`MI`{bn\ lq`{n`{aZ`uxZyZl`{`XMS`Mj`,, Zjj`Mj`{aZ`xnjZ`n_{aZ`xZunxZx`{axn|`an|`{`aby`{nxt^a`° I Njtyby`n`xZjMlbnl`y`UZ{,, ZZI`{aZ`uxZyy`MIX`{aZ`y`MZSVZI`ynxyabw`MIX`xZ`|jMlbnl`n_{aZ`xZZXnk`n_{aZ`uxZyy`MIX`{aZ`x`b`a`{n`b`_nxk`Mlbnl`\$`_n\|y`b``k`N`b`j`f`n`l`{aZ`{Zx`lq`n`x`Zy`{aM`aMjZ`_bZX`{aZ``|`b`Z`j`b`Zy`MIX`Z`uZxZl`VZX`{aZ`k`Mhx`jMIXk`Mj`y`_nx`,, xq`{Zl`MIX`Xb`lq`Mj`uxZyy`\$`N`lbn`MIX`{ZjZfjbnl`@H`Zy`Zx`" | xnuZ`MIX`{aZ`BI`lq`ZX`@MjZ`^`

Year: 2; **Main Areas of Study:** JOURNALISM; HISTORY
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380013

TECNOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INFORMACIÓN ESCRITA

El estudio diacrónico de la imagen en prensa desde sus orígenes hasta la actualidad, con especial dedicación al fotoperiodismo. Capacita para el manejo de cámaras fotográficas réflex digitales, así como de programas de edición, optimización y retoque fotográfico.

A"t) 3515(J '5' (?° <) † /5B?3° 1*@2`

ž`bWaxnl`b`y`|`Xt`n`_uxZyy`lq`MjZy`_xnk`{aZ`b`x`n`x`b`b`y`{n`{aZ`uxZyZl`{`XMS`_n\|y`b``ZyuZVb`j`f`n`l`uan`{n`lm|`x`Njyk`^`Ax`N`b`y`y`|`XZl`{y`{n`|`yZ`Xb`lq`Nj`xZ`jZ`..W`M`Z`x`Mj`MIX`Z`X`lq`b``\$`nu`{lq`b`y`Mlbnl`MIX`xZ`{n`|`Valb``_yn`_f`,, MjZ`^`

Year: 2; **Main Areas of Study:** JOURNALISM; MEDIA STUDIES
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380014

TEORÍA DEL PERIODISMO

Aproxima al concepto de Periodismo, el papel de esta compleja profesión en la sociedad y la responsabilidad que el profesional de los medios de comunicación desempeña en la misma. El desarrollo de la teoría se hace desde una perspectiva práctica, proyectando siempre las aportaciones teóricas hacia el día a día de los medios de comunicación y del periodista en la sociedad actual.

5B?3° 1* @ A) "5?J`

5fZxfZ,, `n_{aZ`Vhl VZu{`n`_hm| xI Njbyk S{aZ`xnjZ`n_{aby`Vhk ujZ..uxn_Zyybnl `b`_ynVZ{t`MIX`{aZ`xZyuni yubjqt`n`_k ZXbMuxn_Zyybnl Njy^ AaZnxt`by`y{ XlZX`,, k@a`MuxW{bMjI MluxnMbaS Mj, My`_nV| yb` `nl` {aZnxZ{bMjI Vhl {xb| }bnl y`{n`{aZ`XM^1{n`^XM^ xZMjqt`n_{aZ`k ZXbMIX`hm| xI Njbyy`b`k nXZxI`_ynVZ{t^

Year: 2; **Main Areas of Study: JOURNALISM; MEDIA STUDIES**

Class Hours: 60 **Study Hours: 90** **ECTS: 6** **Course Code: 5380015**

GÉNEROS Y ESTILOS PERIODÍSTICOS

Identificación, diferenciación y ubicación en los medios de comunicación de los distintos géneros usados en periodismo, tanto los informativos como los interpretativos, como son la noticia, el reportaje, la crónica, el editorial, el artículo de fondo, la columna, el ensayo o la reseña crítica.

5B?3° 1* @ ("3?"@° 3ž @AJ 1" @

*XZI {bMjbnl S Xb_ZxZI {bMjbnl `MIX`jnVjbnl `b` {aZ`k ZXbMn_{aZ`Xb_ZxZI {` `ZI xZy`| yZX`b` `Un{a`b`_nxk Mjbnl `^MIX`nub`bnl `UNjZX`hm| xI Njbyk Sy| Va`NjI Z,, ySxZunx{b` `Snu^ZX\$ZXl{nxMjI S_ZM| xZyS Vnj| k l ySZyMjMIX`MjyxfZ,, y^

Year: 2; **Main Areas of Study: JOURNALISM; LANGUAGE & LITERATURE**

Class Hours: 60 **Study Hours: 90** **ECTS: 6** **Course Code: 5380016**

PERIODISMO ESPECIALIZADO

Análisis de las claves fundamentales para el desarrollo de la profesión a través del estudio teórico-práctico del funcionamiento de cada una de las diferentes secciones y áreas de trabajo en las que los medios de comunicación organizan sus contenidos y desde las que se dirigen a los públicos. Ofrece una visión global y contextualizadora de la labor periodística en la sociedad actual de forma que ese conocimiento se pueda aplicar a realidades más concretas y permita profundizar en la especialización y familiarizar al futuro profesional en el manejo del lenguaje y de las técnicas de investigación, documentación y redacción esenciales para desenvolverse con soltura en cualquier área profesional.

5380017

El curso tiene como objetivo principal proporcionar a los estudiantes los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para comprender los procesos de producción de los medios de comunicación. Se abordarán temas como la planificación, la redacción, el montaje y la difusión de contenidos periodísticos en diferentes formatos (impreso, radiofónico y televisivo). El curso también incluye actividades prácticas que permiten al estudiante aplicar los conocimientos adquiridos en un entorno profesional.

Year: 2; **Main Areas of Study:** JOURNALISM

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380017

PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA

Estudio de los procesos de producción que se aplican en los medios de comunicación para la realización de las diversas tareas periodísticas. Partiendo de los conocimientos teóricos e información básica sobre el funcionamiento interno de un medio de comunicación, se adquirirán una serie de competencias y estrategias necesarias para la elaboración de un periódico impreso o electrónico, un espacio radiofónico o un programa informativo de televisión.

5380018

El curso tiene como objetivo principal proporcionar a los estudiantes los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para comprender los procesos de producción de los medios de comunicación audiovisual. Se abordarán temas como la grabación, el montaje, la postproducción y la difusión de contenidos audiovisuales. El curso también incluye actividades prácticas que permiten al estudiante aplicar los conocimientos adquiridos en un entorno profesional.

Year: 2; **Main Areas of Study:** JOURNALISM

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380018

FOTOPERIODISMO

Introducción al estudio de la mediación tecnológica en todos los procesos de la cadena de producción audiovisual: grabación, montaje, postproducción y difusión. Estudio del manejo,

1522B31° A*53ž" <° ?A2 "3A@

@| Xt'n_{aZi Zt' MjuzVyn_VhxunxMZ Vnk k | l bMlbnl 'MIXtk MZb {aZ'U| yb Zyy'MIX' b y{t| }bnl NjyuaZxZy@nx' MlB/MIX_ | l V{bnl Njy{x| V{ | xZ'n_XZuM{k Zl {ySVnk k | l bMlbnl 'ujMIS y{xMZ' bVtk MZ'XZ_b t|bnl SVhxunxMZ' bXZl {tSfytbnl Sk by|bnl SM'XIZl VZ'k MlSZ{V'}

Year: 3; **Main Areas of Study:** JOURNALISM; MEDIA STUDIES

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380021

PERIODISMO MULTIMEDIA Y DISEÑO GRÁFICO DIGITAL

Estudio y análisis de todos los cambios que representa la producción multiplataforma e internet en la creación de contenidos informativos y en la tarea periodística. Se estudia qué es una redacción multimedia, cómo afecta al trabajo del periodista en el día a día, cuáles son las ventajas que nos aporta y cómo hace el periodista su trabajo.

2 B1A*2 "ž * /5B?3° 1*@ ì ž*(*A° 1(? <) * ž"@ (3'

@| Xt' MIX' MIMjtyby'n_ Mj' {aZ' VaMl` Zy' {aM' k | j{t|ujM_lnxk 'MIX'nl jlb Z' uxnX| V{bnl 'aMj' Ubn| `a{ Mlh| {b' {aZ' VxZMlbnl 'n_ l Z,, y' Vhl {Zl {MIX' {aZ' {Mj' 'n_ {aZ' 'm| x' Njy{a' @| XZl {y' y{ | Xt' ,, aM' M k | j{tk ZXbMl Z,, ynnk 'bySan,, XM' {n' XM' 'm| x' Njyk 'aMj' UZZl 'M_ZV{ZXS{aZ' UZl Z_ b'yb' uxnfbXZy' MIX'an,, 'l n,, 'm| x' Njy{y' Xn {aZb' mUy'}

Year: 3; **Main Areas of Study:** MEDIA STUDIES; ART

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380052

OPINIÓN PÚBLICA

Adquisición de los conceptos sobre la opinión pública, haciendo reflexionar al alumno sobre el verdadero alcance de estas teorías en el contexto de nuestro sistema político-social. Se describe, analiza, interpreta y evalúa el concepto de opinión pública en todos sus aspectos, haciendo partícipe al alumno en los debates que susciten los contenidos de la asignatura.

<BŁ 1# '5<*3*53'

° Wj' byt|bnl 'n_ Vhl VZu{y' xZ' Mxlb ` u| Ujlv' nultb bnl SZl Vh| xMl b ` y{ | XZl {y' {n' {ab' i' Mlh| { {aZ' {x| Z' yhuZ' n_ {aZyZ' {aZnxZy' b' {aZ' Vhl {Z. : 'n_ n| x' unj{t|bMj' MIX' ynVbMj' yty{Zk a' ° j' MjuzVyn_ {aZ'

Vhl VZu{ n_u| Ujv' nub lnl 'Mz' XZYMMbJZXSNI NjlyZXStb {ZxuxZ{ZX'MIX'MjyZyZXStb fnjfb` y{| XZI {y`
b' XbM yyl n_lby| Zy' MbyZX Ut {aZ y| UrZV' yVhl {ZI {a'

Year: 3; **Main Areas of Study:** MEDIA STUDIES; SOCIOLOGY

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380023

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS PERIODÍSTICAS

Estudio sobre las empresas dedicadas a la comunicación. Analiza las distintas características de las empresas del sector y ayuda a adquirir una visión completa y global del panorama internacional de los medios de comunicación, potenciando la orientación al autoempleo.

5?(° 3* @ A*53 ° 3ž ' 2 ° 3 ° (" 2 " 3A5' /5B?3 ° 1* @ LB@3" @ @ @

@| Xt' n_ U| yb ZyyZy' yuZVb' yb' ` b' Vhk k | l bM' lnl a' ° | Njly' n_ {aZ' Xb ZxZI { 'VaM' M' Zx' b' y' n_`
bk y' b' {aZ' yZV' nxS' aZjub` ` y{| XZI {y' {n' M' W' bZ' M' Mhk ujZ{ZSnfZxMj' f' y' lnl n {aZ' * {Zx' M' lnl Nj'
k ZXb' M' M' nxM' N' sy' xZI ` {aZi b' ` nxZI {M' lnl {n, M' Xy' yZj_ 1Zk ujntk ZI {a'

Year: 3; **Main Areas of Study:** JOURNALISM; BUSINESS

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380024

PERIODISMO CIENTÍFICO Y AMBIENTAL

A través de esta asignatura se pretende conseguir el estudio de los fundamentos de la especialización periodística en ciencia y medio ambiente. Para lo cual es necesario conocer los conceptos, recursos, estrategias de esta materia, tanto en sus fundamentos teóricos como prácticos. El alumno debe conocer el lenguaje y los contenidos propios de cada materia para desarrollar un espíritu crítico sobre la misma y el ejercicio profesional.

" 3G*?532 " 3A ° 1 ° 3ž @ * 3A* * /5B?3 ° 1* @`

Aaly' y| UrZV' b' {ZI Xy' {n' y{| Xt' {aZ' _| l XNk ZI {Njy' n_ 'lm| x' Njly' b' yuZVb' y' b' lnl ` b' yMzI VZ' MIX`
ZI f' bnl k ZI {a' " nx{aly' u| xunyZSté' by| ZVZy' M' t' {n' i l n, {aZ' Vhl VZu{ySxZyn| xVZySy' xMz' tZyn_ {aly'
Vh| xyZSUn' a' b' b' y' {aZnxZ{b' Nj' M' X' uxM' b' Nj' n_ | l XN' lnl y' AaZ' y{| XZI {k | y' i l n, {aZ' jMI' | MZ`
MIX' Vhl {ZI {n_ ZM' b' y| UrZV' {n' XZ' fZjnu' M' M' b' Nj' yubé' M' h| {b' MIX' {aZ' uxN' Zyy' lnl Nj' uxM' b' Z' a'

Year: 3; Main Areas of Study: JOURNALISM; ECOLOGY

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380025

PERIODISMO POLÍTICO Y ECONÓMICO

Estudio de los principales contenidos políticos y económicos que aparecen a diario en los medios: empresas, finanzas y coyuntura económica. Iniciación en el modo de interpretar y realizar información política y económica.

<51*A1 ° 1° 3ž "t 5352 1 /5B?3° 1*@2`

@| Xt'n_{tubMjXVjt`unjkbMjTMIx'ZVhl nk bVl Z,, y'vhl {ZI {@U| yb Zyys_b MIVZ'MIX{aZ'ZVhl nk bV yk| Mlml`a`y {xnX| V{b| {n'b {ZuxZ{b` MIX'uxZuVb` `unjkbMjTMIx'ZVhl nk bV/b_nx Mlml`a`

Year: 3; Main Areas of Study: JOURNALISM; POLITICAL SCIENCE

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380026

REDACCIÓN PERIODÍSTICA (PRENSA)

Estudia el mensaje informativo de actualidad en toda su plenitud, en sus fases de producción, mediación y recepción, e incluso de transformación e influencia de la sociedad gracias a los mensajes generados. Analiza el léxico informativo y el lenguaje de los medios de comunicación junto con la cuestión de la narrativa y el estilo.

3"H @?" <5?A*3(° '<?" @@

@| Xt'n_ Mj` MjuZV'y_n_l Z,, y`MIX` V| xZI {` MIMyS {aZ` uxX| V{b| § UxnMjVj{b` ` MIX` xZVZb{` y{MZySMIX'an,, ynVZ{t by{xMIy_nk ZX'MIX'b_j| ZI VZX'Ut {aZ'k ZyMZY` ZI ZMZX`a`@| Xt'n_{aZ` jZ. by_n_l Z,, yMIXjMI` | MZ'n_{aZ'k ZXb{m` Z{aZx,, k{a` {aZ` v{ Zy{b| n_l MjVZ` MIX` y{tjZ`a`

Year: 3; Main Areas of Study: JOURNALISM; LANGUAGE & LITERATURE

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380028

DISEÑO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS

Desarrolla las competencias y habilidades necesarias para la producción de información periodística utilizando los lenguajes y soportes tecnológicos a disposición del periodismo en la actualidad (prensa, radio, televisión y redes sociales). Capacita para el diseño y la realización de programas informativos que impliquen trabajo en equipo y el acoplamiento de múltiples tareas periodísticas.

DESIGN OF NEWS PROGRAMS

ž ZfZjnuj' {aZ' yi hjiy' MIX' NlqkZy' l VZyMAt' {n' uxnx| VZ' hm| x Njyk' 'Vhl {Zl { ' | yb' ` V| xxZl {jt' MlVlMjZ' jMl' | MZy' MIX' {ZVal njn' bMj' ujMlnk' y' suZyS xNks {ZjZfytl' MIX' l Zl, nxi yA' AxNb b' ` b' {aZ'XZybl' MIX'uxnx| Vltml' n_l Z, yuxn' xNk k Zy'bfjfb' ` {ZMk ,, nxi MIX'hm| x Njy(b' k | j{kMji b' ` a'

Year: 4; **Main Areas of Study:** JOURNALISM; MEDIA STUDIES

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380029

ESCRITURA CREATIVA

Fomenta la creación literaria y potencia la creatividad de los periodistas, perfeccionando sus competencias lingüísticas en relación con las posibilidades creativas del lenguaje. Capacita en el uso de formatos narrativos, dramáticos y líricos desde distintos soportes, como el literario o el audiovisual, hacia un periodismo creativo.

*l ?" ° AG" H ?*A*3('*

"l Vh| xMZY' jkZxAt' VxZMlml' MIX' y(xZl' {aZl y' {aZ' jkZxAt' VxZMlml' n' hm| x Njy(ySuZxZV(b' ` {aZbx'jb' ` | b'ly' y' hjiy', k'a' xZ' Mx' {n' {aZ' VxZMlml' un{Zl {b'j' n' jMl' | MZ' AxNb b' ` b' {aZ' | yZ' n' l NlVlMjZ' xNk MlVlMjZ' jMl' n' k Mly' b' fVlml' | y' k ZXbV» jkZxAt' MIX' MjXm'fy| Njy'» {n' Mx' _nxVxZMlml' hm| x Njyk' a'

Year: 4; **Main Areas of Study:** LANGUAGE & LITERATURE

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380030

HISTORIA DEL PERIODISMO ESPAÑOL

Estudio de la evolución del periodismo. Estudio de la evolución de la comunicación histórica de los mensajes de la comunicación periodística en España, desde sus primeras

manifestaciones hasta 1945, en medios de comunicación escritos y audiovisuales. Particularidades de esa evolución en el contexto español.

) *A5?J '5' '@° 3*@ '5B?3° 1*@`

@| Xt'n_{aZ'Zfnj| {bnl 'n_lm| x Njyk a'@| Xt'n_{aZ'Zfnj| {bnl 'n_{aZ'abj(nxMjVhk k | l bM|bnl 'n_lm| x Njyk 'k ZyyMZY' b' @uNō S_xnk 'ky ZMjZy' XMjy | l {b' UāYPS' b' ,, xq{ZI 'MIX'MIXMjby| Nj k ZXMA'@ZMj_ZM| xZyn_{abyZfnj| {bnl 'b' {aZ'@Mlba Vhl {Z.{'a`

Year: 3; **Main Areas of Study:** JOURNALISM; HISTORY
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380031

PERIODISMO CULTURAL

Define el concepto de cultura que proyectan los medios de comunicación, identifica los ámbitos, temas, protagonistas y fuentes de la información cultural. Analiza y compara el tratamiento de los temas culturales en los distintos medios. Acota los léxicos especializados pertenecientes a cada ámbito del periodismo.

f B1AB?° 1/5B?3° 1*@`

ž Z_b Zy' {aZ' Vhl VZu{ ' n_ Vj{j| xZ' Nj' xZ_jZV{ZX' b' {aZ' k ZXMA' bXZI {b_jb' ` {aZ' Nk UāyS {nubjyS ux{nMnl by'y MIX' yn| xZy' n_ Vj{j| xNj' b' _nxk M|bnl a' ° l NjtyZy' MIX' Vhk uMZY' {aZ' {xZMk ZI { 'n_ Vj{j| xNj' {nubjy' b' Xb_ZxZI { ' k ZXMA' ž Zjtk k'y' {aZ' yuZMjyZX' jZ. by' | yZX' b' ZMba' Nk Uā' n_lm| x Njyk a`

Year: 3; **Main Areas of Study:** JOURNALISM; CULTURAL STUDIES
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380032

PERIODISMO DE SUCESOS Y TRIBUNALES

Conocimiento de los conceptos, el lenguaje jurídico, la tipología de delitos y de penas tipificadas en el Código Penal. Análisis de textos propios de esta especialización del periodismo, aprendiendo a relacionar las distintas fuentes específicas (jueces, fiscales, abogados, etc.) y entender todos los detalles de una información muy especializada.

1 2 " 3 5B?A? <5?A*3(

On, jZx Z'n_vhl VZu{ysjZ' MjIMi | MZS{tuZyn_Vtk ZyMIX'u|I byak ZI {y|I XZx{aZ' <ZI MjI nXZ^a
° I MjIy' n_ {Z. {y' VhxZyuni Xb` {n' {aby' lm| xI Njy{bV' yuZVbVjyk S jZVMI b` {n' xZjMZ' Xb_ZxZI {
yuZVbV' yn| xZy' jH' X' ZyS uxnyZV| {nxyS XZ_ZI VZ' jM' tZxyS Z{VÄ MIX' |I XZxy{MIX' ZfZxt' XZ{Mj' n_
ab ajf' yuZVbVjyZX b_nxk Mlml^a

Year: 3; **Main Areas of Study:** JOURNALISM; LAW

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380033

PERIODISMO DEPORTIVO

Análisis de la praxis periodística y gestión informativa en la prensa deportiva convencional (prensa), digital y de medios audiovisuales y radiofónicos. Dota de los conocimientos necesarios para trabajar en el campo de la comunicación deportiva, y ofrece conocimientos del campo de la medicina (psicología deportiva, fisioterapia, dopaje), jurídico (marcos legales, derechos de transmisión e imagen) o económico (merchandising, marketing deportivo o sociedades anónimas deportivas).

@-5?A@/5B?3° 1*2

° I MjIy' n_lm| xI Njy{bV' uxMly' MIX' I Z,, yk MIMIZk ZI {b' {aZ' vhl fZI {lml NjIy' unx'yk ZXbM' uxZyy^S
Xb k MjIMIX' MjIxm' fby| NjIk ZXbMIX' xVlml^a v' luy'y| XZI {y,, ká {aZ' i l n,, jZx Z' {aZ' t' l ZZX' {n,, nxi'
b' yunx'yk ZXbM' S b Vj| Xb` k ZXbMjI i l n,, jZx Z' yunx'yuyt' Vanjn' t' Suaty' l {aZ' VÄ t' SXnub` S Z{VÄ
jZ' MjI jZ' MjI_xM' Z,, nxi' yS UxnM' Vj' b` MIX' tk MZ' xó a{yS Z{VÄ MIX' Zvhl nk bV' jk ZXbMIX' b' b` S
yunx'yk MjI Z{b` MIX' Xb_ZxZI { {tuZyn_Vj| Uy^A

Year: 3; **Main Areas of Study:** JOURNALISM; SPORTS

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380034

REDACCIÓN PERIODÍSTICA (RADIO Y TELEVISIÓN)

Particularidades del periodismo aplicado a la Radio y la TV. Formatos propios y lenguaje específico. Estudio del mensaje periodístico audiovisual desde distintas perspectivas. Transmite conocimientos teóricos relativos al discurso y orienta en prácticas de iniciación en la redacción de los géneros periodístico en medios audiovisuales. Se parte de la base de que el discurso es una estructura formal, una organización lógica de signos que tiene una significación

precisa. El periodista se vale del discurso para informar de los sucesos; describir las situaciones, los personajes y los escenarios; evaluar los hechos y comentar las noticias.

3ªH @?<5?A*3(ž *@ 5B?@ ° ?° ž *5 ° 3ž A" 1" G*53´

@uZVbYI_ZM| xZy'n_lm| x Njyk 'MujkZX' {n' xXlon MIX' {ZjZfybni a' @uZVbYI_nx MyMIXjMI' | MZa' @| Xt'n_{aZ'MIXonfy| NjIm| x Njyk 'k ZyyMZ_xnk 'Xb_ZxZI { 'fZ,, unlb {y' AaZnxZ{bMYI' l n,, jZX Z' n_ XbVh| xyZ' MIX' | bXNIVZ' b' y{Vx{b' ' {n' ,, nxi' b' {aZ' Xb_ZxZI { ' ZI xZy' n_lm| x Njyk ' b' MjXonfy| NjI k ZXbM' AaZ' y{Vx{b' ' unlb { by' {aM' XbVh| xyZ' by' M_nxk NjI y{x| V| xZS Mjn' bMYI nx' MjyMlon' n_yb| y' ,, k'a' MuxZVyz' yb| bXNIVZ' a' /h| x Njy(y' | yZ' XbVh| xyZ' {n' xZunx' ZfZI {yS XZYVbZ yk| Mlon' ySuZxynl Nj{kZyMIXyZi Zy' MyZyyZfZI {yMIXVhk k ZI {nl' l Z,, y'

Year: 3; **Main Areas of Study:** JOURNALISM; MEDIA STUDIES

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380035

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN EL PERIODISMO

Muestra el desarrollo a lo largo del tiempo de la investigación periodística. Profundiza en los ámbitos tradicionales en los que se ha desarrollado el periodismo de investigación, y muestra las metodologías y técnicas utilizadas por los profesionales de la comunicación. Analiza la relación y el trato que tiene el periodista con las fuentes de información y con los archivos diversos que habitualmente utiliza. Contempla también el análisis de los límites legales y el debate ético relacionado con el ejercicio de la profesión.

? " @ ° ? I) A " I) 3 > B " @ * 3 / 5 B ? 3 ° 1 * @ ´

@n,, y an,, ' lm| x Njy{b' xZyZNVa' aMy' XZfZjnuZX' nfZx' {tk Z' a' ". ujnxy' b' XZu{a' {aZ' {xXkqtonl NjI Nk Uky' b' ,, ab'a' b' fZy{b' MbfZ' xZunx{b' ' aMy' {MIZI' 'ujMVZ' MIX' yan,, y' {aZ' k Z{anXnjn' kZy' MIX' {ZVal' bny' Zy' | yZX' Ut' k ZXbMuxn_Zyytonl Njy' a' | NjtyZy' {aZ' lm| x Njy{y' xZjMlon' y' MIX' XZIVb' ' y' ,, k'a' b' _nxk Mlon' 'yn| xZy'MIX' {aZ' k ny{ 'Vhk k nl' j' | yZX' VAbfZ' xZyn| xZy' a' jyn' VhfZxyMI' MIMjtyb'n_ {aZ' jZ' NjIjk' k'yMIX' Z{abMYIby| Zy'y| xrn| l Xb' ' {aZ' uxrn_Zyytonl' a'

Year: 3; **Main Areas of Study:** JOURNALISM

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380054

ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO

Estudio de la estructura comunicativa de los textos periodísticos en medios escritos y audiovisuales, fundamentalmente prensa, radio y televisión, así como las formas que surgen

de Internet y/o las nuevas plataformas digitales. Desarrolla las habilidades dialécticas de análisis de textos periodísticos en relación con su entorno comunicativo, comprendiendo los mecanismos de valoración y contraste de la información. Analiza qué ideas contienen y qué ideas proyectan en ese momento los textos; cómo están estructurados los contenidos; qué estrategias se utilizan con más frecuencia; qué carencias se observan, qué tipologías predominan, etc. Muestra el horizonte global de la comunicación periodística; es decir, del plano discursivo donde los textos se articulan en grandes ideas, en líneas de pensamiento, en estrategias de persuasión y convencimiento

° 3° U@5' /5B?3° 1*@A† ž *@ 5B?@°

@| Xt' n_ {aZ' Vnk k | I bMlGZ' y{x| V| xZ' n_ 'm| x| Njyk {Z. {y' b' , xq{ZI 'MIX' MlXmfy| Njtk ZXlB\$ uNk| jMjt' uxZyySxNkM' MIX {ZjZfybnl SMj' , Zjj' Mj' I Z' , 'nl jB Z' _nxk Mjy MIX' Xb kqNj' ujM_nxk y' ž ZfZjnuy' XbNjZV{bNj' yi ljjy' _nx' MlNj' llyb' ` 'm| x| Njyk {Z. {y' , kqa' xZ' MjX' {n' {aZbx' Vnk k | I bMlbnl Nj' ZI fbnl k ZI {S' VhfZx' b' ` k ZVaNlbyk y' _nx' MjyZyyb' ` MIX' VazM' b' ` b' _nxk Mlbnl' a' ° I Njlyb' ` , abla' bXZMj' MZ' Vhl {Nl ZX' MIX' , abla' MZ' uxnlZV{ZX' Ut' {Z. {y' an' , 'Vhl {ZI { 'by' y{x| V| xZX' , abla' y{xMZ' lzy' MZ' k ny{ 'Vnk k nl jt' | yZX' , aMl' by' k ny{ 'n_ ZI' _n| I X' {n' UZ' k byb' ` , abla' {tunjn' lzy' uxZXnk b' MZSZ' {V' @an' , y' {aZ' ` jnUj' tanx' b' n' _yunx' y' nk k | I bMlbnl ySbZ' a' {aZ' XbM' xlybZ' ujMIZ' , aZVZ' {Z. {y' MZ' _nxk ZX' b' {n' Ub' bXZMjS' MZMj' n_ {ab' i b' ` MIX' y{xMZ' lzy' {n' uZxy| MZ' MIX' Vhl fB' VZ' a'

Year: 4; Main Areas of Study: JOURNALISM; LANGUAGE & LITERATURE
Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380037

CIBERCULTURA

Estudio de la cibercultura, entendida como el marco de análisis de una serie de fenómenos culturales que se están produciendo desde los últimos 40 años y que van asociados principalmente a las interrelaciones de los sujetos con los medios digitales sobre aspectos tales como la realidad, el espacio, el tiempo, y con ellos mismos. Análisis de los nativos digitales Net en la construcción del conocimiento en la red, su naturaleza y estructura, así como las herramientas digitales que contribuyen a la creación de la cibercultura.

† JŁ" ?† B1AB? " °

@| Xt' n_ 'nl jB Z' V| j{| xZS| I XZxy{nnX' Mj' {aZ' ` xNk Z' , nx' _nx'y{| Xt' n_ MjZ' {n_ V| j{| xNj' tuaZI nk ZI M {aMl' aMjZ' UZZI' ` nW| xtb' ` _nx' {aZ' jMj' YÜ' tZMj' MIX' MZ' k Nl jt' MjynMlMZX' , kqa' uZnujZ' y' b' {ZxxZjMlbnl y' , kqa' Xb kqNjtk ZXlbnl' y| Va' byy| ZyMj' xZNj' kq† SyuMjZS' {k Z' MIX' {aZk yZjZy' ° I Njlyb' n_ I Z' { Xb kqNj' I MlGZy' b' {aZ' U| lpxb' ` n_ 'nl jB Z' i I n' , jZX' ZS' kqy' I M| xZ' MIX' y{x| V| xZS' MIX' {aZ' Xb kqNj' {nnjy' {aMl' Vhl {xbl' {Z' {n' , Mjxy' {aZ' VazMlbnl' n_ 'nl jB Z' V| j{| xZ' a'

Year: 4; Main Areas of Study: MEDIA STUDIES
Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380038

PERIODISMO DE VIAJES

Estudio del periodismo de viajes, proporcionando los elementos básicos para ello, tanto en el terreno del conocimiento como en el instrumental y detallando las características que lo definen. Orienta en los conceptos, recursos y mecanismos para el estudio de esta materia y genera actitudes positivas y creativas para el futuro ejercicio profesional.

A? ° G" 1/5B?3 ° 1* @

@| Xt' n_ {xMzj' lm| x| Mjyk \$ uxn' bXb` `{aZ' l' VZyMx' UNylyS b` {Zk y' n_ Un{a' i l n,, jZX' Z' MIX' b y{x| k Zl {yS Z. ujnxb` `{aZ' XZ{Mjy' n_ k'y XZ' b b` ` VaMVM{Zxy{byª (| bXNIVZ' nl` Vhl VZu{yS xZyn| xZy' MIX' k ZVaMlbyk y' _nx' y{| Xt' b` `{aby' y| UrZV' MIX' _ny{Zxb` ` uny{byZS VZMlgyZ' M{tq| XZy' _nx_ | { | xZ uxn' Zyyml NjVMZZxyª

Year: 4; Main Areas of Study: JOURNALISM; CULTURAL STUDIES
Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5380041

REDACCIÓN PERIODÍSTICA EN LA RED

Manejo de las tecnologías digitales para encontrar, producir y difundir la información periodística a una audiencia del ciberespacio. Estudio de teorías y técnicas de redacción hipertextual, lo que implica un conocimiento de técnicas de edición sencillas que permitan la presentación en formato digital de la información con el objetivo fundamental de elaborar productos informativos y redactar contenidos para los medios digitales en red, teniendo en cuenta las características de la comunicación digital y las posibilidades de los cibermedios.

531*3" 3"H @

Byb` ` Xb k{Mj{ZVal njn' lz y{ n_ b X\$uxnX| VZ' MIX' XbyZk b MZl Z,, y' _nxMI nl j b Z' Mj XZl VZª @| Xt' n_ {aZnxZy' MIX' {ZVal by' Zy' n_ atuzX{Z. {, , xq b` ` MIX' ZXq b` ` S b fnjfb` ` i l n,, jZX' Z' n_ ytk ujZ' ZXq b` ` {ZVal by' Zy' {aM' Zl MjZ' b _nx' Mlml {n' UZ uxzyZl {ZX' b' Xb k{Mj' _nx' Mj,, kq a {aZ' k Nb' Nk' n_ uxZuM b` ` l Z,, y' uxnX| V{y' MIX' XxMj{b` ` Vhl {Zl { _nx' nl j b Z' Xb k{Mj' k ZXbS{Ml b` ` b {n' M{Vh| l { {aZ' VaMVM{Zxy{by'n_ Xb k{Mj' Vnk k | l bMlml' MIX' {aZ' un{Zl {b jIn_ nl j b Z' k ZXbM

Year: 4; **Main Areas of Study:** MEDIA STUDIES; LANGUAGE & LITERATURE
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380043

CÓDIGOS Y VALORES DE LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA

Estudio del código deontológico del periodista y de los sistemas de autorregulación del sector. Traslada pautas que inducen a mejorar el tratamiento informativo de algunas de las cuestiones sociales de mayor actualidad: el respeto a la verdad, perseguir la objetividad, contrastar los datos con cuantas fuentes periodísticas sean precisas, diferenciar entre información y opinión, respeto a la presunción de inocencia y rectificación de las informaciones erróneas entre otras.

f 5ž " @ 3ž G ° 1B" @ 5? /5B?3 ° 1 @ <?5' " @53 ° 1@*

*@ | Xt n { aZ hm | x Njy y VhXZ n Z { abv MIX { aZ yZV nxy yZj ' xZ ' | jMlml ' yty { Zk y² (| bXZjb Zy { n
 tk unyZ { aZ I Z, y aMIXjb ` n fMlml y { nubMjI Z, y by | Zy © | uanjXb ` { aZ { x { aS yZZi b ` .
 nUZV b q t S VaZV b ` MWy , k a My k Mit hm | x Njy { V yn | xVZy My I ZVzyMtS Xb ZxZI { bMl b ` .
 UZ { , ZZI I Z, y MIX nub ml S | uanjXb ` { aZ My | k u { ml n b l nVZI VZS VhxxZV { b ` Zxxl Zn | y
 b nk Mlml S { V²*

Year: 4; **Main Areas of Study:** JOURNALISM; ETHICS
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380044

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL

En la asignatura ‘Comunicación para el Desarrollo Social’ vamos a contar la realidad a través de historias humanas, con nombres y apellidos; vamos a poner cara a los problemas, cambios, tendencias y estadísticas de la sociedad, pues el periodismo es social y humano por definición. Podemos escribir un largo reportaje con datos sobre los millones que sufren hambre en el mundo, pero no conmoverá conciencias si no contamos casos concretos que encarnan esas cifras y nos hagan sentir que ese niño podría ser el nuestro, o ‘es’ el nuestro.

Entendemos que lo esencial de la misión de los informadores y de sus medios de comunicación consiste en denunciar las injusticias del sistema; poner al descubierto sus fallos y perversiones; apoyar, dándoles voz, a las personas y los grupos sociales que sufren la marginación, la discriminación, la desigualdad, y dar a conocer y difundir las iniciativas positivas que contribuyen a que nuestro mundo progrese. Creemos en el periodismo y la comunicación no sólo como un espejo sino como una herramienta activa para construir una sociedad más justa, responsable e inclusiva, en la que todos tengan su lugar digno. En ese camino, por tanto, el periodista debe asumir una gran responsabilidad como testigo, analista y actor, pues de su

trabajo depende que personas y comunidades relegadas se hagan visibles y puedan participar en igualdad de condiciones en el debate de la opinión pública.

1 52 2 B3? ° A*53' 5? @5t * 1ž "G" 15<2 "3A'

1 {aby Vh| xyZS,, Z,, hji {Zij {aZ xZMjt {axn| ` a'a| k Mi y(nxzzy`H Zjj`_NWZ {aZ uxnUjZk ySVaMI` Zys {xZl Xy MIX y(Mby|by`n_{nXM-y ynVZ{tSUZVM|yZ`hm| x| Njyk` by Ut`XZ`b` k`lml` ynVbVjMIX`a| k MI` HZ`VMl`,, xZ`Mjnl` `xZunx`,, k`a`XMVMVh| {`{aZ`k` hji ml`y`,, an`y|`_Zx`_xnk` a| l` `Zx`b` {aZ`,, nxjXS U| {`k`,, nl` {`xMjZ`M` MZI` Zyy`b`,, Z`Xn`l` n{`{Zij` yuZVb|`VMjZy`{aMl`Zk` UnXt`{anyZ`l`| k`UZxy`MIX` k` MIZ`| y`_ZZj`{aMl`-{aby`VabX`Vh| jX`UZ`n| xy`Snx`-b`n| xy`

HZ`| l` XZxy`MIX`{aMl`{aZ`ZyyZl`VZ`n`_{aZ`k` byml` n`_{aZ`b`_nxk` Zxy`MIX`{aZ`b`k` ZXbVb|`{n`XZl`n| l`VZ` {aZ`b`h`y`{bVZ`y`n`_{aZ`y`y`Zk` "Z` uny`b` ` {aZ`b`_Nj|` xZy`MIX`uZxy`Zxy`ml`y`y`| uunx`SUT`" b`b` ` `fnbVZ`{n` b`Xb`X| Njy`MIX`ynVbVj` xn| uy`{aMl`MIZ`y|`_Zx`b` ` _xnk` k` Nk` b` Nj`b`Mlml` SXbVb`k` b` Mlml` Sb`Zv`Nj`k`t`S` MIX`u| Uj`bVZ`MIX`XbyZk` b` MIZ`{aZ` uny`k`b`Z` b` k`b`MjZy`{aMl`Vhl` {x`b|` {Z`{n`{aZ`UZ`{Z`k`Zl`{n`_n|`x` ,, nxjX`°HZ`UZ`jZ`fZ`b` `hm| x| Njyk` `MIX`Vhk` k` | l` b`Mlml` `l`n`{n`l`j`t`Nj`Mk` b`nx`SU|` {`Nj`MI` Mj`b`Z`{nrj` {n`U|`b`X`Mk` nxZ`h`y`{S`xZy`unl` y`b`jZ`MIX`b`Vj| y`b`Z`ynVZ`{t`S`,, aZ`Z`Z`fZ`xtnl`Z`a`Nj`MXZVZl` {`uj`NWZ`°1` {aby`,, MjS`{aZ`Z`_nxZS`{aZ`hm| x| Njyk` `k` | y`{Njy|`k`Z`M`xZM|xZy`unl` y`b`k`k`t`Nj`M,` k`l` Zyy`SMl`Nj`ty`{`MIX` Mj`{nx`SUZVM|yZ`b`Xb`X| Njy`MIX`Vhk` k` | l` k`l`Zy`{aMl`a`MjZ`UZZl` u| yaZ`X`b` {aZ`UNMI` `xn| l`XSXZuzl`X` nl` {aZ`hm| x| Njyk` `y`,, nxj`{n`UZ`Vhk`Z`f`y`b`jZ`MIX`{n`UZ`MjZ`{n`u`Mj`b`k`u`MIZ`nl` `Zv`Nj`{Z`k`y`b` {aZ` u| Uj`b`nub`b`ml` y`XZUMZ`°

| | | | |
|------------------------|---|----------------|-----------------------------|
| Year: 4; | Main Areas of Study: COMMUNICATIONS; SOCIOLOGY | | |
| Class Hours: 60 | Study Hours: 90 | ECTS: 6 | Course Code: 5380045 |

ESTRUCTURA Y PODER DE LA COMUNICACIÓN

Estudio teórico-práctico de la función directiva en medios y toma de decisiones sobre aspectos fundamentales de la gestión de las empresas de comunicación (público y audiencia, difusión, contenidos, línea editorial, diversificación, etc.). Análisis de las características principales de la estructura y dinámica de la comunicación con identificación de los vectores de cambio y los elementos estructurales del sistema comunicativo y de las políticas de comunicación.

@A?Bf AB?" ° 3ž <5H "° 5' 1 52 2 B3? ° A*53'

AaZnxZ`{b`Mj`MIX`u`Nj`{b`Mj`y`| Xt`n`_k` MIMZk`Zl` {y`xnjZ`b` {aZ`k` ZXbVb`MIX`XZVb`lml` `k` Ml`b` `nl` i`Zt` Nj`uZV`y`n`_{aZ` 2`MIMZk`Zl` {`n`_Vhk` k` | l` b`Mlml` ` _bk` y` `u| Uj`bV`MIX`Mj`XZl`VZS`Xb`yZk` b` Mlml` S`Vhl` {Zl` {SZ`X`b`Nj`Mj`Mj`jZS`X`b`Z`y`b`b`Mlml` SZ`{V`A`°` l` Nj`ty`b`y`n`_{aZ`i`Zt`_ZM|`xZy`n`_{aZ`y`{x|`V`|`xZ`MIX` Xt`l` Nk` by`n`_Vhk` k` | l` b`Mlml` S`b`Zl` {b`j`b` ` `fZV`{nxj`n`_`VaMI` `Z`MIX`y`{x|`V`|`xNj`jZk`Zl` {y`n`_{aZ` Vhk` k` | l` b`Mlml` y`ty`Zk` MIX`Vhk` k` | l` b`Mlml` `unj`b`Vt`°

Year: 4; **Main Areas of Study:** JOURNALISM

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380055

INNOVACIÓN CIBERNÉTICA EN PERIODISMO

Estudio y comprensión de la comunicación en red, de las nuevas cualidades mediáticas de la innovación del conocimiento y del proceso creativo y artístico de la producción periodística. Desarrolla la creatividad y las nuevas ideas en la producción de contenidos mediáticos.

5313" 335G° A53 3/5B?3° 1*@`

@| Xt` MIX` | I XZxy(MIXb` ` n_` nl jbb Z` t nk k | I bMlml yS I Z,, ` k ZXbM w| NjbbZy` n_` i l n,, jZX Z`
bb | n/Mlml \$MIX` {aZ` WZMbz` MIX` M|by(b` uxnVZyy` n_` lm| xl Njyk ` uxnX| V{lml` a`ž Z/zjnuy` WZMbz`
MIXI Z,, bXZMj`b` {aZ` uxnX| V{lml` n_` k ZXbMhl {ZI {a`

Year: 4; **Main Areas of Study:** MEDIA STUDIES

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5380047

Bachelor Advertising and Public Relations (PRP)

ECONOMÍA APLICADA A LA PUBLICIDAD

Introducción al análisis económico. Factores que condicionan la demanda y la oferta en el mercado. La empresa y la producción. Tipos de mercados. Análisis del Producto Nacional. La financiación de la actividad económica. Objetivos y medidas de las políticas fiscal y monetaria. La inflación y el desempleo: concepto, causas y consecuencias. La balanza de pagos.

"1 5352 1 @° <<1*ž 'A5" ž G"?A*3(.

1 {xnX| V{ml : {n' Zvhl nk b' MINjlyb' ' M{nxy' {aM' MZV' XZk MIX' MIX' y| uujt' nl : {aZ' k Mli Z{a' E| yb Zyy' MIX' uxnX| V{ml a' AtuzY' n_ k Mli Z{y' ° I Njlyb' n_ {aZ' Xnk Zy{b' uxnX| V{a' E| yb Zyy' b' Mlvb` a' 5UzV{bZy' MIX' k ZMj| xZy' n_ {M' MIX' k nl Z{M' unjbt'a' 1 jM{ml 'MIX' | I Zk ujntk ZI {© Vhl VZu{SMjlyzy'MIX'vhl yZv\ ZI VZy'aAz UNjMVZ'n_uMk ZI {y'a

Year: 1;

Main Areas of Study: ECONOMICS; ADVERTISING

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5370001

LENGUA ESPAÑOLA Y PUBLICIDAD: SABER IDIOMÁTICO Y COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

Reflexión y estudio sobre la lengua como herramienta de comunicación que tendrán que dominar los futuros profesionales de la comunicación audiovisual. Estudio en profundidad todo lo relacionado con los aspectos normativos del español. Análisis de los errores de expresión más comunes.

@° 3*3 1° 3(B° (" ° 3ž " ž G"?A*3(©1° 3(B° (" ° 3ž 1 52 2 B31 ° A*53 @*11@

Aab i b` Mln{ 'MIX'y| Xt b` jMI | MZ'Ny'MMh k | I bM{ml : {nj' {aM' _ | { | xZ' Ml Xb'by| Nj'k ZXbM uxn_Zyyb' Njy' , b'j' aMz' {n' k Mj'Zx' 1 'XZu{a' y| Xt' n_ Nj' MjuzVyn_ {aZ' x| jZyn_ uMl'ya' ° I Njlyb' n_ {aZ' k ny{ Vhk k nl Zxnxy'n_Z. uxZyyb' a'

Year: 1;

Main Areas of Study: LANGUAGE & LITERATURE

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5370002

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

Estudio de los procesos de la comunicación social y de los elementos, funciones y procesos que participan en los procesos comunicativos, con especial atención a aquellos que se desarrollan en el ámbito de la comunicación social y de masas (discursos periodísticos, radiofónicos, televisivos y cultura de masas). Formación en las principales metodologías de análisis crítico de la comunicación y la cultura de masas contemporáneas.

1522B37 A*53A) "5?J

El estudio de los procesos de la comunicación social y de los elementos, funciones y procesos que participan en los procesos comunicativos, con especial atención a aquellos que se desarrollan en el ámbito de la comunicación social y de masas (discursos periodísticos, radiofónicos, televisivos y cultura de masas). Formación en las principales metodologías de análisis crítico de la comunicación y la cultura de masas contemporáneas.

Year: 1; Main Areas of Study: JOURNALISM; COMMUNICATIONS

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5370058

TEORÍA Y ESTRUCTURA DE LA PUBLICIDAD

Proporciona una visión global de la teoría y práctica de la comunicación, tanto a nivel de empresas como de instituciones, así como un conocimiento de los modelos generales y específicos de la actividad publicitaria y de sus estructuras. Delimita conceptualmente el término publicidad de sus funciones e integrantes en el marco general de la Teoría de la Comunicación. Estudio de sus implicaciones sociales y económicas; identificación, estudio y descripción de los agentes (anunciantes, empresas, medios de comunicación y consumidores) que intervienen en la actividad publicitaria y de las funciones que cada uno ejerce.

1522B37 A*53A) "5?J 3Z @A?BI AB?"

El estudio de la teoría y práctica de la comunicación, tanto a nivel de empresas como de instituciones, así como un conocimiento de los modelos generales y específicos de la actividad publicitaria y de sus estructuras. Delimita conceptualmente el término publicidad de sus funciones e integrantes en el marco general de la Teoría de la Comunicación. Estudio de sus implicaciones sociales y económicas; identificación, estudio y descripción de los agentes (anunciantes, empresas, medios de comunicación y consumidores) que intervienen en la actividad publicitaria y de las funciones que cada uno ejerce.

Year: 1; Main Areas of Study: ADVERTISING

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5370004

TEORÍA Y ESTRUCTURA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Constituye una introducción avanzada para el alumno en el conocimiento de las relaciones públicas: su definición, delimitación de sus funciones e integrantes en el marco general de la Teoría de la Comunicación; estudio de sus implicaciones sociales y económicas; identificación, estudio y descripción de los roles que intervienen en la actividad de relaciones públicas, y de las respectivas funciones que cada uno ejerce.

<? A) "5?J ° 3ž @A?B! AB?"

° I 'NkFMVZX' b {xnX| V{bnl ' _nx'y| XZI {y' {n' i l n, jZX' Z' n_ <? @ky' XZ' b k{bnl SXZjtk k{M{bnl ' n_ k{y' _| I V{bnl y' MIX' an, ' k{ k{y' b {n' {aZ' ' ZI ZxMj' xMk' Z,, nxi ' n_ Vnk' k | I bM{bnl ' {aZnxt' y| Xt' n_ k{y' ynVbJIMIX' ZVhl nk b' xZuzXV| yybnl y' bXZI {bM{bnl Sy| Xt' MIX' XZYV{bnl ' n_ {aZ' xnjZy' b' fnj' fZX' b' <? MIX' {aZ' xZyuzV{bZ' {Mj' yuzx_nxk' ZX' Ut' ZM{a' n_ {aZk' a'

Year: 1; Main Areas of Study: PUBLIC RELATIONS
Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5370005

ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN

Estudio del complejo mundo mediático desde un punto de vista crítico. Se trata de descubrir las relaciones y vínculos que existen entre unos medios de comunicación y otros, así como el entramado de intereses políticos y económicos que existen detrás de los mensajes mediáticos con la finalidad de que el alumno comprenda el entorno en el que ejercerá su profesión. La asignatura permite al alumno descubrir la complejidad empresarial del negocio mediático y le ayuda a comprender el papel de la publicidad en el funcionamiento de los medios de comunicación.

*3' 5?2 ° A*53 @A?B! AB?"

@| Xt' n_ {aZ' Vnk' ujZ. .k' ZXbM, nxjX' _nxk' 'Mxk{bMj' fZ,, unb {° AaZ' M{b' 'by' {n' xZ' fZnJ' {aZ' j' b' i y' MIX' Uhl Xy' {aM' Z. b' {UZ{, ZZI' Xb' ZxZI' {k' ZXbM' MIX' {aZ', ZUn_ unj' k{bMj' IMIX' ZVhl nk b' b' {ZxZy' {aM' | I XZy' lZy' k' ZXbM' ZyyMIZySb' 'nxXZx' _nx'y| XZI {y' {n' | I XZy' {MIX' {aZ' ZI' fbnl' k' ZI' {b' ,, ab{a' {aZ' ' ,, ljj' UZ' ,, nxi' b' ° ' ' {aZ' yuzVb' V' VjZ' n_ Nk' fZx' {b' b' ' y| XZI {yS' {aZ' y| UfZV' ZI' MjZy' {aZk' {n' Xb' VhfZx' {aZ' Vnk' ujZ. k{t' n_ {aZ' k' ZXbMU| yb' Zyy' MIX' aZjuy' {aZk' {n' | I XZy' {MIX' Nk' fZx' {b' b' ' y' xnjZ' b' {aZ', nxi' b' ' n_ {aZk' ZXbM'

Year: 1; Main Areas of Study: JOURNALISM; MEDIA STUDIES
Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5370006

HISTORIA DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

Introducción a la evolución histórica del fenómeno publicitario y su relación con distintas disciplinas que han tenido una clara influencia en esta forma de comunicación (arte, fotografía, tecnología, psicología, política y economía). Supone, por tanto, un conjunto de elementos teóricos y prácticos imprescindibles para todo alumno que desee formar parte del mundo de la publicidad y las relaciones públicas, ya que el estudio de sus orígenes ayuda a entender el período actual y a vaticinar un futuro inmediato.

1º Grado de Publicidad y Relaciones Públicas (Plan de Estudios 2013)

El curso de Historia de la Publicidad y las Relaciones Públicas tiene como objetivo proporcionar al alumno los conocimientos necesarios para comprender el origen y evolución del fenómeno publicitario y su relación con otras disciplinas. El curso se divide en tres bloques de contenidos: 1. Orígenes y evolución de la publicidad. 2. Evolución de las relaciones públicas. 3. El papel de la publicidad y las relaciones públicas en la sociedad actual.

Year: 1; Main Areas of Study: ADVERTISING; PUBLIC RELATIONS
Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5370007

MARKETING

Planificación de marketing. Comportamiento del consumidor. Segmentación de mercados. Diseño y gestión de productos. Determinación de precios, comunicación y distribución.

2º Grado de Publicidad y Relaciones Públicas (Plan de Estudios 2013)

El curso de Marketing tiene como objetivo proporcionar al alumno los conocimientos necesarios para comprender el origen y evolución del fenómeno publicitario y su relación con otras disciplinas. El curso se divide en tres bloques de contenidos: 1. Planificación de marketing. 2. Comportamiento del consumidor. 3. Segmentación de mercados.

Year: 1; Main Areas of Study: MARKETING; BUSINESS
Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5370008

PSICOLOGÍA SOCIAL DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

Introduce al alumno en los aspectos comunicativos de la interacción humana y en la influencia de los factores sociales en la configuración de procesos psicológicos tales como la percepción, las emociones y su expresión no verbal. Se estudian procesos relacionados con la

comunicación como la socialización, persuasión e influencia en las actitudes o la generación y resolución de conflictos.

51 * 1<@f) 515(J 5' ° ž G"?A*3(° 3ž ' <BL1# ?"1° A*53@

1 {xnX| Vzyy| XZI {y{n{aZ Vhk k | I bMlml 'xZjMZX' uZVyn_a| k MI b {ZxWlml 'MIX{aZ Z_ZV'y n_ynVbJt_MVnxy'nl 'aZ %Bduub` `n_uytVanjn` bVjt uxnVzyyZy| Va 'Ny' uZxZu{ml S{aZ Zk n{ml y MIX' l nl fZxUjT Z. uxZyml a' @ Va 'Vhk k | I bMlml 'xZjMZX' uxnVzyyZy'Ny' ynVbJtMlml SuZxy| Njml ' MIX b_j| ZI VZ'nl 'M{t| XZynx{aZ` ZI ZxMlml 'MIXyZ{jZk ZI {n_Vhl_jbV'yMZY| XIZX°

Year: 1;

Main Areas of Study: PSYCHOLOGY; SOCIOLOGY

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5370009

SOCIOLOGÍA Y ESTRUCTURA SOCIAL

Estudio de la vida humana, sus grupos y sus sociedades. Aporta a los alumnos una visión crítica y profunda de los diversos fenómenos, cambios y procesos sociales que configuran la realidad en la que están inmersos, a la vez que les ayuda a comprenderlos. Conocimiento de los conceptos básicos del análisis sociológico, de las estructuras sociales y de la relación entre la sociedad, sus hábitos de consumo y los medios de comunicación.

51 * 515(J ° 3ž 51 * 1@A?Bf AB?"`

@| Xt' n_a| k MI jbzSký` xn| uy MIX' bVynVZ{lZy' 5_Zxy' MMbMjSb 'XZu{a' fAZ, 'n_{aZ' XbZxyZ' ynVbJt uaZl nk ZI N\$ VaMI` Zy' MIX' uxnVzyyZy' {aM' yaMIZ' {aZ' ,, nxjX' ,, Z' jbz' b S,, abZ' aZjub` ` y| XZI {y{n | I XZxy' MIX' {aZk a' d n,, jZX' Z'n_{aZ' UjVt' nl VZu{y'n_ynVbJn` bVjMIMjtybSynVbJt y{x| V| xZy' MIX' {aZ' Vhl | ZV{ml yUZ{,, ZZI 'ynVZ{tSkýVhl y| k u{ml 'aMubV' MIX' {aZ' k ZXbM'

Year: 1;

Main Areas of Study: SOCIOLOGY

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5370010

CREATIVIDAD PUBLICITARIA

Aproximación teórico-práctica a los distintos aspectos y técnicas que engloba el ejercicio de la creatividad en la profesión publicitaria. La finalidad última de una asignatura como la presente es promover la resolución de problemas académicos y profesionales a través de ejercicios que faciliten la creación de ideas innovadoras.

° ž G" ? A* @ 3 (1 ? " ° A* G* A J ' .

AaZnxZ{bMjT MIX' uxNW{bMjT fZ,, 'n_ {aZ' fMlml y' MjuzV{y' MIX' {ZVal bny Zy' b' fnj fZX' b' 'Mj fZx{byb' ' VxZMlbfZ' ,, nxi ° AaZ' | j{tk MZ' ` nMjT n_ 'Mj| UfZV{ y| Va 'Mj' {aby' by' {n_ ny{Zx' {aZ' ynjfb' ` n_ 'MjMkZk b' MIX' ux n_ Zy' b' Mj' ux n_ UjZk y' {axn| ` a Z. ZxMjZy' {aMj' 'Mj' k' MZ' {aZ' VxZMlml 'n_ b' | n_ 'Mj' b' Z' b' Z' Mj' a'

Year: 2; Main Areas of Study: ADVERTISING

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5370011

ESTRATEGIA PUBLICITARIA

Introduce a los estudiantes en las diferentes estrategias y técnicas publicitarias tanto desde el punto de vista de la comunicación corporativa como de la comunicación de marketing. Se explican las bases para el diseño de un plan estratégico abordando el brand management, la definición de objetivos, la segmentación de públicos objetivos, la creación de palancas de comunicación y su posterior desarrollo operativo con la ejecución de acciones concretas: publicidad, promoción, Relaciones Públicas, Trade, Event, On line, Universo 2.0, etc.

° ž G" ? A* @ 3 (@ A ? ° A " (J ' .

'1 {xnX| VZy' y{| XZl {y' {n' Xb_ZxZl { 'Mj fZx{byb' ` y' xMjZ' bzy' MIX' {ZVal bny Zy' _xrk' {aZ' fZ,, untb { 'n_ ' Un{a' VhxunxMjZ' MIX' k' Mj' Z{b' ` Vhk k | l bMlml ° AaZ' UfZV{y' n_ 'Mj' y' xMjZ' b' ujm' MjZ' Z. UjNb' ZXS VhfZx' ` UxMjX' k' MjMkZk Zl {S' XZ' b' b' ` {Mj' Z{yS' {aZ' yZ' k' Zl {Mlml 'n_ {Mj' Z{ k' Mj' Z{yS' {aZ' VxZMlml 'n_ Vhk k | l bMlml ' jZfZxy' MIX' {aZ' b' y| UyZw' Zl { ' nuZxMlml Mj' XZfZj nuk Zl { ' {axn| ` a yuZVb' b' Mj' b' y' Mj' fZx{byb' ` Suxrk n{ml S<? S{ xMjZSfZl {ySnl jtb ZSfZSfZl V' .

Year: 2; Main Areas of Study: ADVERTISING

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5370012

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL

Introduce a los estudiantes en las cuestiones epistemológicas, metodológicas y tecnológicas fundamentales de la investigación social con el objetivo último de que puedan reconocer trabajos empíricos fiables y válidos de la realidad social.

>B° 3A*A° A*G" @5! * 1? "@ ° ?t) 2 "A) 5ž @° 3ž 'A"t) 3*>B" @

† {xnX| VZyY| XZI {y{n {aZi Z† Zuby{Zk njn` bMYSk Z{anXnjn` bMYtMIX{ZVal njn` bMYtV| Zy{bnl y` b fnjZXB` ynVbMYxZYVbVa, k̄a {aZ' |j{tk MZ` nVjtn_ZI Mjtb` {aZk {n'xZh` l byZ fVtXsXzjVbVjZ` Zk ubbMYt, nxi nl ynVbMYtYk| Mlbnl yª

Year: 2; **Main Areas of Study:** SOCIOLOGY

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370013

TECNOLOGÍA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Introducción al estudio de los medios tecnológicos en todos los procesos de la cadena de producción audiovisual: grabación, montaje, postproducción y difusión. Estudio del manejo, uso y posibilidades que los elementos tecnológicos pueden ofrecer a los alumnos para el desarrollo de su profesión en Televisión, Radio e Internet.

° Bž *5G* @B° 1'2 "ž *° A"t) 3515(J`

† {xnX| V{bnl {n {aZ' y| Xt' n_ {ZVal njn` bMYtk ZXbVb` Vj' uxnVZyyZy' b {aZ' MjXbnfy| Vj' uxnX| V{bnl` VbNb` ©xZhvxXb` § ZXkq̄b` § uny{ 'uxnX| V{bnl` MIX' UbnVXVj{b` ° @| Xt' n_ {aZ' aMjXjb` § | yZ' MIX' un{ZI {bVj' {aMj' {ZVal njn` bMYt ZjZk ZI {y' VMI' n_ Zx' nx' {anyZ', nxi b` `b` {ZjZfybnl § xVXbn' nx' {aZ' † {ZxI Z{ª

Year: 2; **Main Areas of Study:** MEDIA STUDIES

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370014

TECNOLOGÍAS DIGITALES APLICADAS A LA PUBLICIDAD

Estudio de las nuevas tecnologías digitales empleadas en la forma de comunicar y vender productos. Muestra los nuevos avances de la tecnología digital y sus aplicaciones al campo de la publicidad (pantallas LED, códigos QR, escaparates interactivos, Redes Sociales, etc.).

ž *(*A° 1A"t) 3515(*' @° <<1* ž 'A5` ° ž G" ?A* @3(`

@| Xt' n_ {aZ' I Z, ` Xb bMYt {ZVal njn` k̄y' | yZX' {n' Vhk k | l bMZ' MIX' yZj' uxnX| V{yª @n, y{aZ' jMZY' XZfZjnuk ZI {y' b` Xb bMYt {ZVal njn` t' MIX' {aZ' b' MdujtbMlbnl y' b' VxfZx{y' b` § y| Vá Vj' 1" ž yVXZZI yS >? VhXZySb {ZxVbZ' yan, VjZySynVbVjI Z{, nxi ySZ{Vªª

Year: 2; **Main Areas of Study:** ADVERTISING; MEDIA STUDIES

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370015

DERECHO PUBLICITARIO

Conocimiento de las bases constitucionales del Estado y del sistema de fuentes del derecho, previo al estudio del Derecho de la Publicidad en sus aspectos de Derecho público, imprescindible para comprender el entorno jurídico en el que se desarrollará la futura actividad profesional de los alumnos.

° ž G" ? A * @ 3 (1 ° H ´

Cl n,, jZX Z`n_{aZ`vhl y{k| {b| NjUvly`n_{aZ`y{Mz`MIX`{aZ`yfy{Zk`n_yn| xZySM{Zxy| Xt`b` {aZ` u| Uj`b`jM` NjUvly`n` MxfZx{byb` `jM`S,, abla`Mz` ZyyZl {b|j`b` nxxZx`{n`| I XZxy{MIX`{aZ`jZ` Nj` xM`Z,, nxi`b` ,, abla`{aZ`t`,, tj`UZ`,, nxi`b` `b` {aZ`_|`{| xZ`a`

Year: 2; **Main Areas of Study:** LAW

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370016

DIRECCIÓN DE ARTE

Enseña los conocimientos generales para poder desarrollar labores de dirección de arte en campañas publicitarias, con capacidad para coordinar con los distintos proveedores que intervienen en la misma. Da a conocer el proceso de desarrollo de cada pieza creativa, desde la visualización de la idea hasta el desarrollo del diseño y producción final.

° ? A ž * ? " I A * 5 3 ´

AZMwZy` Zl ZxNjI l n,, jZX` Z`_nx`,, nxi`b` ` Nj`M` M` XbzV{nx`_nx`MxfZx{byb` ` VNR` uM`l`yS,, k`a`{aZ` Mj`k`f`{n`j`b`yZ`,, k`a` Nj` {aZ`fV`M`|`y|` uuj`b`xy`b` f`nj`fZX`a`". ujM`b`y`{aZ`XZ`fZ`jnuk` Zl` {`ux`vZ`yy`n`Z`M`w` VxZM`b`f`z`mUS`_nk` f`y|` Nj`b`b` ` {aZ`bXZM`{n`XZ`fZ`jnub` ` {aZ`XZ`y`b`l` M`IX`_b` Nj`ux`N`|` V`{b`l` a`

Year: 2; **Main Areas of Study:** ADVERTISING; ART DESIGN

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370053

peculiaridades de la situación internacional actual y analizando campañas propagandísticas concretas.

A) "5?J ° 3ž) *@A5?J 5' <?5<° (° 3ž ° °

1 {xnX| V{tmi {n {aZ y{ | Xt n_ uxnuMIMIXM\$_xrk {aZ unb { n_ fZ,, n_ Uh{a k{y'aby{nxMjZfnj| {tmi MlX {aZ uxnuMIMIXMk nXZjy'n_ {nXM^AxB b` {n bZl {b} uxnuMIMIXMy_nk yMlX un{Zl {b}t b` Xb_ZxZl {` Vhl {Z. {ySy{ | Xt b` `MlX`MlNylyb` ` {aZ`k N b` uxnuMIMIXMk nXZjySuZV| j bMk{Zy'n_ {aZ V| xZl { b` Zx M{tmi Nyly{ | M{tmi MlX`MlNylyb` ` juZV bV uxnuMIMIXMMk uM b l y`

Year: 2;

Main Areas of Study: ADVERTISING; HISTORY

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5370020

ANÁLISIS DEL DISCURSO PUBLICITARIO

Estudio de la comunicación a partir del análisis de la publicidad como discurso propio en el entorno de los medios de comunicación. Una aproximación a los principales modelos de análisis de la publicidad y a la concepción de un método integral de análisis para su aplicación práctica a través del estudio de sus distintos elementos (agentes del discurso, mensaje y su contexto mediático y estrategias discursivas) y de la aproximación a dicho discurso con vistas a su futura aplicación en el campo profesional e investigador, sin olvidar la interacción entre el discurso publicitario y la sociedad.

° 3° 1J @ @5' ° ž G" ?A * @3(ž * @ 5B ? @`

@| Xt n_ Vhk k | l bM{tmi UvYZX`nl {aZ`MlNylyb`n_ Nk fZx{lyb` ` Ny`MklywZ{Z`XlyVh| xyZ,, k{ab {aZ`k ZXbMlMj`Mk Z^° l` Ml uxnuMl{ n {aZ`i Zt`k nXZjy'n_ Nk fZx{lyb` ` y{ | Xlzy`MlX {aZ`Vhl VZu{`n_`Ml`b {Z` xMlZ`k Z{anX`n_`MlNylyb` `nx` uxnuMlMj` MlujbM{tmi § Ut` y{ | Xt b` ` {aZ` fV{tmi y` ZjZk Zl {y`b`fnj fZ` XlyVh| xyZ` Ml nxyS k ZyyMlZ` MlX` {aZ`k ZXbMlVhl {Z. {` MlX` XlyVh| xyZ` y{ xMlZ` lzy`MlX` Vhl ybZx b` ` {aby` XlyVh| xyZ`,, k{a` MfZ,, {n`k{y`_ | { | xZ` MlujbM{tmi `b` uxnuMlMj` MlNylyb` ` lzy`XyS,, abjz` uM{tmi ` X| Z` M{Zl {tmi {n {aZ` b` ZxM{tmi `UZ,, ZZl {aZ` Nk fZx{lyb` ` XlyVh| xyZ` MlX` ynVZ{t`

Year: 3;

Main Areas of Study: ADVERTISING; LANGUAGE & LITERATURE

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5370021

CONTEXTO ARTÍSTICO DE LA PUBLICIDAD

Facilita el conocimiento de los elementos y procesos de la percepción, su vinculación con la experiencia estética y, en particular, con la construcción y la recepción de los mensajes publicitarios. Fomenta la capacidad de análisis de los aspectos visuales y sonoros del mensaje publicitario y gráfico.

° ?A*@A? 1 53A"l A5' ° ž G"?A*@3(' .

' M?kMZyil n, jZX Z'n_{aZ ZjZk Zl {yMIX uxnvZyyZyn_uZxVZu{bnl Skýjlb i y, k?a MZy{aZ{b' Z.uZxZl VZ MIXSb uMkVl jMS, k?a Ul bXb` MIXxZVZb` NkfZx{b` k ZyyMZy^" ny{Zy{aZ' VnMk{t {nMlNylyZ {aZ' fyl NlMIXMlXbn MjuZVyn_k ZyyMZy'b NkfZx{b` MIX` xMlabY^'

Year: 3; Main Areas of Study: HISTORY; ART

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5370022

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS.

Pretende aportar a los estudiantes los conceptos básicos sobre los principales estudios y herramientas de investigación de medios, así como introducirles en el conocimiento teórico y la utilización práctica de la terminología empleada en planificación. También se trabaja sobre las aplicaciones informáticas básicas de ayuda a la planificación de medios.

<1° 33*3(° 3ž 2° 3° ("2 "3A5' ° ž G"?A*@3('2 "ž * .

° k y {n Zv{b' y{ XZl {y, k?a {aZ' UMYVl nl VZu{yn_{aZ' k Nb' k ZXbMY{ XZyMIX' xZYZMVA {nnjy' MIX' b {xnX' VZ {aZk {n {aZnxZ{bMYl i l n, jZX Z' MIX' uxMkVl jMS | yZ' n_{aZ' {Zx b njn' t' | yZX' b' ujMl b` ^H nxi byNyn Xnl Z, k?a {aZ' UMYVl Vhk ul {Zx' Nky' nxk ZXbMYjMl b` ^'

Year: 3; Main Areas of Study: MARKETING; MEDIA STUDIES

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5370023

PROGRAMACIÓN Y TÉCNICAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Estudio del diseño, establecimiento y desarrollo de las políticas de Relaciones Públicas, así como de las aplicaciones de las estrategias, tácticas y técnicas de comunicación y consenso en las organizaciones públicas y privadas. Identificación de los procesos relacionales de las organizaciones, así como los de creación, difusión y mantenimiento de vínculos positivos.

Análisis tanto de los medios tradicionales como de los más vanguardistas utilizados en campañas y acciones puntuales.

<BL1# ?"1° A*53@<?5(?° 2 2 *3(° 3ž 'A"†) 3">B"@

@| Xt'n_{aZ'XZy}b | SZy{Mujbyak ZI {MIX'XZfZjnuk ZI {n_<? unjbvt MIX'MdujbmMl y'n_y(xMZ' bZyS {Mxby MIX' {ZVal bn Zy _nx Vhk k | l bMlmi 'MIX'vhl yZl y| yb 'u| Ujb/MIX'uxg'MZ'nx' MlbyMlmi y' *XZl {bt' nx' MlbyMlmi y' xZjMlmi Nj' uxvZyyZy' MIX' {anyZ' _nx' {aZ' VxZMlmi § XbyyZk b Mlmi 'MIX' k Mb {Zl MlVZ'n_ unyqfZ'jb i y'° I Njtyy'n_Uh{a {xMxqbl Nj'MIX'° xn| l XuZMlmi ` l Z,, k ZXbM' yZX' _nxVh' uMb l yMIX'NX'anVVMlmi y'

Year: 3; **Main Areas of Study:** PUBLIC RELATIONS
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370024

TEORÍA DE LA IMAGEN

Sirve para adquirir los conceptos teóricos necesarios para la comprensión y el análisis de las imágenes. Posibilita el conocimiento comprensivo de diversos enfoques teóricos de lo visual. Suministra la base científica del proceso perceptivo y sus efectos. Ayuda a entender los modos de cooperación de los elementos de la imagen para crear sentido y alcanzar las competencias necesarias para caracterizar los elementos visuales y su aplicación en la construcción de imágenes.

*2 ° (" A) "5?J'

) Zjuy' y| XZl {y' {n' Mx' bZ' {aZ' {aZnxZ{bMj' Vhl VZu{y' l ZVZyMAt' {n' | l XZxy{MIX' MIX' MlNjtyZ' tk MZy°" l MujZy{aZk {n' Mx' fZ' Vhk uxZaZl ybZ' i l n,, jZX' Z'n_ Xb_ ZxZl { {aZnxZ{bMj' MduxnMwZy' {n' fby| Nj'k MZxby' @ uujZy' MxZl {bV' UMy' _nx' {aZ' uxvZyy'n_ uZxVZu{bmi 'MIX' bZy_ ZV{y°) Zjuy' y| XZl {y' {n' | l XZxy{MIX' an,, {aZ' ZjZk Zl {y'n_ Ml tk MZ' Vhk Z' {n' Z{aZx' {n' VxZMlZ' k ZMlmi ` MIX' nU{Mb {aZ' yi bby' l ZVZyMAt' {n' VaMlM' ZxyZ' fby| MjZjZk Zl {y'MIX' Mduj' {aZk {n' tk MZ' U' bXb ` a'

Year: 3; **Main Areas of Study:** ADVERTISING; MEDIA STUDIES
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370025

TEORÍA Y TECNOLOGÍA DE LA FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA

Estrategias creativas de comunicación visual y técnicas de fotografía aplicadas a los distintos medios publicitarios. Incidencia de la fotografía en el universo publicitario. Autores y estilos. Estética de la imagen fotográfica publicitaria y su influencia en la consecución de los objetivos comerciales y corporativos. Panorama general sobre las diferentes especialidades fotográficas que conforman la imagen fotográfica en moda y publicidad, los equipos tradicionales y las nuevas aplicaciones digitales, la iluminación y la respuesta de los materiales sensibles, así como una especial atención al retrato y la figura y una pequeña incursión en la fotografía de objetos. Se trata de obtener una visión general del uso y las técnicas de la Fotografía en la Publicidad para propiciar el análisis teórico del trabajo profesional que se realiza en la actualidad.

A) "5?J ° 3ž 'A"†) 3515(J 5' ° ž G"?A*@3(<°) 5A5(?° <) J '

† xZMfZ y(xMZ' tzy' nx'fy| MIVhk k | I bMlbnl 'MIX'uan{n' xMlab' {ZVal bny Zy' MlujizX {n' Xb_ZzI { 'MxfZxlyb' `k ZXbM' ?njZ' n_ uan{n' xMlat' b' {aZ' MxfZxlyb' ` | I b'ZxyZ' ° | {Z| xy' MIX' y' t'jZy' AaZ' Mzy{aZ' by' n_ {aZ' uan{n' xMlab' MxfZxlyb' ` tk MZ' MIX' b' j| ZI VZ' nl' 'Mab' f' b' ` Vhk k ZxMby' MIX' VhxunxMZ' nUfZV' b' fZy' 5fZy' fZ' , ' n_ {aZ' f' Mlbnl' y' uan{n' xMlab' yuZV' by' k y' {aM' k MIZ' | u' {aZ' uan{n' xMlab' tk MIZ' b' ' Mlbnl' 'MIX' MxfZxlyb' ` S {xMlbnl' M' Z' w' k ZI { 'MIX' {aZ' jMZY' Xb' k' M' MlujizMlbnl' yS' j' b' a' f' b' ` 'MIX' {aZ' xZy' unl' yZ' n_ yZ' y' k' b' fZ' k MZ' x' by' S' u' M' b' ` ' yuZV' by' M' (ZI' {bnl' {n' unx' xM' | xZ' MIX' {aZ' b' | xZ' S' , k' a' M' y' k' Z' u' n' l' uan{n' xMlab' ` nUfZV' y' ° ' I' yanx' S' {aZ' M' k' by' {n' nU' f' b' ' M' ZI' ZxM' f' y' bnl' n_ {aZ' | yZ' MIX' {ZVal bny Zy' n_ uan{n' xMlat' b' ' MxfZxlyb' ` {n' ZI' Vh' | xMIZ' {aZ' n' xZ' {b' M' y' t' M' M' f' y' bn' n_ {aZ' ux' n' Z' y' bnl' M' t' , nxi' UZ' b' ` Xnl' Z' {n' xM' f' °

| | | | |
|------------------------|--|----------------|-----------------------------|
| Year: 3; | Main Areas of Study: ADVERTISING; PHOTOGRAPHY | | |
| Class Hours: 60 | Study Hours: 90 | ECTS: 6 | Course Code: 5370027 |

DISEÑO PUBLICITARIO DIGITAL

Conocimiento de la forma, fondo y perspectiva en lo gráfico como en lo dinámico para transmitir conceptos claros y definidos mediante un diseño ágil y eficaz. Familiarización con las técnicas y programas utilizados en el mercado para la elaboración digital de contenidos publicitarios y el conocimiento de los requerimientos técnicos de cada uno de los medios. Permite distinguir las necesidades de los destinatarios de los mensajes publicitarios.

ž *("A° 1° ž G"?A*@3(ž " @ 3'

OI n, jZX' Z' n_ nx' S' UMI' xn| I X' MIX' uZxyuZV' b' fZ' b' ` xMlab' y' MIX' XtI' M' k' by' {n' Vh' fZ' t' VZMAS' , Z' j' i' XZ' b' ZX' Vh' VZufy' {axn' ` a' y' {xZ' M' j' b' XZS' Z' ZV' b' fZ' XZy' b' l' ° ' M' k' b' b' y' M' lbnl' ` , k' a' {aZ' {ZVal bny Zy' MIX' yn' , MZ' | yZ' X' nl' {aZ' k' M' i' Z' {n' x' {aZ' Xb' k' M' y' t' uxZu' M' M' lbnl' n_ MxfZxlyb' ` Vh' {ZI' {

MIX' i l n, jZX' Z'n_{aZ' {ZVal bMj' xZw' bZk ZI {yn_ ZNla' n_{aZ' k ZXbM' "I MjZy' y' | XZI {y' {n' Xb' y' Zx' {aZ' I ZZxyn_{aZ' xZVulZ' I {yn_ Mj' fZx' byb' ` k ZyMZY' }

Year: 3; **Main Areas of Study:** ADVERTISING; ART DESIGN

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370028

EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA EUROPEA Y ESPAÑOLA Y SU ENTORNO

Permite que el alumno adquiera conocimientos generales del funcionamiento económico y una visión crítica a través del desarrollo de la capacidad de análisis e interpretación de los hechos económicos mundiales, europeos y españoles. Esto les aporta un mejor entendimiento de la realidad económica que marca y puntualiza el entorno en el que habrá de desenvolverse personal y profesionalmente en el futuro.

"G51BA*53 5' A) " "B?5<" ° 3 "I 5352 J ° 3ž "A@" 3G*?532 "3A'

"I MjZy' y' | XZI {y' {n' Mj' y' bZ' ` ZI ZNj' i l n, jZX' Z'n_ an, ' {aZ' ZVhl nk t' ,, nx' y' MIX' Mj' k' bMj' fAZ' ,, Ut' XZfZjnulb' ` {aZ' b' Mj' k' t' {n' Mj' fZ' MIX' b' {ZxuxZ' {aZ' ,, nx' XS' " | xnuZMI' MIX' @uMj' ya' ZVhl nk lZy' Aaby' ,, ljj' aZju' {aZ' k' {n' tk' uxfZ' {aZ' b' | I XZy' {Mj' Xb' ` n_{aZ' ZVhl nk b' y' k' | Mj' l' {aMj' MZV' y' {aZ' ZI fbnl k ZI {b' ,, abla' {aZ' t' ,, ljj' aMj' Z' {n' nuZMj' ZSUn{a' uZxynl Mj' t' MIX' uxn_ Zy' y' l' Mj' t' S' b' {aZ' _ | {xZ' "

Year: 3; **Main Areas of Study:** ECONOMICS

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370029

GABINETES DE COMUNICACIÓN

Conocimiento de la gestión de la comunicación en cualquier organización, institución o empresa. Conocimiento de los procesos que permiten proyectar a los diferentes tipos de público una mejor imagen de la organización, lo que se traduce en ventajas (económicas, políticas, etc.) para la misma. Estudio de los gabinetes de comunicación como el departamento que gestiona toda la comunicación de una organización. Analiza la triple dimensión del trabajo comunicativo de las organizaciones: su relación con los medios de comunicación, la regulación de los procesos de comunicación interna y la configuración de su identidad visual.

I 52 2 B3† ° A*53ž "< ° ?A2 "3A@

El curso tiene como objetivo principal proporcionar a los estudiantes los conocimientos y habilidades necesarios para el desarrollo de una carrera profesional en el área de la comunicación y el marketing. Se abordarán temas como la estrategia de comunicación, la gestión de medios, el análisis de mercado y la creación de contenido. El curso también incluye prácticas que permitirán a los estudiantes aplicar lo aprendido en situaciones reales del entorno profesional.

Year: 3; **Main Areas of Study:** JOURNALISM; MEDIA STUDIES

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370030

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS PUBLICITARIAS

Permite que el alumno adquiera conocimientos, destrezas y habilidades orientadas a la dimensión empresarial del sector. Plantea un marco conceptual de la empresa de comunicación incidiendo en la publicidad desde una doble óptica: como fuente primordial de ingresos de las empresas periodísticas y audiovisuales y como objeto mismo de la actividad empresarial y, al mismo tiempo, posibilita el conocimiento de la dinámica económica, la dirección y la gestión de este tipo de empresas.

2º 3º ("2"3A5' "žG"?A*3(152 < 3**@

El curso tiene como objetivo principal proporcionar a los estudiantes los conocimientos y habilidades necesarios para el desarrollo de una carrera profesional en el área de la administración de empresas publicitarias. Se abordarán temas como la estrategia de comunicación, la gestión de medios, el análisis de mercado y la creación de contenido. El curso también incluye prácticas que permitirán a los estudiantes aplicar lo aprendido en situaciones reales del entorno profesional.

Year: 3; **Main Areas of Study:** BUSINESS

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370054

HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

Análisis de la evolución de los procesos de comunicación social por procedimientos escritos desde su origen a la actualidad, con especial incidencia en los fenómenos comunicativos propios de la sociedad de masas (siglos XIX y XX). Conocimiento de otras formas de comunicación, así como los espacios de recepción y los diferentes contextos.

) *A5?J 5' 1 52 2 B3? ° A*53'

° I Njtyby' n_ {aZ' Z'fnj} {lml 'n_ ynVbYj' Vhk k | I bM/lml 'uxnVZyyZy' Ut', xq(ZI 'uxnVZX| xZy' _nK' {aZ' ZNjLZy' {bk Zy' {n' {aZ' uxZyZl { 'XMS_nV| yb' 'uMk/b| jMjt' nI' {aZ' Vhk k | I bM/lml 'uaZl nk Zl Mh_ k Mjy' ynVZ{t' j' b Z{ZZI {a' MIX' {, Zl {tZ{a' VZl { | xZyA' O n, jZX' Z' n_ n{aZx' _nk y' n_ Vhk k | I bM/lml 'MIX' xZVZu{lml 'yuMZYMIX' Xb_ ZxZl { 'Vhl {Z. }y'

Year: 3; Main Areas of Study: HISTORY; COMMUNICATIONS

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5370032

COMUNICACIÓN COMERCIAL Y CULTURA DE MASAS

Este curso eminentemente práctico ha sido diseñado analíticamente y pretende ayudarle a analizar y pensar de manera creativa y crítica sobre las interacciones entre la comunicación mediática, la comunicación comercial y la cultura de masas y la manera en que el contenido publicitario refleja y moldea los valores sociales. Se dedica a examinar de cerca el papel de la publicidad, las relaciones públicas y la propaganda en la comunicación mediática, los diferentes tipos de medios de comunicación y cómo esos medios forman y son moldeados por la cultura en todo el mundo.

Exploraremos varios temas recurrentes a lo largo del curso: las Industrias de Cultura y Cultura de Masas, las interacciones entre Publicidad, Relaciones Públicas, Medios de Comunicación y Cultura de Masas, Propaganda en Medios de Comunicación y Cultura de Masas, Manifestaciones publicitarias y Formatos en Cultura de Masas y Fenómenos de Fan Cultura de la celebridad en cultura de la masa. Todos ellos son los ejes que sustentan la enseñanza de este proyecto de curso.

1 52 2 " ? I * 1 1 52 2 B3? ° A*53 ° 3ž ' 2 ° @? B1AB? "

Aaby' Zk b Zl {jt' uxMk/bMjI Vh| xyZ' aMj' UZZI ' MlNjt' {bMj}t' XZyb | ZX' UZ{{Zx' {aMl' XZyMk/bfZ' MIX' by' b' Zl XZX' {n' aZju' tn} ' MlNjt' %o: MIX' {ab i' VxZM/bZjt' MIX' Vx/bMj}t' Mh} { {aZ' b' {ZxMk/bml yUZ{, ZZI' k ZxM/Vhk k | I bM/lml 'S Vhk k ZxM/bjI Vhk k | I bM/lml 'MIX' k Mjy' V| j{ | xZSMIX' {aZ' , M' b' , abla' Nk/fZx{lyb' ` Vhl {Zl { 'xZ' jZV' MIX' yaMlZ' ynVZ{Nj' Ayl} Zy' ° ' by' XZfn{ZX' {n' MjnyZ' jnni' Ml' {aZ' xnjZ' n_ Nk/fZx{lyb' ` S u| Ujb' xZjM/lml yS MIX' uxnuMlMIXMl' k ZxM/Vhk k | I bM/lml 'S {aZ' Xb_ ZxZl { i' b' Xyn_ k ZxM/MIX' an, {anyZ' k ZxM/yaMlZ' MIX' MZ' yaMlZ' X' Ut' V| j{ | xZ' Vh| | X' {aZ' ` jnUZ' a' HZ' , bjj' Z. UjnxZ' yZfZxMjI xZV| xtb' ` {aZk Zy' {axn| ` an| { {aZ' Vh| xyZ@2 Mjy' t' | j{ | xZ' MIX' t' | j{ | xZ' ° 1 X| y{ xZyS {aZ' b' {ZxMk/bml yMk' nI' ` ° XfZx{lyb' ` S < | Ujb' ? ZjM/lml yS 2 Mjy' 2 ZxM/MIX' 2 Mjy' t' | j{ | xZS < xnuMlMIXMl' 2 Mjy' 2 ZxM/MIX' 2 Mjy' t' | j{ | xZS' XfZx{lyb' ` 2 Ml bZy{Mlml yMIX' nK' Mlyb' 2 Mjy' t' | j{ | xZSMIX' ' Ml' < aZl nk Zl MlMIX' t' ZjZUXt' t' | j{ | xZ' b' 2 Mjy' t' | j{ | xZ' a' ° jj' n_ {aZk' MZ' {aZ' MZY' {aMl' | I XZxub' {aZ' {ZMab' ` n_ {abyVh| xyZ' uxntZV' a'

Year: 3; Main Areas of Study: CULTURE; MEDIA STUDIES

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5370050

PUBLICIDAD, CULTURA Y GENERACIÓN DE CONTENIDOS

Los cambios sociales que se vienen sucediendo durante la etapa posmoderna en la que vivimos actualmente han generado que nuestro ámbito profesional haya sufrido grandes transformaciones. De entre estos cambios, el mensaje publicitario ha sido una de las herramientas comunicativas que mayor desajuste ha recibido. La saturación de información, el surgimiento de las redes sociales, y la hibridación de las herramientas comunicativas, han supuesto entre otros, que el consumidor encuentre cada vez más difícil diferenciar la información de la publicidad. Esta asignatura estudiará cuales son esos nuevos formatos que han aparecido (hablamos de advertisement, product placement, cómic...) para hacer un estudio crítico acerca de dichas técnicas y cómo es su correcta implementación desde un punto estratégico. Se trata, por tanto, de una asignatura meramente estratégica que tendrá como eje central de estudio la marca y su contenido, estudiando éste último desde una perspectiva cultural como principal base para la aportación de valores de marca.

“¿G?A*3(\$! B1AB? ” “ 3ž 1 53A" 3Až "G" 15<2 " 3A”

AaZ ynVbYI VaMI Zy {aMI aMfZ {NIZI ujMIZ X| x0` {aZ uny{k nXZl y{MIZ`b` „ abla` Z jbfZ aMfZ`
 ` ZI ZxMZX` b` n| x` uxN Zyybnl NjI ZI fbnl k ZI {` aMf` | I XZx` nl Z` k Nlnx` {xMly`nXk Mlbnl y` k nl`
 {aZyZ` VaMI` Zys {aZ` MxfZx{byb` ` k ZyyMIZ` aMf` UZZI` nl Z` n` {aZ` Vnk k | I bMlbnl` {nnjy` {aMI` aMf`
 xZVZfZX` Mf` xZMZX` k byk MfVa` AaZ` yMf| xMlbnl` n` b` nXk Mlbnl` \$ {aZ` Zk` Zx` ZI VZ` n` ynVbYI Z` „ nxi yS
 MIX` aT` UxXb` Mlbnl` ` n` Vnk k | I bMlbfZ` {nnjy` aMfZ` aMf` Mf` MxZy| j{` {aMI` Vhl` y| k Zxy` b` X` k`
 b` VxZMf` jT` Xb` Mf| j{` {n` Xb` ZxZl {bMfZ` MxfZx{byb` ` xnk` b` nXk Mlbnl` aAalyVh| xyZ` „ ljj` Z. ujnXZ` „ aMI`
 MfZ` {aZyZ` I Z` „ nXk Mf` {aMI` aMfZ` MfuzMZX` j{Mf|` Nlh| {` MxfZx{byZk` ZI {S` uxX| V` ujMfZk` ZI {S`
 Vnk` by` aA` {n` k` MfZ` MfuzMfYf| Xf` n` {aZyZ` {Zval` bV` Zy` MfX` an` „ {n` uxnuZyT` k` ujZk` ZI {` {aZk`
 xnk` Mf` xMfZ` b` untb` {a` *` by` {aZxZ` nXZ` Mu| xZjT` y{xMfZ` b` Vh| xyZ` {aMI` „ ljj` y| Xf` UxMfX` MfX` k` y`
 Vhl` {ZI {yS` y| Xf` b` ` {aZ` jMfZx` xnk` Mf| j{` xMf| uZxyuZVf{bfZ` Mf` {aZ` k` Nb` UxMf` nX` {aZ` XZjbfZxT` n`
 UxMfX` fVf| Zy`

Year: 3;

Main Areas of Study: ADVERTISING; MEDIA STUDIES

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5370051

GESTIÓN DE MARCAS

Enseñanza del desarrollo de programas de identidad corporativa y la aplicación de estos en función de sus principales soportes técnicos. Traducción icónica de la identidad como objeto del diseñador. Principios simbólicos, estructurales, sinérgicos y universales de las compañías, sus signos de identidad.

¿? 3ž 2 ° 3 ° ("2 "3A

AZMwZy{aZ XZfZjnuk Zl {n_ VhxunxMZ'bxZI {t' un' xVt k ZyMIX{aZbx'ndujbMl'nl 'MMhxXb` {n' {aZ' uxó VauNt {ZVal bNt k ZXbM' Vhl b' {xMiyjMl'nl 'n_ bxZI {t' Ny' MXZybò l Zx' nUZV' @tk UhjòS y{x| V| xVjSytl Zx' b/MIX' | l bZxyNtuxó VaujZyn_ Vhk uMlZyMIX{aZbx'bxZI {b' b' ` k Ml' y'}

Year: 4; **Main Areas of Study: ADVERTISING**

Class Hours: 60 **Study Hours: 90** **ECTS: 6** **Course Code: 5370056**

COMUNICACIÓN POLÍTICA

Proporciona una base de conocimiento conceptual sobre la comunicación política; particularmente, en lo relativo a las relaciones entre medios de comunicación y política, y al universo de la publicidad y la creación de imagen políticas. Establece diferencias entre comunicación política, publicidad política, marketing político y propaganda. Analiza la campaña electoral: estudio y análisis del empleo de las formas y estrategias publicitarias por parte de la comunicación política actual. Estudio de los casos más recientes y notables.

<51*A1 ° 11 52 2 B31 ° A*53

<xnfBXy' Mvhl VZu{| Nt i l n, jZX' Z' UMjZ' nl ' unjkbNt Vhk k | l bMl'nl S uMx' b' jMj' t' xZ' Mxó ` ' xZjMl'nl yUZ{, ZZI {aZ' k ZXbMIX' unjkbNt MIX' {aZ' Mx' fZx' (yb' ` ;, nxj' MIX' {aZ' VxZMl'nl n_ unjkbNt' b' MZxt' AaZ' Xb_ Zxl VZyMz' Zy{Mj' b' aZ' XZ' UZ{, ZZI ' unjkbNt Vhk k | l bMl'nl SunjkbNt Mx' fZx' (yb' ` S unjkbNt k Ml' Z{b' ` MIX' uxnuMIXMIX' Zy{Mj' b' aZ' XZ' AaZ' ZjZV{nxj' Mx' uMò l ' by' Ml' Nt' yZ' X' | Xt' Ml' Ml' Nt' y' n_ {aZ' | yZ' n_ Mx' fZx' (yb' ` _nx' y' Ml' X' xMz' lzy' b' {nxM' y' unjkbNt Vhk k | l bMl'nl ' a' 3n{Mj' Z' xZVZl { VmJZ' y{ | Xlzy'}

Year: 4; **Main Areas of Study: ADVERTISING; POLITICAL SCIENCE**

Class Hours: 60 **Study Hours: 90** **ECTS: 6** **Course Code: 5370036**

DEONTOLOGÍA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN PUBLICIDAD

Introducción en cuestiones básicas de la filosofía práctica asociada al ámbito publicitario. Propuestas de planteamientos críticos para reflexionar sobre los discursos de la publicidad en

la sociedad actual. Manejo de los distintos documentos deontológicos de la profesión publicitaria facilitando métodos para un análisis de crítico de la publicidad.

"A) # @ 3ž @5! * 1?"@53@L *1AJ *3 ° ž G"?A*@3(.

{xnX| V{bnl {n' UvYV w\ Zy{bnl y'n_ uxW{bNjI ualñynua+ MlynMZX, k{a {aZ'NXfZx{byb` ; , nxjX^a f x{bNjI MluxnMwZy'NZ' uxunuyZX{n {ab i' Mh} { {aZ'Xbyh| xyZyn_ NXfZx{byb` b {nXM' y'ynMZ{+^a) MIXjb` fMm| y'NXfZx{byb` 'xZjMZX' Z{abV' XnV| k Zl {y' MIX' Mj{qM}b` k Z{anXy' _nx' Mv{bNjI Mllyly'n_ NXfZx{byb` ^a

Year: 4;

Main Areas of Study: ADVERTISING; ETHICS

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5370037

ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE LA COMUNICACIÓN VERBAL EN PUBLICIDAD Y DE LAS RR.PP.

Desarrollo de los mecanismos lingüísticos de los estudiantes para potenciar la creación de mensajes publicitarios. Como complemento al contenido icónico en la publicidad, se impulsa que el estudiante desarrolle sus estrategias discursivas verbales para crear un mensaje persuasivo adecuado a la estrategia de comunicación inmersa en las campañas publicitarias.

ž *@ 5B?@ @A?° A" (# @5' G"?Ł° 1f 52 2 B3f ° A*53 *3 ° ž G"?A*@3(.

ž ZfZjnu^b ` y{ | XZl {y'jb` | by{bV'k ZvaMibk y'n'y{xZl` {aZl {aZ' VxZMlbnl n_ NXfZx{byb` k ZyyMZY^a ž ZyukZ' {aZ' b' unX' MIVZ' n_ {aZ' b'hl b' vhl {Zl {n_ NXfZx{byb` \$ k' by' l ZVyyMx' _nx'y{ | XZl {y' {n' XZfZjnu {aZ' b' fZUNjI XbVh| xyZ' y{xMZ' bzy {n' VxZMZ' MuZxy| Mj{Z' k ZyyMZ {aM' by' b' jb' Z, k{a {aZ' Vnk k | l bMlbnl y{xMZ' + | l XZxub l b` {aZ' NXfZx{byb` Vxk uNbl ^a

Year: 4;

Main Areas of Study: LANGUAGE & LITERATURE

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5370038

TEORÍA DEL CONSUMO

Dota de una perspectiva global del comportamiento del consumidor en la sociedad actual, analizando los factores psicológicos, interpersonales y sociales de las conductas de consumo, así como el análisis del impacto de la publicidad y otras técnicas comerciales en la creación y/o difusión de dichos hábitos. Análisis del consumidor, decisiones y comportamientos de compra desde las diferentes perspectivas académicas y modelos interdisciplinares. Estudio crítico de

las estrategias comerciales aplicadas por las empresas para promover el consumo. Análisis de la evolución de los hábitos de consumo en función de los nuevos valores sociales, los estilos de vida, las aportaciones culturales de nuevos grupos sociales y la necesidad de responsabilidad social en las empresas.

153@B2 <A*53 A) "5?J

<nfBXZy MI' nfyZyAZ,, 'n_ 'vhl y| k ZX'UZaMfM| x' b' 'ynVZ{t' {nXMS MINjlyb` ' {aZ' uyt'Varjn' bMfS b' {ZxuZxynl Nj' MIX' ynVbJt_ Mf' nxy' b' fnj' fZX' b' 'vhl y| k u{bnl ' aMfky' MIX' MINjlyb' n_ {aZ' tk' uMf' n_ Nf' fZx' b' b' ' MIX' n' {aZx' Vhk k ZX' MfJt' {ZVal' bn' Zy' b' {aZ' VxZM' bnl' MIX' yuxZVX' yn_ {anyZ' aMfky' A' Mfj' y' {n' MINjlyb' 'vhl y| k ZyxS' XZV' b' bnl' y' MIX' U|' fb' ' UZaMfM| x' xnk' ' Xb' XzI' { Mf' VxZk' b' uZxyuZV' fZy' MIX' b' {Zx' b' Vb' j' b' Mf' k' nXZy' a' t' x' b' Mfj' y' | X' t' n_ 'Vhk k ZX' MfJt' y' {xMz' ' b' Zy' M' u' j' b' Z' X' U' t' U|' y' b' ZyyZy' {n' ZI' Vh| xMz' 'vhl y| k u{bnl' a' ' I' Nj' ly' b' n_ {aZ' Z' fnj' | {bnl' n_ 'vhl y| k u{bnl' ' aMfky' Mf' Vx' Xb' ' {n' I' Z,, ' ynVbJt' A' Mfj' Zys' j' b' Zy' {tj' ZyS' {aZ' V| j' | x' Mf' Vh| {x' b' | {bnl' y' n_ ' I' Z,, ' ynVbJt' x' n| uy' MIX' {aZ' I' Z' X' ' n' x' ynVbJt' x' Zy' unl' y' b' j' b' t' b' U|' y' b' Zyy' a'

Year: 4; Main Areas of Study: ADVERTISING; PSYCHOLOGY

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5370040

TEORÍA E HISTORIA DEL DISEÑO PUBLICITARIO

Aproximación a la historia del diseño gráfico y las principales teorías que fundamentan este campo artístico. Situada en un campo de estudio que recoge teoría y práctica, esta asignatura se presenta como base del área artística presente en el grado de publicidad y relaciones públicas. Su especificidad dota al alumno de conocimientos imprescindibles que le facilitarán el ejercicio creativo de su profesión.

A) "5?J ° 3ž) *@A5?J 5' ° ž G"?A*@3(ž"@ (3

?ZfAZ,, 'n_ {aZ' ab' (nxt' n_ ' x' V' ab' V' XZy' b' I' MIX' {aZ' k' N' b' {aZ' n' x' Zy' UZab' X' k' a' E' t' Vhk' U' b' b' ' {aZ' n' x' t' MIX' u' x' Mf' b' Mfj' y' | X' t' S' (ab' y' | U' ZV' ' b' y' u' x' Zy' ZI' {Z' X' Mf' {aZ' U' Mfj' y' n_ {aZ' Mf' b' y' b' u' Mf' n_ {aZ' " X' fZx' b' y' b' ' MIX' <? ' XZ' xZZ' ' Vh| xyZ' a' ' f' y' yuZV' b' b' k' t' Z' v' b' y' y' | XZI' {y' ,, k' a' " y' y' ZI' {b' j' y' i' I' n,, jZ' X' Z' ' n' x' ' | { | xZ' VxZM' fZ' ,, n' x' b' {aZ' b' x' u' x' n_ Zyy' bnl' a'

Year: 4; Main Areas of Study: ADVERTISING; ART DESIGN

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5370041

CEREMONIAL Y PROTOCOLO

Enseña a definir y transmitir la identidad organizacional propia a través del ceremonial y el protocolo, para analizar la identidad organizativa propia o ajena por la imagen percibida en los eventos y para proceder a la gestión de públicos organizacionales a través de los sistemas ceremoniales y de los códigos protocolarios.

1 " ? " 2 5 3 J " 3 ž " < ? 5 A 5 t 5 1 "

AZNVaZy y{ XZI {y {n' XZ_b Z' MIX' Vhl fZt' MI' nx' MIbMlml y' bXZI {t' {axn} ` a' VZxZk nl t' MIX' uxn{nVhjS {n' MINlyZ' MI' nx' MIbMlml y' n, I' bXZI {t' nx' {aM' n' Min{aZx' nx' MIbMlml' Ut' {aZ' t' MIZ' uZxVZbfZX' M' ZfZl {y' MIX' {n' uxnVZZX' {n' k' MIMIZ' nx' MIbMlml Nj' MlXtZl VZy' {axn} ` a' VZxZk nl bJlytyZk yMIXVhXZyn_uxn{nVhj²"

Year: 4; **Main Areas of Study:** ADVERTISING; POLITICAL SCIENCE

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370042

DIRECCIÓN DE CUENTAS

Introducción en los procesos de trabajo que se llevan a cabo para la planificación y gestión de la comunicación desde el departamento de cuentas de la agencia. El trabajo se abordará desde una doble perspectiva: Desde la Agencia de Publicidad, en la que el ejecutivo de la cuenta planifica las relaciones del cliente con la agencia y coordina a los diferentes departamentos y proveedores externos que intervienen en la campaña. Desde el anunciante, pues en el caso de las pequeñas y medianas empresas, es el propio anunciante quien debe hacerse cargo de la planificación de las acciones de comunicación de la compañía.

1 1 5 B 3 A 2 ° 3 ° (" 2 " 3 A "

1 {xnX} V{ml {n' {aZ', nx' uxnVZyyZy' b' fnj fZX' b' ujmll b' MIX' k' MIMl b' Vhk k | I bMlml' _xrk' MI' NxfZx{lyb' ` MZI Vt-y' MWh | {aMlXj b' ` XZuMk Zl {a' ° {, b' uxn' ` ZX' MluXnMá' by' {MIZl @_xrk' {aZ' NxfZx{lyb' ` MZI VtS, aZxZ' {aZ' NWh | {Z. ZV} {bZ' ujmly' {aZ' VjZl {y' xZjMlml y', tja' {aZ' MZI Vt' MIX' VhnXb' MZy' {aZ' fVlml y' b' an' yZ' XZuMk Zl {y' MIX' Z. {Zl Nj' y' uujZxy' b' fnj fZX' b' {aZ' Vh' uVb' I " MIX' _xrk' {aZ' NxfZx{lyZxy' fZ, unb' {Syb' VZ' M' M' @ " {aZ' bk' tzyZ, tji' aMfZ' {n' ujmll tén, I Vhk k | I bMlml' NxfZx{lyb' "

Year: 4; **Main Areas of Study:** ADVERTISING

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370043

COMUNICACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

Estudio de los nuevos lugares en los que se desarrolla el comercio y el ocio: grandes superficies, centros comerciales, etc. Interrelación entre consumo, ocio y espacio. Análisis de las diferentes técnicas de comunicación en el lugar de venta: escaparatismo, señalética y atención al cliente.

1522B31° A*53*3? "A° *1° ?" ° @

@/ Xt' n_ {aZ jMZY' xZ{N} MIX' jZby| xZ' yuWZy@atuZxk Mh Z{ySyanuub` VZI {ZxySZ{V' *1 {ZxxZjMZX' jbi y' UZ{,, ZZI` Vhl y| k u{bml S jZby| xZ' MIX' yuWZa' ° I Njlyy' n_ Xb_ZxZI {` <5@ Vhk k | I bM{bml {ZVal bn' Zy@, b Xn,, y'XxZyyb` Syb I MZ MIX V| y{nk ZxjZxfbVZa'

Year: 4; **Main Areas of Study:** ADVERTISING; MERCHANDISING

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370055

PRODUCCIÓN PUBLICITARIA

Conocimiento y comprensión de las funciones y objetivos del área de producción en empresas de comunicación. Análisis de la actividad publicitaria desde la óptica de la producción. Estudio de procesos, casos y sistemas de realización y producción desde diversas perspectivas estructurales. Esta asignatura se centra, sobre todo, en los conocimientos que rodean al departamento de producción de una agencia de publicidad, acercando así al alumnado al mundo empresarial.

° ž G" ?A* @3(` <?5ž Bf A*53`

Q n,, jZX Z' MIX' | I XZxy{MIXb` ` n_ {aZ` _| I V{bml y' MIX' nUfZV{bZy' n_ {aZ' uxnX| V{bml` XZuM{k ZI {` ,, ktab` Vhk k | I bM{bml` _bk y° ° I Njlyy' n_ {aZ' uxnX| V{bml` xZjMZX' MjuZV{y' n_ {aZ' MxfZx{byb` U| yb Zyy° @/ Xt' n_ XbzV{bml` MIX' uxnX| V{bml` uxnVZyyZyS VjZy' MIX' yty{Zk y` _xnk` XbfZxyZ' y{x| V| xVjtuZxyuZV{bZy° Aaby' y| UfZV{` nV| yZy MhfZ' Nj' nl` i I n,, jZX Z' n_ MI MxfZx{byb` MZI Vt' y' uxnX| V{bml` XZuM{k ZI {S{aZxZUt Uxb` y{ | XZI {yVjnyZx{ n_ {aZ' U| yb Zyy,, nxjXa'

Year: 4; **Main Areas of Study:** MEDIA STUDIES; ADVERTISING

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5370057

TENDENCIAS LITERARIAS EN LA CULTURA CONTEMPORÁNEA

Se revisan de forma general los conocimientos sobre las tendencias literarias adquiridos en etapas formativas anteriores centrándose en el estudio de los movimientos contemporáneos, estableciendo el periodo de inicio en la Generación del 98 y finalizando en la época actual. Se dará una visión global de los movimientos literarios de la época contemporánea.

1ª A? ? J A? " 3ž @*3 † 53A" 2 <5? ? J † B1AB?"

?Zfz,, 'n_ i l n,, jZx Z' nl ' jkZxMt' {xZl Xy' MWy bZx' X| xó` ' uxZftn| y' y(MZy' n_ {aZ' y| XZl {y- Zx| Vm|nl S_nV| yb` 'nl {aZ' y| Xt' n_ Vhl {Zk unxMt' k nfZk Zl {ySUZ' b l b` ,, ká {aZ' (Zl ZxM|nl ' n_ áá' MIX' Zl Xb` ,, ká {aZ' uxZyZl { XMa' ° l ' nfZyftZ,, 'n_ {aZ' jkZxMt' k nfZk Zl {y' n_ {aZ' Vhl {Zk unxMt' uZxóX,, k j' Njn'UZ` bZl 'a'

Year: 4;

Main Areas of Study: LANGUAGE & LITERATURE

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5370049

PUBLICIDAD EN SECTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES

Análisis de los aspectos fundamentales de la creación publicitaria en el Tercer Sector (Solidaridad) y de su relación con el mundo de la empresa. Estudio de las prácticas publicitarias de las ONG, sus formas de comunicar y cómo estas tienen una importante influencia en la imagen y el compromiso que la sociedad actual adquiere respecto a las situaciones en las que estas organizaciones trabajan.

° ž G" ? A* @3 (*3 A) " @5† * 1† "† 5352 † @† A5?"

° l Njtyy' n_ {aZ' i Zt' MyZV' y' n_ NxfZx|yb` ' VxZM|bZ,, nxi' b' {aZ' {Zx|bMt' yZV' nx' yn' jkZxMt' AMIX' k y' j b' i y' {n' {aZ' U| yb' Zy' ,, nx' X' a' @| Xt' n_ {aZ' NxfZx|yb` ' uxM|bZy' n_ 3(5y' MIX' {aZ' b' k ZMly' n_ Vhk k | l bM|b` S MIX' an,, {aZt' MZ' aM|b` ' Myb' l bMNI { Z_ZV' 'nl' tk MZ' MIX' {aZ' Vhk k k k Zl { k MZ' Ut' {nXMt' y' yn' VZ' {t' xZ' Mxó` ' {aZ' yk| M|nl y,, aZxZ' {aZyZ' nx' Nl bM|nl y' nuZxMIZ' a'

Year: 4;

Main Areas of Study: ADVERTISING; SOCIOLOGY

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5370052

Bachelor Tourism (TUR)

ECONOMÍA I

Introducción al análisis económico con especial referencia al turismo. Factores que condicionan la demanda y la oferta en el mercado. La empresa y la producción. Los costes en la industria turística. Tipos de mercados. Teoría de la distribución.

"I 5352 I @*

I {xnx| V{bml ' {n' Zvhl nk b' MIMlyty' ,, k{a' uM{b| jM{ xZ_ZxZI VZ' {n' {n| xlyk a' ' M{nxy' {aM' M_LZV' XZk MIX'MIX'y| uujt' nl ' {aZ' k M{ Z{^AaZ Vnk uM{t' MIX'uxnX| V{bml a' t ny{y'b' {aZ' {n| xlyk b' X| y{xt^a' Atuzyn_k M{ Z{y^AaZxt' n_Xly{xbl| {bml a'

Year: 1;

Main Areas of Study: ECONOMICS

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320001

ECONOMÍA II

Estudio de las principales macromagnitudes. El dinero y el sistema bancario. Política Fiscal y Política Monetaria. Inflación. Desempleo. Comercio internacional. Crecimiento y desarrollo económico.

"I 5352 I @**

@| Xt' n_ {aZ' k Mb' k M{kn'k MI k| XZy^ 2 nl Zt' MIX' {aZ' UNli b' ` yty{Zk a' AM'. MIX' k nl Z{M{t' unjb{t^a' j_Mbml a' BI Zk ujnTk ZI {^a' {ZxI M{bml Nj{XVXZ^ (xn, {a' MIX'Zvhl nk b'XZfZjnuk ZI {^a'

Year: 1;

Main Areas of Study: ECONOMICS

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320002

EL TURISMO EN EL MUNDO ACTUAL

Estudio del turismo como fenómeno esencial para entender la realidad actual en todos los espacios y sociedades del mundo. Muestra el carácter multidisciplinar del fenómeno turístico, con elementos de carácter social, económico, cultural, territorial, ambiental, etc. Igualmente

transmite las claves interpretativas que explican el actual momento de desarrollo de la actividad turística a nivel mundial. Analiza los distintos escenarios del turismo en las grandes regiones turísticas mundiales, tanto a nivel de oferta como de demanda, y los flujos existentes entre ellas.

A5B?*@ 3 A5z ° J @H 5?1z`

@| Xt'n_{n| xjk 'Mj' Mi ZyyZl {b|t'uaZl nk Zl nl '_nx'| I XZy{MIXb` {aZ V| xxZl {y|t| M|l'nl 'b' Nj| {aZ`
„ nxjX-y' yuNIZy' MIX' ynVZ{lzy' @n, y {aZ' k | j{b|y' M|j|b' M|t' I M| xZ'n_{aZ' {n| xjk 'uaZl nk Zl nl S
„ k|a' ynM|yS Zvhl nk b|S V|j{| x|yS {Zx|t'nx|yS Zl f|b|l k Zl {Nj| ZjZk Zl {yS Z{V' ° jyn' Vhl fZty'
b {Zxuz{M|bZ' Z. u|jM|M|l'nl y'_nx' {aZ' V| xxZl {` „ nxjX, bXZ' XZfZjnuk Zl {'_n_{aZ' {n| xjk 'U| yb Zyy'
° I Nj|tyZy{aZ' Xb ZxZl { {n| xjk' XZy{b' M|l'nl y'b {aZ', nxjX-y'k M|nx' {n| xjk 'xZ' b|l ySb {Zk y'n_Uh{a'
{aZ' y| uujt' MIX{aZ' XZk MIXSMIX{aZ' jn, y{aM|Z. b|f' UZ{, ZZl {aZk` a`

Year: 1; **Main Areas of Study:** TOURISM; GEOGRAPHY

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5320003

EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

Análisis de los conceptos de empresa y organización, en el contexto del turismo, acercando a alumno a la relevancia que tienen las empresas y organizaciones relacionadas con el turismo como sector principal de la economía española.

LB@3"@@ 3z A5B?*@ 5? (° 3L ° A*53@

° I Nj|tyZy'n_{aZ' Vhl VZu{y'n_U| yb ZyyMIX'nx' M|b|M|l'nl 'b {aZ' Vhl {Z. {'_n_{n| xjk SZ. u|jM|b' b` {aZ'
xZjZfM|VZ' n_U| yb ZyyZy' MIX' nx' M|b|M|l'nl y'_nx' {n| xjk 'Mj' Muxb' V|lNj| yZV{nx' b' {aZ' @uM|b|a'
Zvhl nk t`a`

Year: 1; **Main Areas of Study:** BUSINESS

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5320004

FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD

Contabilidad financiera aplicada al turismo. El Balance de Situación como representación del patrimonio. El resultado en las empresas turísticas. El proceso contable general. Análisis de los Estados Contables en empresas turísticas.

5320005

El curso tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes los conocimientos necesarios para poder evaluar las operaciones de inversión y financiación más usuales de las empresas turísticas, conocer las principales fuentes de financiación de las empresas, conocer los principales métodos de planificación financiera que les permitan optimizar sus recursos financieros. Posibilita la toma de decisiones de financiación e inversión, la detección de oportunidades para mejorar la situación económico-financiera-tributaria de la empresa y la ejecución de la planificación financiera en las empresas.

Year: 1; **Main Areas of Study:** BUSINESS

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5320005

INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS

Conocimiento de los instrumentos necesarios para poder evaluar las operaciones de inversión y financiación más usuales de las empresas turísticas, conocer las principales fuentes de financiación de las empresas, conocer los principales métodos de planificación financiera que les permitan optimizar sus recursos financieros. Posibilita la toma de decisiones de financiación e inversión, la detección de oportunidades para mejorar la situación económico-financiera-tributaria de la empresa y la ejecución de la planificación financiera en las empresas.

5320006

El curso tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes los conocimientos necesarios para poder evaluar las operaciones de inversión y financiación más usuales de las empresas turísticas, conocer las principales fuentes de financiación de las empresas, conocer los principales métodos de planificación financiera que les permitan optimizar sus recursos financieros. Posibilita la toma de decisiones de financiación e inversión, la detección de oportunidades para mejorar la situación económico-financiera-tributaria de la empresa y la ejecución de la planificación financiera en las empresas.

Year: 1; **Main Areas of Study:** ECONOMICS; BUSINESS

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5320006

MARKETING TURÍSTICO

Análisis de la función de marketing en la empresa, su evolución desde el marketing transaccional al actual marketing relacional. Se establecen los dos niveles básicos de marketing: Estratégico y Operativo y, dentro de este último, se hace un recorrido analítico pormenorizado por cada una de las 7 P's del marketing mix en el sector turístico.

A5B?*@ 2 ° ?O'A*3(.

° I Njtyby'n_{aZ`|I V{bnl`n_k Mii Z{b` `b` U| yb ZyySkýZfnj| {bnl`_xnk` {xMiyM{bnl` Njtk Mii Z{b`` {n` {aZ`xZjM{bnl` Njtk Mii Z{b``n`_{nXM^A, n`UMjVjZfZjyn`k Mii Z{b`` MZ`Zy{MjfbgZX@x{MIZ` b/MIX` nuZxM{bnl` NjSMIX`,, kfab` {aZ`jM{ZxSZMwa`n`_{aZ`à`<yn`_{aZ`k Mii Z{b`` k b.b` {aZ`{n|`xgk` jZV{nxly` MjNjtyZX`b` XZ{Mj^

Year: 1; Main Areas of Study: MARKETING

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5320007

PATRIMONIO CULTURAL ETNOLÓGICO

Analiza los recursos, productos y destinos turísticos etnológicos en España y Andalucía principalmente. Se incidirá en el estudio de la gastronomía, la artesanía, las fiestas, el folclore, las costumbres, la arquitectura tradicional y los paisajes culturales. En definitiva, aquello que conocemos como “cultura popular” y que presenta un gran interés turístico. Especial hincapié en el flamenco por su importancia como patrimonio intangible de la Humanidad por la UNESCO y como una de las industrias culturales andaluzas más importantes.

"A) 3515(1 ° 1f B1AB?° 1) "°?A" ("

° I Njtyzy` @uMb`y` Z{al`njn` bMj{`n|`xgk` `xZyn|`xZyS`uxnX|`V{y` MIX` XZy{b`M{bnl` yS` uM{b|`jMj{t` b` ° I`XNj|`yM` 1`V|`XZy` {aZ`y{`Xt`n`_`V|`byb`ZS` {xM{b|`bnl` Nj{`V{M{yS`VZjZUM{bnl` yS`_nji`jnxZS`V|`y{nk`yS` {xM{b|`bnl` Nj{`M{VatqZV|` xZ` MIX`V|`j{`|`xVj{`jMjXyM{uZy^` 1`yanx{SZfZxt{ab` `,, Z`xZ`Zx`{n`Mj`-unu|`jM{ V|`j{`xZ@`{aM|`by`n`_`yb|`bM{`b` {ZxZy`{`n`{n|`xgk`y^`HZ`,, bjj`ujMIZ`uM{b|`jM{`Zk`uaMjby`n|`{aZ` b` unx{MIVZ`n`_`jM{`ZI`Vh`Mj`MB3"@`5`b`{M|` bJZ`aZxqMIZ`MjyZ{`MIX`n|`Z`n`_` I`XNj|`yMj{k`M{nx` V|`j{`|`xVj{b`X|`y{xZy^

Year: 1; Main Areas of Study: ART; SOCIOLOGY

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5320008

PATRIMONIO CULTURAL HISTÓRICO Y ARTÍSTICO

Estudio del patrimonio histórico artístico como recurso turístico y como tipología del turismo cultural. Incidiremos en el contexto español y andaluz, concediendo especial interés a los recursos monumentales y museísticos, a la normativa vigente, al papel del IAPH y de la UNESCO en su difusión y protección y a la gestión de dicho patrimonio, en relación a la

confección de inventarios, a su puesta en valor e interpretación y a su promoción y comercialización

) *A5? * 1° 3ž ° ?A*AI f B1AB?° 1) "°*A° ("°

@| Xt'n_{aZ'Nk|b|b/MIX'ab|nxb|MaZx|MZ'Ny'M|n| x|k 'xZyn| xVZ'MIX' {tuZ'n_V|j| | xV|f|n| x|k 'a' 'n|y|b`'nl' {aZ'@M|ba' MIX'° | xV|f| y|b|'Vh| {Z. {SuM|b`'u|Nk|b|jM'k|Z| {b|' {n'k'nl' |k'Z| {y' MIX'k' |yZ|k'yS {aZ' xZjZfM|' xZ' |jM|b| yS {aZ' x|jZ' n_{aZ' * < } MIX' B3"@ 5' b' uxn{ZV|b` S k MIM|b` 'MIX'U| b|X|b` 'M| MZI Zyy'n_{ab'iaZx|MZS|b' xZjM|b|' {n' {aZ' x|M| b` |u'n_b'fZ| {n|xZyS nu|k' b|b` b|y'fV|f| Z'MIX' b' {ZuxZ{M|b| S'MIX'uxnk n{b` 'MIX'k' M| Z{b` b'a'

Year: 1; **Main Areas of Study:** ART; GEOGRAPHY
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5320009

TIPOLOGÍAS DE ESPACIOS TURÍSTICOS

Introducción en el estudio del medio para el desarrollo del turismo, su implantación y ordenación, así como los modelos y características de los espacios turísticos. Igualmente, diferenciar los espacios turísticos genéricos y los productos específicos de los territorios analizados. Enseña a buscar e interpretar la información existente respecto a destinos turísticos singulares.

AJ <"@5' 'A5B?*@ @° f"@

*| {xnX| V|b|' {n' {aZ' y|f| Xt' n_{aZ' Z| f|b| k'Z| { ' _nx' {aZ' XZfZjnuk Z| { ' n_{n| x|k S b|y' k' u|Zk Z| {M|b| 'MIX'ujM| b` S'My', Zj| M|f|{aZ'k' nXZjyMIX'VaM|M|Zx|y|b|y'n_{n| x|k 'yuM|Zy'° jyn' X|b_ZxZ| {b|M|Zy' UZ{, ZZ| ` Z| Zx|v' {n| x|k 'yuM|Zy' MIX' yuZV|b|v' yZ' k'Z| {y' nx' uxnX| V|y' b' {aZ' {Zx|f|n|xZy' y|f| X|Zx'a' AZM|aZy' y|f| XZ| {y' {n' _b' X' MIX' b' {ZuxZ{ b' _nk' M|b|' nl' 'yuZV|b|f| {n| x|k ' XZy{b' M|b| y'a'

Year: 1; **Main Areas of Study:** TOURISM; GEOGRAPHY
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5320010

ALEMÁN TURÍSTICO I

Iniciación al alemán como lengua extranjera aplicado a la vida cotidiana y, en especial, al ámbito del Turismo. Se trabajan a nivel A1 del Marco Común Europeo de Referencia de las

Lenguas las cuatro destrezas: comprensión (lectora y auditiva) y producción (escrita y oral). No se requieren conocimientos previos de lengua alemana.

(" ? 2 ° 3 * 5 ? A5B ? * @)

! {xnX| V{bnl } {n (Zk MI 'Ny' M_nxZbI ' jMI` | MZ' MuujbZX' {n' ZfZxtXM' jbz' MIXS uMk(b) jMjtS
 {n| xyk 'xZjMZX' Vhl {Z. {y' @| XZl {y' ,, nxi ' M' jZfZj' ° Ú' n_ {aZ' " | xnuZMI' t nk k nl ' ?Z_ZxZl VZ'
 ' xMk Z,, nxi ' b' Mj' _n| x' jMI` | MZ' yi bjj©xZNVb` ' MIX' jby(Zl b` ' Vhk uxZaZl ybnl ' MIX' ,, xq(Zl ' MIX'
 nxMjuxnX| V{bnl ' 3n' uxZfbn| yi l n,, jZX' Zn_(Zk MI ' by' xZVj' bZX'

Year: 2;

Main Areas of Study: LANGUAGE & LITERATURE

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320011

CONTABILIDAD PARA LA GESTIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO

Normalización y planificación contable en empresas turísticas. Estudio de los costes en la empresa: concepto, tipología y utilidad. Los modelos de asignación de costes: costes completos y asignación parcial. El modelo de costes USALI como herramienta de gestión hotelera.

° ! ! 5B3A*3(' 5? 2 ° 3° (" 2 " 3A*3'A) " A5B? * @ @ ! A5?'

@MIXVXbyMbnl ' MIX' ujMI b` ' n_ ' NMh| l {b` ' M' {n| xyk ' _bk y' @| Xt' n_ U| yb Zyy' Vhy' y' Vhl VZu{S
 {tuZ' MIX' | yZ_ | jI Zyy' t ny' ' Mj' nVMbnl ' k nXZjy©_ | jj' Vhy' y' MIX' uMk(b) jMjtS
 k nXZj' Mj' Van{Zj' k MIMZk Zl { {rnj' a'

Year: 2;

Main Areas of Study: BUSINESS

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320012

DERECHO PRIVADO DEL EMPRESARIO TURÍSTICO

Proporciona unas nociones jurídicas básicas que le permitan conocer y comprender el marco jurídico en que se desarrolla la actividad turística. Estudio de los aspectos más importantes del régimen jurídico-privado a que están sometidos los empresarios turísticos; las normas básicas de protección de los consumidores o usuarios de los servicios turísticos; los principios generales que condicionan el ejercicio del derecho de libre competencia en el mercado y los principales instrumentos jurídicos que se utilizan en el tráfico económico, prestando también especial atención a los contratos específicos del sector turístico.

<*G° A" 1° H ° 5? A5B?*@ £B@3" @' @

<xnfbXyUyVjZ° Nti l n,, jZX Z {n ZI MjZ y(| XZI {y{n UZ° NR bba,, kA° MIX° | I XZy{MIX° {aZjZ° Nj
xNk Z,, nxi° b° ,, abba° {aZ° {n| xok° U| yb° ZyyinuZxMZY° @| Xt° n {aZ° k ny{ tk unx{M| {° ZM| xZy° n_ {aZ°
uxb{MZ° jM| ° N° M| ° Zk ZI {y° {aM| ° nfZx° {n| xok° U| yb° ZyyZy° UYV° xZ° | jM| lni y° {n° unx{ZV°
Vhl y| k Zxy° MIX° | yZxy° n_ {n| xok° yZxy° bZy° {aZ° i Zt° uxb° VokjZy° {aM| M° ZV° {aZ° Z. ZxVjZ° n_ {aZ° xb° a{°
{n° xZZ° Vnk uz{ b° lni° n| ° {aZ° k M° Z° {° MIX° {aZ° k M° jZ° Nj° b° y{x| k ZI {y° | yZX° b° ZVhl° nk° b° {xM° b° S
uM° b° ` yuzVb° jM| ZI {b° lni° {n° yuzVb° Vhl° {xM° y° b° {aZ° {n| xok° yZV° nx°

Year: 2;

Main Areas of Study: LAW

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320013

DIRECCIÓN DE OPERACIONES EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS I

Organización de los procesos de producción en las operaciones turísticas, con especial incidencia en los establecimientos de alojamiento turístico. A tal fin, partiendo de la estructura básica de un establecimiento de alojamiento turístico, se identificarán unidades productivas, su función en los procesos productivos tendientes a prestar servicios a los usuarios y, por último, las operaciones básicas que en ellos se desarrollan.

5<"?° A*53@2 ° 3° (" 2 " 3A° 3° A5B?*@ 5? (° 3* @ A*53@*

5x° M| b° M| lni° n_° unx| V{b° lni° unxVzyyZy° b° {n| xok° nuZxM| lni° yS° nV| yb° ` uM° b° jM| j° n| ° {aZ° an{Zj°
yZV° nx° £Z° b| b° ` ,, kA° {aZ° UYV° y{x| V| xZ° n_° M° an{Zj° S° k° y° unx| V| bZ° | I k° y° ,, k° j° UZ° bZ° I {bZ° XS° {aZ° b°
x° jZ° b° {aZ° unx| V| lni° unxVzyyZy° {aM| unx° fbZ° yZxy° bZy° _nx| yZxy° MIX° b° Nj° t° S° {aZ° UYV° nuZxM| lni° y°
{aM| {MIZ° uj° VZ° b° {anyZ° | I k° y°

Year: 2;

Main Areas of Study: BUSINESS; TOURISM

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320014

DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

Análisis del concepto de Dirección de la empresa turística y de sus niveles. Estudio en profundidad los procesos de dirección: Planificación, Organización, Gestión y Control. Casos prácticos relacionados con empresas turísticas.

2° 3° ("2"3A" 3ž 5? (" 3* @ A*53'5' A5B?* @ ŁB@3" @ @

° I Njlyy' n_ {aZ' Vhl VZu{ ' MIX' jZfZjy' n_ {n| xgk 'U| yb Zyy' k MIMZk ZI {a' '1 XZu{a' y| Xt' n_ k MIMZk ZI {S ujMII b` S nx' MibMlbi S Nk b by{XVlbi ' MIX' Vhl {xnj' uxvZyyZy' <XV{bVjI VjZ' y| XZyjb i ZX{n{aZ{n| xgk yZV{nx'

Year: 2; Main Areas of Study: BUSINESS; TOURISM

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5320015

ESTADÍSTICA

Contiene la base teórica necesaria para un manejo ágil de los parámetros estadísticos que aparecen frecuentemente en el ámbito empresarial, la correcta interpretación de gráficas e informes específicos y su aplicación a la demanda de elaboración y presentación de datos. Está diseñada como estadística descriptiva aplicada al turismo, con un enfoque esencialmente práctico para su uso en la actividad laboral turística diaria, en sus múltiples vertientes. Igualmente, se prepara al alumno para que conozca los recursos tecnológicos e Internet, que posibilitan el acceso al conocimiento o búsqueda de información específica relativa al turismo. También se profundiza en el conocimiento de la hoja de cálculo Excel para calcular los estadísticos más frecuentes.

@° A* @A? @

† n| {Mby' {aZ' I ZVZyM{t' {aZnxZ{bVjI Uvlyy' _nx' yi b_|j' aMIXjb` ` n_ {aZ' k ny{ ' Vhk k n| jt' | yZX' y{Mly{bVjI uMvMk Z{Zxy' b' U| yb ZyySan,, {n' b' {ZuxZ{` ` xMlay' MIX' yuZVobV' xZunx{y' VhxZVjt' MIX' {aZb' MdujbMlbi' {n' {aZ' XZk MIX' _nx' {aZ' uxZuMlbi' MIX' uxZyZl {Mlbi' n_ XVMiž Zyb| ZX' Ny' XZYWu{bZ' y{Mly{bV' MdujbZX' {n' {n| xgk S,, k@a' M' ZyyZl {bVjI' uxM{bVjI MduxnMba' _nx' | yZ' b' 'Nj' MjuZV'y' n_ XVM' {n' XVM' {n| xgk ` , nx' a' ° jyn' uxZuMZY' y| XZl {y' {n' _Nk' bVlyZ' {aZk yZjfy' , k@a' {Zval njn' bVjI MIX' n| jb' Z' xZyn| xVZy' {n' Mv{bZ' i l n,, jZX' Z' MIX' nU{M' yuZVobV' {n| xgk 'xZjMZX' b' _nxk' Mlbi' a" . VZj yuxZVkyZZ{yMz Njyn| yZX' {n' VjM' jMz {aZ' k ny{ ' Vhk k n| jt' | yZX' y{Mly{bV' a'

Year: 2; Main Areas of Study: BUSINESS

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5320016

ESTRUCTURA DE MERCADOS

Estudio de los principales agentes que forman parte de la estructura del mercado turístico: alojamiento, transporte, restauración, etc. Análisis de la importancia y los efectos que el turismo tiene sobre la economía de un territorio. Igualmente, transmite las claves que permitan analizar la estructura de la oferta turística, estableciendo conclusiones. Por último, analiza el comportamiento de la demanda turística que llega a España, Andalucía y Sevilla desde distintos parámetros: origen, organización del viaje, gasto, etc.

2º "O" A/A? B/ AB?"

El Xt n_ {aZ i Zt M(nxy b fnjfZX' b {aZ y(x) V| xZ n_ {aZ {n| xyk k M Z{©MWhk k nXMlbnl S {xMiyunx(SVMZx b SZ{V° I Njlyb n_ {n| xyk y' b unx(MVZ MIX Z_ZVynl MZx(nxt yZVhl nk tª ° jyn XZYWbZy {aZ i Zty M(nxy nx MlNjlyb ` {aZ y(x) V| xZ n_ {aZ {n| xyk y| uujt MIX XxMj b ` Vhl Vj| ybnl yª b NjltSMlNjlyZy fVlbnl y Xb_ZxZl { uMNR Z{Zxy b fnjfZX' b an, {aZ {n| xyk XZk MIX Mx b b @NB S I XNj ybMIX @fjjZ UZaMZY @ujMZY n_ nxb b S nx MlyMlbnl n_ {aZ {xwS Z.uZl Xlq| xZSZV°

| | | | |
|------------------------|---|----------------|-----------------------------|
| Year: 2; | Main Areas of Study: BUSINESS; TOURISM | | |
| Class Hours: 60 | Study Hours: 90 | ECTS: 6 | Course Code: 5320017 |

FRANCÉS TURÍSTICO I

Se estudian los temas gramaticales correspondientes al nivel A1 del Marco Común Europeo de Referencia que permitirán al alumno empezar a desarrollar su capacidad comunicativa. Se trabajan contenidos como: expresiones más frecuentes para entender y para hacerse entender en francés, presentación personal y presentación de una 3ª persona (dar información sobre la edad, nacionalidad, profesión, sexo, descripción de una persona), conversación telefónica a nivel básico, situar un lugar en un plano, indicar direcciones, dar información sobre horarios de trenes, de apertura y cierre de establecimientos y de monumentos; búsqueda e interpretación de la información contenida en documentos turísticos a nivel básico, expresar su opinión, contar hechos pasados, entre otros; preparación de un programa de animación en francés, conocimientos de guías turísticos en esta 2ª lengua y de redacción de circuitos turísticos.

' ?" 3f) * 5? A5B? * @

(xM k M {nubly VhxxZyunl Xb ` {n 2 t " ? jZfZj U MZ y| XZXS Zl Njlb ` y| XZl {y {n UZ b {n XZfZjnu {aZbx Vhk k | l bMlfZ' yi ljjyª t nl {Zl { b Vj| XZY© {aZ k nyf xZwZl { Z.uZybnl y nx | l XZxy(MIX b VjNjyk MZY MIX UZb ` | l XZxy(nnx' b " xZl Va VjNjySan, {n b {nx| VZ tn| xyZl MIX ynk Znl Z' ZjyZ' e bfb ` b_nxk Mlbnl Nbnl { MZS l Mlbnl NjltS un_Zybnl S yZ.. MIX uatybNjT XZYWbZybnl S {ZZuanl Z Vhl fZxyMlbnl y Ml MfZxt ZjZk Zl {Ntt jZfZjS_b Xb ` ujMZY nl Ml MlS

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320020

TERRITORIO, TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE

Estudio de la relación que se establece entre el territorio y las actividades de carácter turístico que se desarrollan en el mismo, analizando los aspectos territoriales y medioambientales del turismo desde la perspectiva de la sostenibilidad. Se dota al alumno de los conocimientos necesarios para abordar la planificación territorial desde la sostenibilidad.

A"??*A5?J\$A5B?*@ ° 3ž @B@° *3° Ł1" ž "G" 15<2 " 3A`

@| Xt`n_{aZ`jb i yUZ{, ZZI` M{Zx{nx} MIX`{aZ`{n| x}k` M{b{f}Zy`{aM|`{MIZ`ujMIZ`{aZ`ZSMIM}tyb` .
{aZ``{Zx{nx}M}I` MIX` ZI` fbnl k ZI` {N}I` MjuZV`y` n_{n| x}k` ` _xnk` `{aZ` fZ,, unlb`{`n_{y| y{N}b` M{b}t`a`
@| XZI` {y`MZ` Zv` buZX`,, k{a` {aZ`i l n,, jZX` ZI` ZVZyM}t` {n`| I` XZ`MIZ`{Zx{nx}M}I`ujMII` b` `,, k{a` M
y| y{N}b` M{b}t`+`U`VjZX` M{u}x`N}a`

Year: 2;

Main Areas of Study: ECOLOGY; GEOGRAPHY

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320021

ALEMÁN TURÍSTICO II

Ampliación de conocimientos de alemán como lengua extranjera aplicado a la vida cotidiana y, en especial, al ámbito del Turismo. Se trabajan a nivel A1+/A2 del Marco Común Europeo de Referencia de las Lenguas las cuatro destrezas: comprensión (lectora y auditiva) y producción (escrita y oral). Se requieren conocimientos previos de lengua alemana (A1).

("?2 ° 3 ** 5? A5B?*@`

' | x{aZ`i l n,, jZX` Z`n_{ Zk` MI` M}M`nxZb l` jMI` | MZ` M{u}jZ`X`{n` ZfZxtXM` j}bZ` MIX`SuM{b} jM}t`S
{n| x}k` a` @| XZI` {y`,, nxi` M}jZfzj` ° Úb} Ú`n_{aZ`{ nk k nl` "" | xnuZMI` ?Z`ZxZI` VZ`" x}k` Z,, nxi` b` M}j`
_n| x` y| k}y`@`xZ`N}b` ` MIX` j}b{ZI` b` ` Vhk` uxZaZI` ybn` ` MIX`,, x{Zi` ` MIX` nxM}I` ux}X| V{bnl` a` @nk` Z`
uxZfbn| y| i l n,, jZX` Z`n_{ Zk` MI` b}xZv` bZ`X` jZfzj` ° ÚA`

Year: 3;

Main Areas of Study: LANGUAGE & LITERATURE

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320022

ANÁLISIS GEOGRÁFICO DEL TURISMO EN ANDALUCÍA

Aproxima al alumno a los principales rasgos caracterizadores de la geografía andaluza, extrayendo conclusiones acerca de las potencialidades de ésta en relación al turismo. Muestra las pautas de distribución de las actividades turísticas en Andalucía y los principales problemas, desde el punto de vista territorial, del turismo en Andalucía, así como las propuestas de solución detectables.

("5(? ° <) * 1 ° 1 ° 3 ° 1 U @ @ 5 ' A5B ? * @ * 3 ° 3 ž ° 1B @ ° ·

ž ZyWbUzy {aZ' k Nb ' VaMIMZxyb ` ` Zn` xMabMjT_ZM| xZy' n_ ° I XY| yb\$ XxM| b ` Vh| V| ybn| y M|h| { {aZ' xZ' bn| y' unZl {b|jT ,, b|a' xZ' Mx' {n' {n| xyk a' @n,, y' an,, ' {n| xyk ' by' Xb|Xb| {ZX' b' ° I XY| ybMIMX {aZ' k Nb ' unUjZk y' MZXUt' {n| xyk ' b' {ab| {Zx|b|nxt M|X'XZ{ZV|MjZ ununymjy {n' ynjfZ {aZk a'

Year: 3;

Main Areas of Study: GEOGRAPHY; TOURISM

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320023

DERECHO ADMINISTRATIVO DEL SECTOR TURÍSTICO

Conocimiento del marco legal regulador de las actividades turísticas mediante el estudio del régimen jurídico-administrativo de aplicación a los establecimientos y servicios turísticos y de la actividad administrativa de ordenación, fomento, promoción de los recursos turísticos y de supervisión de las actividades turísticas.

° ž 2 * 3 * @A? ° A*G" 1 ° H * 3 A" " A5B ? * @ @ 1 A5 ? ·

O n,, jZX Z' n_ {aZ' xZ' |jMnxt' jZ' Mj' xMk Z,, nx' _nx' {n| xyk ' Ut' y| Xt|b ` ` {aZ' jZ' Mj' M|X' Mxk b by' Xb|Z' MxMI' Zk Zl {y' ,, ab|a' MZ' M|ujb|MjZ {n' {n| xyk ' Zy' M|j|b|ak Zl {y' M|X' yZx|b|ZySMj' ,, Zjj' Mj' M|bnl ' Ut' {aZ' M| {anx|b|Zy' {n' ujM|SXZfZjnu' M|X' unxk n{Z' {n| xyk ' xZyn| x|Zy'M|X' y| uZx|b|Z' {n| xyk ' xZjMZX'M|b|b|Zy'a'

Year: 3;

Main Areas of Study: LAW

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320024

DIRECCIÓN DE OPERACIONES EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS II

Organización de los procesos de producción en las operaciones turísticas, con especial incidencia en los establecimientos de alojamiento turístico. A tal fin, partiendo de la estructura básica de un establecimiento de alojamiento turístico, se identificarán unidades productivas,

su función en los procesos productivos tendientes a prestar servicios a los usuarios y, por último, las operaciones básicas que en ellos se desarrollan.

5<"?° A*53@2 ° 3° ("2 "3A*3'A5B?*@ 5?(° 3*@ A*53@**

5x MlbMlml 'n_uxnX| V{tml 'uxnVzyZy' b {n| xyk 'nuZMlml yS_nV| yb` 'uM{bV| jMjt' nl {aZ'an{Zj' yZV{nx° LZ' bI b` , kã {aZ UMjV' y{x| V| xZ'n_Man{ZjS{kyuxnX| V{bZ'| I kã, , kj'UZ' bZI {bLZXS{aZbx' xnjZ' b {aZ'uxnX| V{tml 'uxnVzyZy' {aM'uxnfbXZ' jZyfbVZy'_nx| yZxy'MIXS_b Nj|tS{aZ'UMjV'nuZMlml y {aM' {MIZ'ujMIZ' b {anyZ'| I kãª

Year: 3;

Main Areas of Study: BUSINESS; TOURISM

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320025

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

Herramienta de trabajo necesaria para directivos en la toma de decisiones de las organizaciones turísticas. La dirección estratégica añade valor, tanto a las organizaciones como a las personas que la desarrollan. Hoy día se constituye como ventaja competitiva, frente a las organizaciones que no son sensibles a este tipo de herramienta directiva.

@A?° A" (# 2 ° 3° ("2 "3A'5' A5B?*@ 5?(° 3*@ A*53@

° · XZVytml 'k Mlb` ` , nxi` {nnj` I ZZXZX' Ut' Z. ZV| {bZy' b` {n| xyk` nx MlbMlml yª @xMZ' bV' k MIMZk ZI {`NXy' fVj| Z' I n{` nl jt`_nx'nx MlbMlml y U| {`Mjn`_nx {aZ'uznujZ' , an` , nxi` {aZxZª AnXM' kã xZuxZyZi {y' M Vhk uz{kbZ' NXfMI{MIZ' Vhk uMZX' , kã' nx MlbMlml y {aM' MZ' I n{ yZi ykbZ' {n{aby' {tuZ'n_Z. ZV| {bZ' {nnjª

Year: 3;

Main Areas of Study: BUSINESS

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320026

FRANCÉS TURÍSTICO II

Estudio de la lengua francesa enfocada totalmente al turismo. Se desarrollan contenidos como: identificación de los actores del mundo turístico y sus funciones; Entrevistas de trabajo; Cómo trasladar información profesionalmente; Redacción de cartas comerciales; Cómo informar sobre horarios, medios de transporte, información útil contenida en los billetes, creación de un producto turístico y su presentación, preparación de un programa de animación turística;

Proceso de reserva y anulación de reservas; Cómo dar a conocer un destino, recomendaciones útiles de viaje, usos, costumbres, consejos sanitarios y de higiene.

' ?" 3f) ** 5? A5B? * @ ' .

@| Xt'n_ ' xZl Va_nV| yb` Vnk ujZ{Zjt'nl {n| xgk a" | x{aZx` xVt k MlbnYti l n,, jZX Z'by' b {xnX| VZX' {n' MXX' {n' {aMl' MlW' bZX' {aZ' uxZf' b| y' tZM' t' nl {Zl { ' b V| XZy' bZl {b' f' b` ' Ml' nxy' b' {aZ' {n| xgk ' ,, nxjX' MIX' {Nj' b` ' Ml' h| {ZM' b' n_ {aZ' b' _| l V' l' b' l y' ' h' mU' b' {Zy' f' Z,, y' ' an,, {n` b' Z' b' _n' k M' l' b' ' M' uxn' Zyy' b' l Nj' ,, M' ' X' M' l' b' ' U| y' b' Zyy' xZv' y' z' jZ' {Zy' ' j' b' f' b' ` b' _n' k M' l' b' ' Ml' h| { ' b' k Z' {M' j' Z' y' M' iX' nuZl b' ` an| xySk ZMl' y' n_ {xMl' y' unx' S| yZ' _j' b' _n' k M' l' b' ' Vh' l {N' b' Z' X' n' l' {b' l Z' {y' S' v' Z' M' l' b' ` M' l' n| xgk ' uxnX| V' l' M' iX' i' l n,, b' ` an,, {n' uxZyZl {t' ' uxZu' M' l' b' ` M' l' n| xgk' ' Zl {Z' X' N' b' k Zl {uxn' xVt k Z' ' k M' l' b' ` M' iX' V' M' iV' z' j' j' b' ` U' h' n' i' b' ` y' ' u| U' j' b' b' y' b' ` M' l' n| xgk ' XZy' b' M' l' b' l S| yZ' _j' N' x' f' b' Z' n' l' {xM' f' Z' j' S' a' M' l' b' y' S' V' l' y' {nk y' M' iX' a' Z' N' j' a' M' iX' y' M' Z' {t' N' x' f' b' Z' a' .

Year: 3;

Main Areas of Study: LANGUAGE & LITERATURE

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320027

GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS EN EL SECTOR TURÍSTICO

Introducción a la función de gestión de recursos humanos en las empresas turísticas, ofreciendo una visión general de los diferentes procesos vinculados a la gestión de personas: Análisis, descripción y valoración de puestos de trabajo, reclutamiento, selección y evaluación de personal, gestión por competencias, comunicación y motivación.

) B2 ° 3' ? " @ 5B? t " @ 2 ° 3 ° (" 2 " 3A * 3 A) " A5B? * @ @ t A5? ' .

* l {xnX| V' l' b' l' {n' {aZ' _| l V' l' b' l' n_) ? 2 MIMZk Zl { ' b' {n| xgk ' _b' k yS` b' f' b' ` Ml' ' n' y' Z' y' f' Z,, ' n_ {aZ' ' f' l' b' l' y' uxn' V' z' y' y' z' y' xZj' M' Z' X' {n' uZ' x' y' n' l' l' Z' j' k MIMZk Zl {© MIMl' h' y' b' S' XZy' M' l' b' l' M' iX' M' j' y' Z' y' k Zl { ' n_ ' h' mU' y' S' xZv' l' k' k Zl {S' y' {M_ y' Z' j' Z' V' l' b' l' ' M' iX' M' j' y' Z' y' k Zl {S' y' i' b' j' y' k MIMZk Zl {S' V' h' k k | l' b' M' l' b' l' ' M' iX' k n' {b' f' l' b' l' a' .

Year: 3;

Main Areas of Study: HUMAN RESOURCES

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320028

INGLÉS II PARA TURISMO

Desarrolla las 4 destrezas básicas: leer, escribir, hablar y escuchar. Dirigida a estudiantes que necesitan el idioma inglés para la comunicación profesional en hoteles y en toda la industria

turística. Diseñada para trabajar con estudiantes monolingües o para una clase multilingüe. Se diseñan estrategias de comunicación efectivas en entornos profesionales tales como escribir una carta de presentación, asistir a una entrevista de trabajo, preparar una presentación, comparar hoteles, atender a posibles quejas, aconsejar, hacer reservas telefónicas, recibir y enviar correos electrónicos, recomendar lugares turísticos, hacer check-in, recomendar lugares turísticos para comer y hablar de tradiciones. Estudio de la gramática, las habilidades, el vocabulario, y la fonética.

"3(1* @ ** 5? A5B? * @ "

ž ZfZjnuy {aZ_n| x UMjV yi ljjy žZNVb` S,, xqtb` SyuzNtb` MlX'jbyZI b` A'1 {ZI XZX_nx'y| XZI {y
 „ an' l ZZX' "l` jba' _nx uxn_Zyytvl Nj Vhk k | l bMl' u| xunyZy' b` an{Zjy' MlX' {axn|` an| { {aZ'
 {n| xyk' b X| y|xt^a ž Zyb l ZX' n,, nxi ,, k'a' k ni njb` | Njy| XZI {ynxMk | j{tb` | NjMjy^a " _ZVbZ'
 Vhk k | l bMl' y{xMZ' lzyNz' {aZx_nz' XZyb l ZX' b` y| Va' uxn_Zyytvl NjZl fbnl k Zl {yNj,, xqtb`
 MjZ{{Zx'n_b {xnX| V{tvl S` nb` _nxMmU'b {ZyfZ,, SuxZuMtb` MuxzyZl {Ml'nl S'Vhk ulVb` an{ZjyS
 XZjtb` ,, k'a' Ml' Vhk ujnVb {yS` bfb` NxfbZSk Nl'b` {ZjZuanl Z'Unni b` ySxZVZbfb` MlX'yZl Xb`
 Zk MjyS xZVhk k Zl Xb` {n| xyk' ykZyS VaZV b` b S xZVhk k Zl Xb` y| k' MjZ' xZyMl' xMl' y' _nx'
 {n| xkyS MlX' {Nj' b` Mh| {jnVj' {xVktvl y^a ,, MZl Zyy' n_ {aZ' y| XZI {y' n,, l' jMI' | MZ' by'
 XZfZjnuZX' fMlMl' b {Z' xMZX' V| xtb| j| k' {aMl' nV| yZy' n' y| Xt b` `` xVt' k MjyS ljjyS fbnVWl| jMl'
 MlX'uanl Z{by^a

Year: 3;

Main Areas of Study: LANGUAGE & LITERATURE

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320029

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

Introduce al alumno en los procesos básicos de búsqueda, registro, procesamiento y análisis de la información comercial y de soporte a las decisiones de marketing tanto desde el punto de vista de la gestión de destinos, como desde el punto de vista de empresas de servicios turísticos o complementarios.

2 ° ? O' A? " @ ° ? f) " 5? A5B? * @ "

1 {xnX| Vz'y| XZI {y' n' {aZ' UMjV uxnVZyyZy' _nx'yZNVab` SxZVhxXb` SuxnVZyyb` MlX' MlNjlyb`
 U| yb Zyy' b _nx' Ml'nl MlX' y| uunx' _nx' k Ml' Z{b` XZVytvl 'k Nl'b` S_xnk' {aZ' fZ,, untb {n' Un{a'
 xZynx' k MlMZk Zl {MlX' {n| xyk' nxMl' . ljbVt' b'k y^a

Year: 3;

Main Areas of Study: MARKETING

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320030

POLÍTICAS PÚBLICAS EN EL SECTOR TURÍSTICO

Partiendo de la actual estructura de la Administración Pública del Turismo en España se describen los distintos ámbitos competenciales en materia de Turismo, correspondientes a la Administración Central, Autonómica y Local. Se describen igualmente las distintas estructuras orgánicas correspondientes a dichas administraciones y se analizan las políticas turísticas desarrolladas en España en la última década del siglo XX y primera del siglo XXI, así como los actuales planes estratégicos en materia de Turismo. Análisis de las políticas turísticas que desarrollan determinadas organizaciones en el ámbito supranacional.

<BL1# <51# J *3 A) " A5B?*@ @f A5?`

ÉZ` b l b ` , kã {aZ` V| xZI {` y{x| V| xZ` n_ {n| xgk` b` {aZ` u| UjBv` yZV|nx` b` @uMò S {aZ` Xb` Zxò` ` xZyuñl` yUjBv|Zy` _nx` {n| xgk` n_` VZl {xV|S`xZ` bñl` Mj` Mj` X` jñ` Vj` T` n` fZx` k` Zl {` MZ` XZy` Mò` ZXS` {n` Z {aZx` , kã {aZ` Xb` ZxZl {` nx` Ml` Bv` y{x| V| xZy` VhxZyuñl` Xb` ` {n` {anyZ` Ml` {anx` kZy`" b` Nj` T` S {aZ` Z` fñj| {bñl` n_` {n| xgk` unjBv` t` b` @uMò` yb` VZ` {aZ` ÚããÚy` by` Ml` Mj` T` yZXS` Mj` , Zj` Mj` V| xZI {` y{xMZ` b` UjMly` _nx` {n| xgk` ^An| xgk` unjBv|Zy` XZ` fZjnuZX` Ml` Mj` ux` Ml` Ml` bñl` Mj` Z` fZj` MZ` Mj` n` y|` XbZx` ^

Year: 3; **Main Areas of Study:** POLITICAL SCIENCE
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5320031

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Introduce a los alumnos en las herramientas informáticas empleadas en la nueva sociedad del conocimiento y en su aplicación a los diferentes servicios informatizados con objeto de formarlos para la gestión y administración de empresas turísticas mediante el uso de internet, redes sociales y paquetes informáticos comerciales (Excel, PowerPoint, Project, etc.).

*3' 5?2 ° A*53` ° 3ž f 52 2 B3# ° A*53 A" f) 3515(*"@

{xnX| VZy`y| XZl {y` {n` {aZ` # A` {nñjy`| yZx` b` {aZl` Z,` il` n,` jZx` Z` ynVZ` {f` Mj` X` {aZb` Ml` UjBv|Zy` Ml` b` Xb` ZxZl {` Vñk` u| {Zx` bZx` yZy` fVZy` S` {n` {xMò` {aZk` _nx` k` Ml` MZk` Zl {` Mj` X` Mj` k` b` by` {xMl` bñl` ` xñjZy` b` {n| xgk` _bk` y` # V| XZy`| yZ` n_` {aZ` # {Zx` Z` {Syn` Mj` T` 3Zl,` nxi` y` Mj` X` Vñk` k` Zx` Mj` T` yn` _{,` MZ` u` Ml` Mj` Zy` ž` . Vj` S` < n,` Zx` n` b` {S` < nñZ` V` S` Z` V` A`

Year: 3; **Main Areas of Study:** COMPUTER SCIENCE
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5320032

AMPLIACIÓN DE ALEMÁN

Amplía y perfecciona los conocimientos de alemán con especial atención a la profundización en el vocabulario de gestión turística y temas de la cultura y civilización alemanas, relevantes para la comprensión de la expresión lingüística. Los contenidos se estructuran en módulos que llevan como hilo conductor temas relacionados con el turismo y con la cultura alemana que funcionan como eje central para la mejora de las 7 destrezas: expresión oral, expresión escrita, comprensión auditiva, comprensión de lectura, comprensión audiovisual, interacción oral e interacción escrita.

'B?A) "'? ("?2 ° 3'

". {ZI Xy MIX' b Z' i l n, jZX Z' MIX' bZ' b' uxZ' f' t' N' y' S' n' V' y' b' u' l' V' j' n' j' t' n' l' Z. {ZI Xb' {n| x' y' k' 'y' u' Z' v' b' f' n' V' W' j' n' V' t' MIX' {nubly xZ' j' MZ' {n' (Z' k' M' i' V' j' | xZ' MIX' V' f' f' y' M' t' n' l' {a' M' i' N' Z' x' Z' j' A' M' i' {n' x' {aZ' V' h' k' u' x' Z' a' Z' i' y' t' n' l' 'n' j' b' | b' y' (b' V' Z. u' x' Z' y' t' n' l' ° A' a' Z' V' h' l' {Z' i' {, l' j' j' 'U' Z' y' x' | V' | xZ' b' k' n' | j' Z' y' , l' s' a' {aZ' V' h' k' k' n' l' {a' x' Z' N' k' n' {n' | x' y' k' 'MIX' (Z' k' M' i' V' j' | xZ' ° A' a' Z' y' Z' {nubly' n' x' k' {aZ' U' V' y' 'n' x' t' k' u' x' f' b' ° {aZ' y' Z' f' Z' i' y' i' l' j' j' y' n' n' x' V' j' t' MIX' , x' s' {Z' i' Z. u' x' Z' y' t' n' l' S' n' x' V' j' t' MIX' , x' s' {Z' i' V' h' k' u' x' Z' a' Z' i' y' t' n' l' S' M' i' X' t' n' f' y' | j' V' t' V' h' k' u' x' Z' a' Z' i' y' t' n' l' S' n' x' V' j' t' b' {Z' x' V' t' n' l' 'MIX' , x' s' {Z' i' b' {Z' x' V' t' n' l' °

| | |
|------------------------|---|
| Year: 4; | Main Areas of Study: LANGUAGE & LITERATURE |
| Class Hours: 60 | Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5320033 |

ANTROPOLOGÍA DEL TURISMO Y GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL ETNOLÓGICO

Formación en los conocimientos y competencias fundamentales para la gestión del patrimonio etnológico, material e intangible. Se estudian los instrumentos teóricos y metodológicos adecuados para la gestión sostenible e integral del patrimonio cultural en contextos turísticos específicos, desarrollando los aspectos claves de la gestión patrimonial: metodología para la identificación, clasificación y evaluación del estado del patrimonio, técnicas de presentación, activación y difusión, y estrategias de planificación del patrimonio cultural.

° 3A) ?5<515(J 5' A5B?*@ °° 3ž '2 ° 3° ("2 "3A5' A) " "A) 3515(1 ° 1f B1AB?° 1) "'?A° ("'

AxVb b' b' U' V' y' i' l' n, jZX Z' MIX' y' i' l' j' j' y' n' x' k' M' i' M' i' b' ° Z' (a' l' n' j' n' b' V' y' S' k' M' Z' x' b' j' t' MIX' b' {M' i' b' j' Z') Z' x' s' M' i' Z' ° u' x' n' u' x' t' M' Z' {aZ' n' x' Z' {b' V' j' t' MIX' k' Z' {a' n' x' n' j' n' b' V' y' t' b' y' x' | k' Z' i' {y' N' Z' y' | X' b' Z' X' n' x' y' | y' (M' b' M' i' j' Z' S' b' {Z' x' M' Z' X' k' M' i' M' i' Z' k' Z' i' {n' {aZ' V' j' | x' V' j' a' Z' x' s' M' i' Z' b' 'y' u' Z' v' b' f' n' | x' y' k' 'V' h' l' {Z. {y' S' Z. u' j' n' x' b' ° {aZ' i' Z' t' 'N' V' n' x' y' b' ° aZ' x' s' M' i' Z' k' M' i' M' i' Z' k' Z' i' {° k' Z' {a' n' x' n' j' n' t' 'n' x' b' Z' i' {b' t' b' ° S' V' j' M' y' b' t' b' ° 'MIX' M' y' Z' y' t' b' ° {aZ' V' h' l' X' s' t' n' l' 'MIX' y' (M' i' y' n' {aZ' aZ' x' s' M' i' Z' S' {Z' v' a' l' b' y' Z' y' n' x' u' x' Z' y' Z' i' {M' t' n' l' S' M' i' l' g' r' M' t' n' l' 'MIX' M' i' N' Z' i' Z' y' y' U' | b' x' b' ° S' M' i' X' u' j' M' i' b' ° y' (x' M' i' Z' l' z' y' n' x' {aZ' V' j' | x' V' j' a' Z' x' s' M' i' Z' °

Year: 4; **Main Areas of Study:** SOCIOLOGY; ART

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5320036

ARTE Y TURISMO CULTURAL

Profundiza en el conocimiento y la puesta en valor de las principales corrientes artísticas de la humanidad, desde la prehistoria hasta nuestros días, y los monumentos y obras más representativas de las mismas, dado que muchos de ellos, por sí solos o en conjuntos arquitectónicos o museísticos, constituyen la base turística más sólida de muchos países y de innumerables ciudades. Es, por lo tanto, imprescindible esta formación sobre el mundo del arte para comprender y promocionar el denominado turismo cultural.

° ?A] 1 B1AB?° 1A5B?*@`

1`XZu{a`i l n,, jZX Z`MIX`xZMyZyyk ZI {`n`a|k MIk t`y`k Mb`Mk{b`V} xZI {y`_xrk`uxZab{nx t`{n`
{aZ`uxZyZl {`XMSMIX`{aZ`k ny{`xZuxZyZl {Mb`Z`k nl |k ZI {y`MIX`,, nxi ySk MI t`n`,, abba`» Zk{aZx`
Njhl Z`nx`My`uMk`n`MakZV| xYl`nx`k |yZ|k`Vnk`ujZ`Zy`»`Vhl`y{k|Z`{aZ`k ny{`ynjbx`UMYZ`_nx`
{n|`xyk`b`k`MI t`Vh|I {xZy`MIX`Vh|I {jZyy`VqZy`Aaly`{xMb`b`b`{aZ`Mk`,, nxjX`by`{aZx`_nxZ`
ZyyZl {bYl`_nx|I XZxy{MIXb``MIX`XZfZjnub``Vj{j|`xYl`{n|`xyk`a`

Year: 4; **Main Areas of Study:** ART; TOURISM

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5320037

CREACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

Da una visión de la problemática del emprendedor centrándose en los aspectos clave de la generación, valoración y selección de ideas empresariales. Aborda el análisis del contenido del proyecto de empresa que todo emprendedor debe desarrollar profundizándose en los distintos planes que lo configuran y en las principales decisiones estructurales y funcionales. En el desarrollo de la asignatura se pone énfasis en aquellos puntos esenciales para la correcta puesta en marcha de la idea empresarial desde las diferentes perspectivas que ofrece el sector turístico y se llevará a cabo el diseño y desarrollo de un plan de negocio.

@AA*3(B<° A5B?*@` LB@3"@@

° I`nfZx{AZ,, `n`{aZ`byy| Zy`_MZX`Ut`ZI {xZuxZl Z| xyS`_nV| yb``nl`{aZ`i Zt`MyuZV`yn``ZI ZxMlb``S`
MyZyyb``MIX`yZjZV{b``U| yb`Zyy`bZVM`°`XXxZyyZy`{aZ`MlNylyby`n`{aZ`Vhl`ZI {`n`_MU| yb`Zyy`

uxnZV {aMIMi t ZI {xZuxZI Z| xI ZZXY{n XZfZjnuSZ. ujnxb ` {aZ fVlbn| yujMII b` Ml{bnl yb fnjFZX`
MIX {aZ i Zt yfX| V| xNjMIX_ | I V{bnl Mj XZVybnl y {aMik | yf UZ k MZaž | xb` {aZ Vh| xyZ n_ {aZ`
y| UZV{S {aZ ZyyZI {bnj unb {y nx {aZ Z_ZV{bZ k ujZk ZI {Mlbnl n_ MU| yb Zyy bXZVIVZ y{xZyyZX`
_xnk ` {aZ fVlbn| y fZ,, unb {y unxfbZX` Ut` {aZ {n| xyk` yZV{nxS,, kfa` yf| XZI {y XZfyb` MIX`
XZfZjnutb` {aZbn,, I U| yb ZyyujMIa`

Year: 4; Main Areas of Study: BUSINESS

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5320039

DERECHO DEL TRABAJO Y RELACIONES LABORALES EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

Proporciona las herramientas y elementos normativos necesarios que, como directivo de una empresa turística, permiten al alumno adoptar decisiones seguras en orden a la gestión de los recursos humanos de la empresa: qué tipo de contrato utilizar y qué beneficios y ventajas presenta una modalidad frente a otra, qué derechos y deberes básicos tienen trabajador y empresario, cómo se garantizan los derechos fundamentales y la igualdad y no discriminación en la empresa, cómo se establece el salario, cómo se regula la jornada de trabajo y los descansos, cómo poner fin al contrato de trabajo, cómo se negocian las condiciones de trabajo, cómo están representados los trabajadores en la empresa, qué obligaciones tiene la empresa en materia de seguridad, en qué consiste y a qué obliga el deber de garantizar la seguridad y salud de los trabajadores en la empresas, etc.

"2 <15J2 "3A1° H ° 3ž *3ž B@a?* 1?" 1° A*53@*3 A5B?*@ ŁB@3" @@ @

<xnfXZy {aZ` {nnjy` MIX` xZ` | jMnxt` ZjZk ZI {y` I ZVZyMlt` {n` ZI MljZ` yf| XZI {yS Mj` un{ZI {bnj`
Z. Vj {bZy` n_ {n| xyk` _bk yS {n` k MIZ` {aZ` xb a{` } ?k MIMZk ZI {` XZVybnl y` _nx` {aZbx`
nx` MlbyMlbnl y©, aMl {tuZ n_ Vhl {xMl {n| yZ MIX {aZ UZI Z b y MIX NxfMI {MZY n_ ZxZX Ut` M bZl`
k nXVjqt` n fZxIMn {aZ S {aZ UNVb xb a y MIX X| {lZy n_ Zk ujntZZy MIX Zk ujntZxySan,, {n Mjy| xZ`
_ | I XMI ZI {Mj xb a {yS ZV Mjqt` MIX i nl` Xb y Mx b Mlbnl` b` {aZ,, nxi ujMIZSan,, {n` b. y Mlt` jZfZjyS`
an,, {n` nx` MlbyZ` {aZ,, nxi b` XMI MIX xZy` uZxbnXySan,, {n` {Zk b MZ` M, nxi Zxy Zk ujntk ZI {S`
an,, {n` I Z` n {bMZ,, nxi b` Vhl Xlqbnl ySan,, ,, nxi Zxy MZ xZuxZyZI {ZX,, kfab` {aZ` _bk S,, aMl {aZ`
Zk ujntZxy aZVj {a MIX y MZ {t n Uj b Mlbnl y Vhl yb {n` MIX b` fnjFZSZ{V`

Year: 4; Main Areas of Study: LAW; HUMAN RESOURCES

Class Hours: 60 Study Hours: 90 ECTS: 6 Course Code: 5320040

GESTIÓN INTEGRADA DE LA CALIDAD EN EL TURISMO

Estudio de uno de los más pujantes enfoques de gestión empresarial que, directa o indirectamente, se halla ya presente en el día a día de cualquier organización turística concienciando al alumno sobre la importancia de los conceptos y los valores que conforman la Gestión Integrada de la Calidad y formándolos en el uso de los modelos y técnicas TQM de mayor aplicación a las organizaciones actuales.

A5A° 1>B° 1*AJ 2 ° 3° ("2 "3A' 5? A5B?*@2`

@| XlZy'nl Z'n_{aZ'y(xnl` Zy{xZVZI {xZI Xy'lb U|y'lb Zyy'k MIMZk ZI {S,, abVa XbZVjt'nx'lb XbZVjt' ujMy MxnjZ' b` {aZ' XM'({n'XM' _|I V{bnl b` `n_Mit' {n| x'gk` nx' MlyMlbnl S U| b'Xb` `y| XZI {y- M' MZl Zy' n` {aZ' tk unx'MIVZ' n` {aZ' Vhl VZu'f'y' MIX' fVj| Zy' {aM' k MIZ' |u' {n(NI w'Nj'k' k MIMZk ZI {`A>2 A'MIX' {xM' b` ` {aZk' b` {aZ' |yZ' n_{aZ' A>2` k nXZjy' MIX' {ZVal b'v' Zy'k ny' Vnk k nl jt' tk ujZk ZI {ZXUt'nx' MlyMlbnl y' {nXM'a`

Year: 4; **Main Areas of Study:** BUSINESS; TOURISM

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5320042

INFORMÁTICA APLICADA AL TURISMO

Muestra y enseña a manejar las aplicaciones informáticas propias de los establecimientos de alojamiento hotelero, así como de intermediación y distribución turísticas, justificando su utilización en función de los diferentes establecimientos y de los diferentes sistemas.

° <<1"ž 1 52 <BA*3(' 5? A5B?*@2`

@n,, y' MIX' {ZNVaZy' y| XZI {y' an,, ` {n,, nx' ,, k'a {aZ' yn' f,, MZ' |yZX' b` an{Zjy' MIX' Ut' {n| x'gk` b {Zk ZXlMlZy' MIX' Xb' {x' b| {nx' S' h' y' {b' j' b` ` b' y' |yZ' M' V' h' x' b` ` {n {aZ' yuZVob' V' I ZZxy' n' Xb' ZzI { {tuZyn' Zy' M' j' b' a' k ZI {y' MIX' y' t' y' Zk y'a`

Year: 4; **Main Areas of Study:** COMPUTER SCIENCE; TOURISM

Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5320043

INGLÉS III PARA TURISMO

Se desarrollan, desde un enfoque más avanzado que en la asignatura INGLÉS II las cuatro destrezas básicas que se utilizan para el dominio de cualquier idioma: Reading, writing, speaking y listening, enfocadas al Turismo. Para ello, se abordarán situaciones propias que se presentan en el desarrollo de actividades turísticas, así como el vocabulario específico. Los contenidos se estructuran en módulos que llevan como hilo conductor temas relacionados con el turismo y con la cultura inglesa que funcionan como eje central para la mejora de las 7 destrezas: expresión oral, expresión escrita, comprensión auditiva, comprensión de lectura, comprensión audiovisual, interacción oral e interacción escrita.

"3(1* @ " 5? A5B? * @ "

' | x{aZx' XZfZjnuk ZI { ' n_ xZNVb` S ,, xq{b` S yuZNVb` ` MIX' jby{ZI b` ` yi ljjy' MIX' Z. {ZI Xb` ` yZV{nx' yuZVb` V' fnVNVU| jMVt' MIX' yk{ | M{bml y Vhk k nl jt` _n| I X' b` {aZ' {n| xyk' yZV{nx' AaZ' Vhl {ZI { ' ljj' UZ' y{x| V| xZX' b` 'k nX| jZy' ,, lqa' {aZ' Vhk k nl {axZNV' n_ {n| xyk' 'MIX' Lxq{ba' V| j{ | xZ' AaZYZ' {nubly_ n_xk' {aZ' UMYy' _nx' b` uxrfb` ` {aZ' yZfZI ' yi ljjy' n_ nxVjT MIX' ,, xq{ZI ' Z. uxZyybml SnxVjT MIX' ,, xq{ZI ' Vhk uxZaZI ybml SMIXbmfy| NjVhk uxZaZI ybml SnxVjTb {ZxV{bml MIX' ,, xq{ZI b` {ZxV{bml 'a'

Year: 4; **Main Areas of Study:** LANGUAGE & LITERATURE
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5320044

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN COMERCIAL DEL TURISMO

Dota de los conocimientos indispensables de las distintas herramientas de comunicación que se pueden utilizar en la gestión comercial de organizaciones relacionadas con la actividad turística, profundizando en la sub-variable publicidad y abordando cuestiones relativas a medios y soportes, planificación, presupuesto y control publicitario. Analiza cuestiones relacionadas con el funcionamiento de las agencias de comunicación y posibilita el conocimiento de otras variables de comunicación como la promoción de ventas, la esponsorización o las relaciones públicas.

" ž G" ? A * @ 3 (" 3 ž ' < ? ' 5 ? A 5 B ? * @ "

< n f b X Z y' y{ | X Z I { y' ,, lqa' {aZ' b' XbuZI yMVJZ' i | n ,, jZX' Z' n_ {aZ' Vhk k | I bM{bml {nny' {aM' VMI' UZ' | yZX' b` {aZ' k MIMZk ZI { ' n_ {n| xyk' U| yb ZyyZyS Z. ujnxb` ` {aZ' NkfZx{yb` ` y| U' fV{bMVJZ' MIX' NXXxZyyb` ` byy| Zy' xZjMZX' {n' k ZXBVMIX' _nx' MYSujMII b` 'MIX' NkfZx{yb` ` U| X' Z{yMIX' Vhl {xnj' a' ' I NjtyZy' w| Zy{bml y xZjMZX' {n' an ,, ' NkfZx{yb` ` MZI VZy' nuZxMZ' MIX' Z. ujnxb` ` y| Va' n{aZx' Vhk k | I bM{bml ' fV{bMVJZy' Njy' NjZy' uxnk n{bml ySyunl ynxyabw' MIX' < ? ' a'

Year: 4; **Main Areas of Study:** MARKETING; ADVERTISING
Class Hours: 60 **Study Hours:** 90 **ECTS:** 6 **Course Code:** 5320046

REGIONES TURÍSTICAS ESPAÑOLAS

Aborda una visión, a la vez global y diversificada, del espacio turístico español, concebido éste como un conjunto de destinos turísticos de primer orden a nivel internacional, profundizando en la identificación y el conocimiento de los principales rasgos geográficos de España, tanto físico-naturales como socioculturales, haciendo especial referencia a su consideración como recursos o factores de atracción turística.

3º 53

ANILZyM jnUNYIMIXM{aZ yNk Z tk Z XbfZyblZX fAZ, n_uNB y{n| xgk yuNIZySVhl VZbfZXIMyM yZ{n_xnl {xMli " {Zl Mlml Nj xZynx" .ujnxZy bZI {bbMlml MIX i l n, jZX Z n {aZ Vh| l {xt-y k Mb " Zn xVlaabMj ZM| xZy » Un{a uatybMj M| xYj MIX ynVbVj{ xYj » MIX nV| yb uNkVj jMj+nl {aZbxnjZyM{n| xgk M{xMk ml xZyn| xZyinx_Nk nxy"

Year: 4;

Main Areas of Study: GEOGRAPHY; TOURISM

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320048

SOCIOLOGÍA DEL TURISMO

Proporciona información sobre el fenómeno social del turismo y del ocio en el marco de las sociedades en las que nace y de las sociedades actuales del siglo XXI. Como rama de la Sociología, esta materia se dedica a la observación de las relaciones, roles y motivaciones turísticas, además de las instituciones relacionadas con el sector turístico y los impactos que conlleva el turismo en las sociedades emisoras y, especialmente, en las sociedades de destino turísticas. Se abordan las motivaciones de los viajes, las situaciones de la estancia y a profundizar en el conocimiento de las actividades que se desarrollan durante el tiempo libre en las sociedades del ocio. Confecciona, por tanto, teorías, efectúa estudios e investigaciones de los fenómenos sociales que acontecen, y elabora planificaciones turísticas para el desarrollo y progreso social.

5º 515 (J 5º 53

<xfbZy|b_nx Mlml ni {aZ ynVbVj uazi nk Zl ni n_{n| xgk MIX jZy| xZ|b {aZ xMk Z, nxi n_{aZ ynVZ{tzy, aZxZ k Zk Zx ZX MIX {aZ l Z, ynVZ{tzy n_{aZ {, Zl {t' bxy| VZl {l xt" y MUMV n ynVbVj n tS{aby| UZV{ nV| yZy n| nUyZxfb {aZ xZj Mlml yabysxnjZy MIX k n{bMlml yb fnj fZX|b {n| xgk SMj, Zj nY {aZ xZjZfMl {b y{k| {ml y MIX {aZ tk uNk {aMl {n| xgk aMj n| ynVZ{tzy {aMl yZl X MIX uNkVj jMj+ xZVZfZ {n| xgk AaZ xZM n| y, at uZnujZ {xMfZj MZ Z. ujNB ZXS{n Z{aZx, k a Xb_ZZl {anj bM yk| Mlml ysjni b M{aZ MkVfZy {aMl uZnujZ nu{ _nx|b {aZbx_xZZ {tk Z|b jZy| xZ ynVZ{tzy @| XZl {y {aZxZ_nx XZfZjnuy {aZnxZy MIX Vbx n| {y| XZy MIX xZyZNVa|b {n {aZ ynVbVj uazi nk Zl M{aMl {MIZ ujNIZS XZfZy|b {n| xgk ujMly_nx ynVbVj XZfZjnuk Zl { MIX un xZy"

Year: 4;

Main Areas of Study: GEOGRAPHY; TOURISM

Class Hours: 60

Study Hours: 90

ECTS: 6

Course Code: 5320050
