

## PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA TITULACIÓN DE BSc (HONS) DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

### DATOS IDENTIFICADORES DE LA INSTITUCIÓN Y LA TITULACIÓN

<b>Institución que otorga el título</b>	University of Wales
<b>Institución docente</b>	Centro Andaluz de Estudios Empresariales (CEADE)
<b>Titulación final</b>	BSc (Hons)
<b>Plan de estudios</b>	Ciencias de la Comunicación

### FUNDAMENTO Y OBJETIVOS EDUCACIONALES

El objetivo fundamental de la carrera es proporcionar a los alumnos una sólida formación científica en el ámbito multidisciplinar de la comunicación, así como capacitarles para el ejercicio de las competencias profesionales que les serán demandadas por las empresas y organizaciones del amplio sector de la comunicación, en base a la especialidad escogida por el alumno en el segundo ciclo. Todo ello, con el objeto de ofrecer a la sociedad profesionales altamente capacitados para el desarrollo su actividad en las distintas vertientes que posee el campo de la Publicidad el Periodismo y la Comunicación Audiovisual.

El primer ciclo del Plan de Estudios (Nivel 4), común para todos los

alumnos, pretende fomentar el conocimiento y la plena comprensión de los fenómenos derivados de los distintos ámbitos de la comunicación y la información, atendiendo a un enfoque multidisciplinar enmarcado en el ámbito de las Ciencias Sociales, así como dotarles de los conocimientos instrumentales y manejo técnico de los programas básicos de la tecnología de la comunicación e información.

En el segundo ciclo (Niveles 5 y 6), se dota a los alumnos de sólidos conocimientos y comprensión de los distintos aspectos relevantes de la comunicación así como de aquellos conocimientos instrumentales y habilidades intelectuales, prácticas y transferibles necesarias para realizar labores cualificadas en el campo de la comunicación que garanticen su integración y desarrollo profesional, todo ello en el área en el que se haya especializado el alumno según el bloque de optativas escogidas para este segundo ciclo, que permiten especializarse en Publicidad y Relaciones Públicas, Diseño y Creatividad, Periodismo y Comunicación Audiovisual.

El graduado en Ciencias de la Comunicación deberá adquirir el carácter de un experto, una persona práctica, con habilidades claras, experimentada en su campo, que pueda abordar el fenómeno comunicativo desde sus diferentes vertientes y en base a criterios técnicos y profesionales.

El plan de estudios pretende que los alumnos que se gradúen sean capaces de aplicar los conocimientos y técnicas adquiridas, de analizar, sintetizar y evaluar conceptos o situaciones complejas, formándose una opinión razonada, fundamentada en criterios, que le permitan tomar decisiones acertadas, para así poder desenvolverse con éxito en un entorno comunicativo y empresarial global y cambiante, caracterizado

por el manejo sistemático de la información y las nuevas tecnologías de la comunicación.

Se trata de formar profesionales responsables, motivados, dotados de creatividad, con capacidad de innovación, espíritu de trabajo y autoaprendizaje, con el objetivo de que en el desarrollo de su carrera profesional lleguen a integrarse de forma exitosa en el mundo de la comunicación.

### *Competencias profesionales*

En base a las asignaturas comunes del primer ciclo y a los bloques de optativas contenidas en el segundo ciclo, el alumno podrá desarrollar las siguientes competencias profesionales, atendiendo a la especialidad escogida:

- Integrarse en cualquier área funcional de una empresa u organización que actúe en alguno de los distintos ámbitos de la comunicación. Lógicamente, el alumno tratará de seleccionar el área funcional que resulte más acorde con las capacidades y habilidades adquiridas en la Carrera, atendiendo a la especialidad escogida.
- Desarrollar su actividad profesional en su propia empresa de comunicación. Tanto en una de gran tamaño, en la que debe coordinar el trabajo de los distintos departamentos que la componen, como en una menor en la que deba gestionar directamente la relación con los clientes.
- Actuar como especialista en las diferentes áreas que componen el mundo de la Publicidad: Estrategia, Medios, Cuentas, Diseño y Creatividad. Dicha actuación se podrá desarrollar tanto en una agencia especializada como en el departamento de comunicación de una

empresa de gran tamaño.

- Ser un profesional polivalente en el campo de la comunicación, capacitado para ejercer el periodismo impreso, radiofónico, televisivo, digital, así como su vertiente empresarial.
- Desarrollar la actividad comunicativa de las organizaciones con sus públicos objetivos, tanto internos como externos, a través del gabinete de comunicación, departamento de relaciones públicas y marketing y comunicación online.
- Ejercer su actividad profesional en las diversas disciplinas de la imagen y el sonido, tanto en el ámbito analógico como en el digital para su integración en la dinámica del mercado audiovisual.
- Actuar como profesional en el mundo audiovisual, pudiendo centrar su actuación en cualquiera de las fases del desarrollo de sus productos: producción, realización, montaje y postproducción.
- Gestionar las relaciones de las empresas con sus principales públicos a través del departamento de comunicación o relaciones públicas de ésta.
- Realización de las labores de asesoramiento y consultoría de comunicación para todo tipo de organizaciones. En su desempeño se encontrará capacitado para emplear tanto las tradicionales fórmulas de comunicación como las novedosas actuaciones de marketing integrado y relaciones públicas.
- Conocer, comprender, fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Fundamentales; la igualdad de oportunidades entre Hombres y Mujeres; la Accesibilidad Universal para las personas con Discapacidad; y al respeto a los valores propios de una Cultura de Paz y Valores Democráticos.

*Objetivos generales del plan de estudios.*

1. Conocimiento y comprensión de la *naturaleza y objeto del proceso comunicativo desde las distintas vertientes que posee*, así como de las diferentes disciplinas que conforman las Ciencias de la Comunicación.
2. Aplicación de los *conocimientos instrumentales y técnicas* necesarias para el desarrollo de la función comunicativa de las organizaciones.
3. *Conocimiento y comprensión del entorno* económico, jurídico y social en el que se desarrolla el sector de la comunicación, lo cual requiere abordar el estudio y análisis de distintas disciplinas.
4. Desarrollo de *habilidades intelectuales, prácticas y transferibles* que desarrollen en el alumno su capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos y de análisis, síntesis y evaluación en el ámbito de la comunicación.
5. Adquisición de los *conocimientos, métodos y técnicas y habilidades requeridas para el desarrollo del proceso comunicativo desde cualquiera de sus vertientes*. El alumno estará así capacitado para su integración en la dinámica de mercado, a través de una formación multidisciplinar, que atienda a las implicaciones éticas y deontológicas de la actividad profesional.

La aplicación de las nuevas tecnologías al mundo de la comunicación ha provocado que éste se vea envuelto en un constate proceso de especialización que tiene reflejo en la demanda de perfiles específicos por parte de las empresas. Atendiendo este planteamiento, en la Carrera

se ofrece la posibilidad de estudiar dos Grados: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Grado en Periodismo, poseyendo cada uno dos itinerarios diferentes constituidos a través de un sistema de asignaturas optativas en el segundo ciclo y dando lugar, por tanto, a dos especialidades en cada uno de los grados:

-Grado de Publicidad y Relaciones Públicas

- Especialidad en Publicidad y Relaciones Públicas
- Especialidad en Diseño Gráfico y Creatividad Multimedia

- Grado de Periodismo

- Especialidad en Periodismo
- Especialidad en Comunicación Audiovisual

El Plan de Estudios de Ciencias de la Comunicación comprende cuatro cursos académicos de un año de duración cada uno. Los dos primeros cursos son comunes para todas las especialidades, diferenciándose el contenido de ambos grados a partir del segundo ciclo, en el que adquieren su especialización según el bloque de asignaturas optativas escogidas.

- En los **cursos 1 y 2 (Nivel 4)**, se imparten asignaturas orientadas a transmitir los fundamentos básicos del proceso informativo y comunicativo y del entorno socioeconómico, así como a dotar a los alumnos de distintos conocimientos instrumentales y técnicas que le resultan propias y a comenzar el desarrollo de las habilidades intelectuales, prácticas y transferibles necesarias para la adquisición de competencias profesionales en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación.

De esta manera, los alumnos recibirán a lo largo el primer ciclo de la Carrera un conocimiento y comprensión de los elementos fundamentales

del proceso comunicativo, es decir, Lengua Española, Teoría y Técnicas de Comunicación, Estructura del Mercado de la Comunicación, Marketing y Publicidad, tanto en relación a sus fundamentos como en su teoría y estructura, la Economía, Derecho, Psicología Social e Historia del Mundo Actual prestando una especial atención al fenómeno audiovisual. Asimismo, adquirirán conocimientos y técnicas instrumentales y habilidades prácticas en el ámbito del diseño gráfico, la redacción periodística y las nuevas tecnologías.

- En los  **cursos 3 y 4 (Niveles 5 y 6)**, los alumnos, partiendo de un bloque de asignaturas comunes, optarán entre una de las dos especialidades existentes en cada grado atendiendo a sus preferencias: Publicidad y Relaciones Públicas o Diseño Gráfico y Creatividad Multimedia, y Periodismo o Comunicación Audiovisual, desarrollando los conocimientos, competencias y habilidades correspondientes a las diferentes especialidades.

En las *cuatro especialidades* el alumno desarrollará importantes conocimientos instrumentales, así como habilidades prácticas, relativas a la documentación así como en el uso de la tecnología multimedia y audiovisual. Asimismo continuarán con el desarrollo de sus habilidades intelectuales, prácticas y transferibles mediante la realización de trabajos y presentaciones públicas y trabajos en equipo, y la participación del alumno en el programa de prácticas externas en empresas y que culminará con la realización de una Tesina o trabajo final de grado. Al finalizar el segundo ciclo el alumno dispondrá de una elevada capacidad de análisis, síntesis y evaluación, así como para aplicar en la práctica los conocimientos y técnicas adquiridas, encontrándose preparado para desarrollar las competencias profesionales propias del ámbito empresarial.

En las dos especialidades correspondientes al **grado en Publicidad y Relaciones Públicas** los alumnos desarrollarán competencias y habilidades en sus aspectos más relevantes como son, la estrategia y redacción publicitaria, creatividad y dirección de arte, diseño y producción gráfica y medios. Tales conocimientos se completarán en la *especialidad de Publicidad y Relaciones Públicas* con el estudio de las relaciones públicas, la psicología de la publicidad y el consumo, el diseño gráfico y publicitario, el marketing, la gestión de empresas y legislación publicitaria. Por su parte, en la *especialidad de Diseño Gráfico y Creatividad Multimedia* se incorpora la animación 2D y 3D, la composición y edición digital y el diseño web y multimedia.

En el segundo ciclo de las dos especialidades correspondientes al **grado en Periodismo** se adquiere conocimiento y habilidades en relación a la empresa informativa y derecho de la comunicación, así como en Maquetación y Producción Gráfica. Tal conocimiento se verá completado en la *especialidad de Periodismo* con la redacción periodística, radiofónica y televisiva, el periodismo comparado, especializado y digital, las relaciones internacionales y sistemas políticos, los gabinetes de comunicación y la producción y realización audiovisual. Por su parte, la *especialidad en Comunicación Audiovisual* abarca la producción, realización y posproducción audiovisual, el guión y narrativa audiovisual, la tecnología de la información audiovisual y la programación televisiva.

## RESULTADOS

### A) Conocimiento y comprensión

Atendiendo a los objetivos generales el Plan de Estudios, en los  **cursos**

**1 y 2 (nivel 4)** los alumnos adquirirán conocimiento y comprensión de las siguientes materias:

## **I. Conocimientos disciplinares**

1. Introducción teórica y práctica a la publicidad, el marketing y las relaciones públicas en sus estructuras organizativas.
2. Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.
3. Introducción teórica y práctica al estudio y uso de la lengua española, así como a la lectura, análisis y comparación de textos literarios y publicitarios.
4. Iniciación a la cultura artística y visual, como base del estudio y aplicación de los procesos del diseño gráfico enfocados a la creación, realización y producción del mensaje publicitario impreso.
5. Una aproximación a los modelos de la comunicación y la información para conocer las bases y el desarrollo de los procesos de producción, distribución y recepción comunicativa.
6. Análisis de la estructura de la comunicación, así como una introducción a los métodos de investigación propios de este campo.

## **II. Entorno exterior**

7. Introducción a los conceptos y doctrinas básicas de la economía y al ordenamiento jurídico español.
8. Conocer los procesos de comunicación desde un enfoque psicosocial atendiendo a la opinión pública.
9. Comprender la realidad nacional e internacional permitiendo interpretar los acontecimientos que día a día se producen en un mundo cada vez más globalizado e interdependiente.

## **III. Conocimientos instrumentales**

10. Proporcionar un conjunto de conocimientos básicos en el uso de las aplicaciones informáticas de diseño gráfico y tratamiento de la imagen y su aplicación en los medios impresos, digitales, audiovisuales y publicitarios.
11. Desarrollo de la capacidad para transmitir una información completa gráficamente, de tal manera que la representación visual del mensaje pueda ser interpretada eficazmente.
12. Comprender los conocimientos asociados a la infografía y maquetación.
13. Redacción y análisis de los mensajes como herramientas del proceso comunicativo.

En los **cursos 3 y 4 (niveles 5 y 6)** los alumnos adquirirán conocimiento y comprensión de las siguientes materias en base a la especialidad escogida:

Serán comunes a las especialidades del **grado en Publicidad y Relaciones Públicas**:

14. Redacción y análisis de los mensajes como herramientas del proceso publicitario.
15. Estudio y elaboración de estrategias y procesos de comunicación, incluyendo la estrategia creativa y la planificación de medios.
16. Aplicación de las técnicas de producción audiovisual publicitaria, tanto del rodaje como de la producción de los anuncios.
17. Análisis y aplicación de los motores de búsqueda y documentación en los medios de comunicación.
18. Diseño y producción gráfica y tecnologías multimedia.

*Especialidad en Publicidad y Relaciones Públicas*

19. Fundamentación teórica del desarrollo de la Planificación del Marketing, así como el diseño, establecimiento y desarrollo de las

estrategias y la planificación propias de las Relaciones Públicas en el marco de las políticas de comunicación. Incluyendo la comunicación online.

20. Estudio de la psicología aplicada a la elaboración de mensajes publicitarios efectivos, así como de las actitudes, motivaciones y necesidades de los consumidores.
21. Conocimiento de los elementos que caracterizan el diseño en su aplicación al ámbito publicitario
22. Introducción a los conceptos de la regulación de la publicidad y el diseño, así como estudio de los sistemas de organización y modos de gestión de las empresas de servicios publicitarios.
23. Desarrollo de la creatividad y expresión artística.

### *Especialidad en Diseño Gráfico y Creatividad Multimedia*

19. Elaboración de mensajes publicitarios digitales a través del uso de las nuevas tecnologías.
20. Creación de contenidos multimedia.
21. Elaboración de mensajes publicitarios digitales a través del uso de las nuevas tecnologías, dando lugar a la creación de páginas web.
22. Análisis y aplicación de las leyes fundamentales del movimiento, el tiempo y el espacio en el campo de la animación digital, los motion graphics, el stop motion, y la animación en 3D.
23. Metodología y utilización de software para el montaje, la edición y la creación de películas: inserción de clips, trabajo con secuencias, edición de las mismas, aplicación de efectos especiales, transiciones, títulos, animaciones, edición de audio, autorías y exportación final de la película.

Serán comunes a las especialidades del **grado en Periodismo**:

14. Diseño, maquetación y diagramación de medios periodísticos, tanto

impresos como digitales, así como en la elaboración de páginas web y portales digitales.

15. Tratamiento de la información gráfica mediante la utilización de las técnicas adecuadas para la creación y el diseño y maquetación de fotografías periodísticas y gráficos.
16. Analizar el marco legal del Derecho de la Información para su aplicación en el ejercicio del periodismo y de este modo conocer los límites de la profesión.
17. Teoría y práctica de la organización y gestión de la empresa periodística.
18. Análisis y aplicación de los motores de búsqueda y documentación en los medios de comunicación.

### *Especialidad en Periodismo*

19. Una formación en capacidades expresivas y procesos de comunicación en todos los soportes de información, valoración y opinión, para la producción y la redacción periodística.
20. Estudio y tratamiento de los géneros periodísticos en los medios impresos, radiofónicos, televisivos y multimedia. Localización e identificación de sus estructuras, contenidos, tipologías y funciones.
21. Conocer y analizar la especialización periodística, sus géneros, temas, lenguaje, fuentes, así como las técnicas propias en cuanto a contenido y forma. Asimismo, se estudia el del origen y evolución histórica del periodismo nacional e internacional comparando sus distintos sistemas informativos.
22. Gabinetes de Comunicación en el ámbito institucional y empresarial.
23. El manejo operativo y funcional de los equipamientos técnicos que intervienen en el proceso de creación de un producto audiovisual, tanto en la vertiente visual como sonora. La creación e integración de imágenes sintéticas y reales, orientado a la vertiente más creativa de

la manipulación digital de vídeo.

## *Especialidad en Comunicación Audiovisual*

19. Utilización y aprovechamiento técnico y narrativo de las diferentes operativas y aplicaciones informáticas de la postproducción audiovisual.
20. El manejo operativo y funcional de los equipamientos técnicos que intervienen en el proceso de creación de un producto audiovisual, tanto en la vertiente visual como sonora. La creación e integración de imágenes sintéticas y reales, orientado a la vertiente más creativa de la manipulación digital de vídeo.
21. El conocimiento de los principios del lenguaje audiovisual como base y fundamento de la realización de una obra audiovisual, sea cual sea su soporte de creación. Conocer los diferentes procesos y mecanismos de creación textual, con especial atención a los relatos audiovisuales y discursos cinematográficos.
22. La comprensión y estudio de la naturaleza y características físicas de la señal de vídeo y audio, con especial desarrollo en el registro y transmisión de los entornos digitales.
23. Conocer las técnicas y variables utilizadas en la programación audiovisual, como fundamento de la organización y gestión de las parrillas televisivas y el desarrollo de sus formatos. Análisis de los distintos procesos comunicativos derivados de la integración de las nuevas tecnologías de producción y difusión.

## *Métodos y estrategias de enseñanza y aprendizaje*

La adquisición del conocimiento y comprensión de las módulos comunes (de A1 a A13), se consiguen principalmente a lo largo de los cursos 1 y 2. Estas materias se conciben como la base formativa común de los estudiantes de

Comunicación, y enlazan con los contenidos de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas a la que se adscriben nuestros estudios.

Una vez sentadas las bases, se transferirá la capacidad de adquirir, recordar y comprender el significado de los conocimientos especializados (de A14 a A23) correspondientes al itinerario curricular escogido por el alumno durante los cursos 1, 2, 3 y 4.

El conocimiento y comprensión se transfiere progresivamente a través de clases teóricas y prácticas, no entendida como clase magistral tradicional sino como la expresión del profesor en la exposición de contenidos y en la coordinación y control de las prácticas de los estudiantes. Y ello, haciendo uso de todos los medios de apoyo docente necesarios para el cumplimiento de los objetivos y la comprobación de la adquisición de conocimientos, competencias y aptitudes por parte de los alumnos.

También se realizarán consultas y tutorías personales y virtuales, a través de la plataforma informática habilitada por el centro, en las que los alumnos podrán requerir al profesor cualquier cuestión relativa al contenido de la materia o al desarrollo de los trabajos complementarios.

## **B) Habilidades y competencias intelectuales**

1. Saber detectar, analizar y sintetizar situaciones complejas propias del mundo de la comunicación, a través del uso de modelizaciones, que les permita comprender comportamientos y tomar decisiones.
2. Capacidad para identificar y valorar supuestos e hipótesis en el área de comunicación, valorando declaraciones y opiniones basándose en pruebas documentales y hechos reales. Especialmente relevante resulta la capacidad de valorar la situación y previsible evolución de una organización.

3. Desarrollar la capacidad del pensamiento analítico-crítico mediante la lectura y comprensión de textos e imágenes periodísticas, publicitarias y audiovisuales.
4. Capacidad para detectar razonamientos falsos o incompletos en el desarrollo de la actividad profesional, identificando valores implícitos si los hubiere. De esta forma se definirán los términos adecuadamente y se podrá generalizar de forma apropiada, especialmente en áreas de política y estrategia y en la dirección comercial.
5. Capacidades para la creatividad y la innovación en nuevas iniciativas comunicativas, desarrollando planteamientos teóricos acompañados con la capacidad de trasladarlos a la práctica.
6. Capacidad para tomar decisiones previa formación de una opinión razonada sobre valores u objetivos fundamentados en criterios.
7. Interpretar, analizar desarrollar y emplear los componentes informativos y persuasivos del discurso específico de Ciencias de la Comunicación.

### *Métodos y estrategias de enseñanza y aprendizaje*

Las habilidades intelectuales consisten en la capacidad de análisis, síntesis, evaluación y solución de problemas. Los procesos de aprendizaje conducentes a la adquisición de este tipo de resultados se transferirán progresivamente a través de una metodología activa que comprenda las clases presenciales, proyectos, seminarios, tutorías, trabajos de campo, uso de tecnologías aplicadas y actividades individuales y en grupo.

## **C) Habilidades y competencias prácticas**

1. Identificación, captación, tratamiento y proceso de los datos en los que se apoye la toma de decisiones. Suponiendo todo ello un proceso de reflexión por su parte.
2. Desarrollar la habilidad para el desempeño de las principales tareas periodísticas, publicitarias y audiovisuales a través de áreas temáticas, aplicando los procedimientos oportunos.
3. Capacidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos, combinados e interactivos (multimedias).
4. Construir y expresar textos informativos, publicitarios y de ficción de acuerdo a las distintas finalidades y situaciones comunicativas, potenciando el uso creativo de la lengua y el desarrollo gradual de un estilo propio.
5. Planificación, diseño y ejecución de actividades académicas prácticas, como campañas publicitarias, elaboración y redacción de publicaciones impresas y digitales, programas audiovisuales, etc., utilizando las técnicas y procedimientos aplicados en la Comunicación.
6. Realización de trabajos de campo en la investigación de mensajes, audiencias, mercados y otros trabajos empíricos, prestando la debida atención a su evaluación.
7. Planificación, diseño, ejecución y comunicación de la realización de trabajos de investigación originales y/o proyecto fin de carrera, utilizando los medios adecuados.

### *Métodos y estrategias de enseñanza y aprendizaje*

El proceso conducente a adquirir las habilidades C1-C7, se desarrolla a través de distintas actividades.

A lo largo de los cuatro niveles de la titulación, los alumnos reciben progresivamente conocimientos teórico-prácticos de producción, diseño, redacción y edición que favorecen la integración en la actividad profesional.

Los estudiantes reciben una formación de acuerdo a las exigencias del mercado y se encuentran en contacto permanente con el mundo laboral, por medio de prácticas profesionales en empresas e instituciones públicas.

Para los ensayos y trabajos de investigación, los alumnos siguen indicaciones generales sobre cómo identificar, localizar y usar el material disponible en bibliotecas y otras bases de datos, así como una guía metodológica para la elaboración de la tesina de graduación.

#### **D) Habilidades y competencias personales y transferibles**

1. Auto-gestión eficaz en concepto de organización del tiempo, planificación, organizando y administrando las tareas a corto, medio y largo plazo.
2. Comunicarse de forma eficaz, oralmente o por escrito, sabiendo utilizar, por ejemplo, los medios técnicos habituales en el mundo de la empresa para las presentaciones en público.
3. Uso eficaz de la tecnología de la información y la comunicación para su aplicación empresarial. Especialmente idóneas para la búsqueda y gestión de la información.
4. Habilidades interpersonales para saber escuchar, negociar, persuadir y exponer temas, elaborando y defendiendo argumentos en la resolución de problemas.
5. Comportamiento basado en el liderazgo, motivación, entusiasmo y compromiso ético, acompañado de la capacidad de transmitir tales valores al resto de la organización.

6. Ser autoconsciente y sensible y estar abierto a la diversidad en concepto de gentes, culturas o temas opinables de gestión empresarial.
7. Habilidad para trabajar de forma autónoma en la toma de decisiones.
8. Habilidad para trabajar en equipo, siendo capaz de coordinar tanto a personas como actividades.
9. Aprender a aprender y desarrollar el interés por el aprendizaje; aprendizaje reflexivo, adaptable y en equipo que le permita emprender estudios posteriores de administración y dirección de empresas con cierta autonomía y rapidez.
10. Capacidad de autoanálisis crítico, identificando los puntos fuertes y débiles de cada uno.
11. Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones, con iniciativa y espíritu emprendedor. Así mismo, deberá ser capaz de generar nuevas ideas, creativas e innovadoras incluso en entornos caracterizados por la presión.

### *Métodos y estrategias de enseñanza y aprendizaje*

Las habilidades D1-D6 se corresponden con aquellas que se transfieren al lugar de trabajo y otros contextos profesionales y sociales. Su adquisición se realiza a lo largo de los cuatro niveles de la titulación en consonancia con el planteamiento de la formación integral del alumno.

Las habilidades relacionadas con la capacidad del alumno para su interacción en grupos de trabajo y para que sean resolutivos en la práctica profesional diaria son desarrolladas a través de la realización de los trabajos académicos que han de realizar fundamentalmente a lo largo de los cursos 2, 3, y 4. Estas habilidades se potenciarán, además, mediante los programas de prácticas profesionales concertados por el Centro, para los que previamente se prepara

a los alumnos.

Todos los módulos contribuyen a desarrollar en el alumno las habilidades D1 a D11, generalmente a través de la presentación de ensayos, trabajos prácticos individuales o en grupo y proyectos de investigación. La elaboración de la tesina de graduación contribuye también de forma concreta a desarrollar la habilidad D3 y D7.

## **EVALUACIÓN**

Teniendo en cuenta una nueva filosofía docente en la que el foco de atención se centra en el propio aprendizaje del estudiante, en la participación y en la construcción colectiva del conocimiento, es necesario contemplar estos principios en el sistema de evaluación.

La evaluación debe servir para verificar que el estudiante ha asimilado los conocimientos que se le han transmitido y ha adquirido las competencias generales y específicas de cada uno de los módulos. Es necesario aplicar de forma flexible diversos métodos de evaluación que incluyan no sólo los exámenes sino también distintas pruebas prácticas. De este modo, se persigue una evaluación continua y permanente en la que se consideran las intervenciones orales escritas, elaboración y exposición de trabajos, uso de herramientas tecnológicas, trabajo individual y en equipo, etc.

Los conocimientos y la comprensión del alumno así como las habilidades intelectuales, prácticas y transferibles adquiridas a lo largo de la carrera se evaluarán atendiendo a los objetivos marcados en los cuatro niveles de Ciencias de la Comunicación:

## **A) Evaluación conocimiento y Comprensión**

La evaluación constata la capacidad del alumno para adquirir y recordar información, así como comprender el significado de los conocimientos aprendidos.

La comprobación de la base de conocimientos y comprensión se lleva a cabo por medio de una combinación ponderada de exámenes escritos recogidos en el calendario establecido por el centro, ejercicios de clase evaluados, ensayos y otros trabajos bajo supervisión de los profesores.

## **B) Evaluación habilidades intelectuales**

La comprobación de las habilidades intelectuales B1-B7 adquiridas por los alumnos se lleva a cabo mediante la combinación ponderada de ejercicios escritos y trabajos basados en la resolución de problemas y uso de tecnologías aplicadas.

## **C) Evaluación habilidades prácticas**

La evaluación de las habilidades C1-C7 consiste en una demostración práctica del alumno de su capacitación para el desarrollo profesional. Esta evaluación se llevará a cabo a través de la realización de exámenes y presentación de trabajos y proyectos reales como el diseño de una campaña publicitaria, elaboración de una revista digital multimedia, programas audiovisuales, etc.

También se evaluarán mediante la revisión de un cuestionario presentado por la empresa o institución pública donde el alumno ha realizado su periodo de prácticas y donde se constata el aprovechamiento del mismo.

La constatación de la capacidad del alumno para la habilidad C7 se realiza mediante la presentación de una tesina sobre un tema inédito de investigación y/o un proyecto fin de carrera, donde se evalúan la originalidad del tema

escogido, la innovación en la materia, los aspectos formales de presentación, el contenido y la metodología seguida.

## **D) Evaluación habilidades transferibles**

La evaluación de las habilidades D1-D6 se hará mediante los exámenes realizados por el alumno a lo largo de todos los cursos, la elaboración, presentación y exposición de trabajos teórico-prácticos individuales o en grupo, la comunicación cotidiana entre alumno y profesor en las tutorías y las prácticas realizadas en las empresas.

La habilidad D11 se evalúa como parte integral de las asignaturas que comprenden la familiarización y el dominio del alumno con las tecnologías aplicadas.

Otras habilidades transferibles desarrolladas por el alumno a través de actividades extraescolares, incluyendo actividades sociales, culturales y de representación, no son evaluadas de manera formal.

## **Instituto de Idiomas**

El Centro pone a disposición de los alumnos el Instituto de Idiomas para que, de forma complementaria a sus estudios y sin que forme parte del Plan de Estudios, puedan estudiar Inglés y Alemán. De esta forma, los alumnos serán capaces de leer y comunicarse en el ámbito profesional del área de Ciencias de la Comunicación en más de un idioma, y de forma especial, en inglés.