



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

GIZARTE
ETA KOMUNIKAZIO ZIENTZIEN
FAKULTATEA
FACULTAD
DE CIENCIAS SOCIALES
Y DE LA COMUNICACIÓN



Guía docente

DOBLE GRADO EN PERIODISMO Y PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

www.ehu.eus/es/web/gizarte-komunikazio-zientzien-fakultatea



La comunicación ha adquirido un papel fundamental dentro de cualquier estrategia empresarial y corporativa. Al mismo tiempo, el complejo contexto comunicativo actual ofrece una gran oportunidad para explorar nuevas maneras de contar la actualidad. Ya sea en una empresa, una institución, una organización o un medio de comunicación de masas, los y las comunicadoras son imprescindibles para explicar al público las distintas realidades que le rodean. Aprenderás a contar historias adecuadas a cada tipo de audiencia, medio y contexto, en forma de noticia, entrevista o reportaje, pero también de spot, banner digital o rueda de prensa.

El Doble Grado en Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas te preparará para desarrollar las tareas profesionales que requieren los medios de comunicación y la comunicación corporativa del siglo XXI, además de para diseñar y crear campañas de comunicación integral, eficaces y adaptadas al entorno de los medios actuales, como son, internet, televisión, radio, cine, nuevas tecnologías multimedia y telefonía móvil. Aprenderás a llevar a cabo todo tipo de proyectos profesionales en los distintos formatos periodísticos y publicitarios.

Con esta titulación serás capaz de:

- Expresarte con fluidez y eficacia comunicativa de manera oral y escrita.
- Desarrollar habilidades de trabajo en equipo.
- Aplicar enfoques creativos a la resolución de problemas de comunicación.
- Aplicar diferentes géneros y formatos periodísticos a los trabajos informativos.
- Analizar y valorar de forma crítica hechos y proyectos comunicativos.
- Analizar en diferentes fuentes adaptando sus contenidos a formas y estrategias narrativas.
- Diseñar los aspectos formales y estéticos de los contenidos de los distintos medios de comunicación.
- Planificar y gestionar satisfactoriamente proyectos informativos, publicitarios y de relaciones públicas.

Plurilingüismo

Todas las asignaturas básicas y obligatorias del Doble Grado en Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas, así como la mayor parte de las optativas, se ofertan en las dos lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma Vasca, **euskera y castellano**. Los Trabajos de Fin de Grado pueden realizarse indistintamente en cualquiera de estos dos idiomas.

Además, podrás ver reconocido tu perfil internacional si obtienes la Mención de Intensificación Internacional.

Formación complementaria

A lo largo del doble grado, la Facultad ofrece cursos de formación práctica especializada en diferentes áreas vinculadas a los contenidos de los estudios. Estos cursos son complementarios y gratuitos para el alumnado que desee inscribirse en alguno de ellos.

PLAN DE ESTUDIOS

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS Y CARGA LECTIVA GLOBAL

Curso	Asignaturas Básicas de Rama	Asignaturas Básicas de otras Ramas	Asignaturas Obligatorias	Asignaturas Optativas	Trabajo Fin de Grado	Total
1	54	6				60
2			60			60
3			60			60
4			48	12		60
5			48		24	72
TOTAL	54	6	216	12	24	312

MENCIONES Y RECONOCIMIENTOS

Puedes optar a las siguientes menciones y reconocimientos:

INTENSIFICACIÓN INTERNACIONAL

Requisitos:

1. Mínimo de 15 créditos en lenguas extranjeras o realización del curso "Intercultural competences", que oferta la UPV/EHU.
2. Estancia internacional de un mínimo de tres meses en un programa de intercambio de la UPV/EHU.
3. Nivel C1 o superior en una lengua extranjera.

EUSKERA*

Exención de acreditación del título de nivel C1:

- 48 Créditos en euskera+ Trabajo Fin de Grado + 12 Créditos específicos de Formación lingüística en euskera.
- 84 Créditos en euskera+ 12 Créditos específicos de Formación lingüística en euskera.
- 114 Créditos en euskera+ 6 Créditos específicos de Formación lingüística en euskera.
- 144 Créditos en euskera.

EXCELENCIA

Si superas todos los créditos del grado en la primera convocatoria ordinaria.

* En virtud del Decreto 47/2012 del 3 de abril, la UPV/EHU recoge automáticamente en el expediente académico personal del alumnado un párrafo que indica que la persona está exenta de la necesidad de acreditar los títulos y certificaciones lingüísticas en euskera considerados equivalentes al nivel C1, dentro de la Comunidad Autónoma del País Vasco.



Análisis del Entorno Económico

Básica de rama. 6 créditos. Tipo de docencia: 53 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Recoger, analizar y comprender la información económica para ponerla después a disposición de diferentes públicos y soportes. Adquirir conocimientos básicos para entender la realidad económica actual y su evolución. Aprender una serie de competencias, instrumentos y herramientas que permitan analizar esta realidad y valorar su influencia en el conjunto de la sociedad.

CONTENIDOS

Cuestiones básicas en el análisis económico. El análisis microeconómico: Las economías de mercado. El entorno económico en sus principales variables e indicadores. Las políticas de estabilización. Empleo y mercado de trabajo. Otros desequilibrios macroeconómicos.

Comunicación Comercial, Corporativa e Institucional

Básica de rama. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 28 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Conocer los conceptos de análisis y planificación de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas. Abrir nuevos horizontes para trabajar en la gestión de la información de manera eficaz hacia dentro y hacia fuera en instituciones, empresas y organizaciones de todo tipo.

CONTENIDOS

La comunicación como estrategia de dirección. La comunicación comercial. La comunicación corporativa: identidad, cultura y comportamiento corporativo. La comunicación institucional y política. Las técnicas de comunicación: Publicidad, Relaciones Públicas, Patrocinio, Mecenazgo, Comunicación por Acción, Organización de Eventos, Comunicación de la promoción, Propaganda, etc.

Lenguaje Audiovisual

Básica de rama. 6 créditos. Tipo de docencia: 46 h. Magistral; 14 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Adquirir los fundamentos básicos y utilizar las herramientas metodológicas adecuadas para interpretar y elaborar mensajes audiovisuales (imágenes publicitarias, reportajes televisivos, series, películas, etc.) con mayor precisión y coherencia. Adquirir las competencias mínimas necesarias para abordar los textos audiovisuales con espíritu crítico.

CONTENIDOS

Lenguaje y comunicación: la sociedad de la imagen, definiciones de base. La percepción audiovisual. La representación audiovisual. Componentes de la imagen audiovisual: la puesta en escena, la puesta en plano, el movimiento, el componente sonoro. La continuidad: continuidad espacio temporal, elementos de transición, el montaje.

Redacción Informativa

Básica de rama. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 28 h. Prácticas de Ordenador.

OBJETIVOS

Acceder al ámbito de la Redacción Periodística enfocada hacia los medios impresos. Trabajar la noticia y sus distintos elementos (titulares, entrada, cuerpo...). Familiarizarse con los distintos géneros periodísticos y distinguir sus características textuales. Conocer el entorno en el que se desarrolla la actividad de los y las periodistas.

CONTENIDOS

La interpretación en la actividad periodística. Lenguaje periodístico y géneros. La noticia y su redacción. El titular informativo. El primer párrafo de la información. El cuerpo de la noticia. La valoración de las noticias. Las fuentes de información. La actividad periodística en el contexto legal. El ecosistema mediático en el Estado español. La información para la web.

Usos de la Lengua Vasca en los Medios de Comunicación (grupo de euskera)

Básica de otras ramas. 6 créditos. Tipo de docencia: 53 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Ser consciente de la propia responsabilidad en el desarrollo de la lengua. Identificar las características lingüísticas de los principales géneros y poner en práctica los recursos lingüísticos. Conocer las recomendaciones de estilo más importantes. Analizar críticamente y resolver problemas relacionados con la lengua.

CONTENIDOS

La lengua en los medios de comunicación: Retos. Géneros y registros: Estrategias lingüísticas. Estilo del lenguaje de los medios de comunicación: Principales líneas directrices.

Usos de la Lengua Española en los Medios de Comunicación (grupo de castellano)

Básica de otras ramas. 6 créditos. Tipo de docencia: 53 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Ordenador.

OBJETIVOS

Reflexionar sobre los tres grandes ámbitos que regulan la norma de una lengua: su correcta escritura, el buen uso de su léxico y el dominio de sus reglas gramaticales. Estudiar usos ortográficos, gramaticales y léxicos en textos publicados en español en cualquier formato y medio de comunicación peninsular o americano.

CONTENIDOS

El concepto de norma lingüística y la tarea de las Academias. Variedades del español: diatópica, diastrática, diafásica. La Academia, Instituto Cervantes, Fundéu, los libros de estilo y diferentes páginas de internet sobre el español. Ortografía. Gramática: morfología y sintaxis. Léxico.



PRIMER CURSO - 2º Cuatrimestre

Comunicación y Publicidad: Estrategias Persuasivas

Básica de rama. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 28 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Valorar la función de la persuasión en las sociedades actuales y distinguir sus diversas manifestaciones. Interpretar los procesos psicológicos que se desencadenan en la interacción persuasiva. Diseñar estrategias y mensajes persuasivos adecuados para cada situación comunicativa.

CONTENIDOS

La comunicación oral: Comunicación persona a persona y la comunicación ante un público. Formación y cambio de actitudes. Perspectivas teóricas. La fuente de persuasión. El mensaje persuasivo. Efecto de las características de la audiencia sobre la persuasión. El contexto de la persuasión.

Estadística Aplicada a la Comunicación

Básica de rama. 6 créditos. Tipo de docencia: 39 h. Magistral; 21 h. Prácticas de Ordenador.

OBJETIVOS

Introducirse en la formación en investigación social en comunicación desde sus tres perspectivas: la proveniente del periodismo, la desarrollada en publicidad y la que deriva de los estudios de comunicación audiovisual.

CONTENIDOS

El proceso de la investigación social y la estadística en la investigación. Estadística descriptiva e introducción a la estadística inferencial. Difusión de datos cuantitativos y medios de comunicación.

Géneros Informativos

Básica de rama. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 28 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Conocer los principales géneros informativos: noticia, entrevista, reportaje y crónica. Cimentar y potenciar el criterio periodístico. Obtener, estructurar, sintetizar y redactar un contenido.

CONTENIDOS

Introducción: Lenguaje y estilo periodístico. Los géneros periodísticos. La información o noticia. El reportaje. La entrevista. La crónica.

Historia del Mundo Actual

Básica de rama. 6 créditos. Tipo de docencia: 53 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Valorar y explicar las grandes líneas de la evolución histórica mundial, en especial de Europa, a lo largo del siglo XX, para poder entender el mundo en el que vivimos. Analizar e interpretar documentos históricos: textos, gráficos y mapas. Reseñar libros de historiadores y otros científicos sociales.

CONTENIDOS

El nuevo orden internacional de la Segunda Posguerra Mundial. El proceso de construcción europea. Las democracias populares en Europa. Los comienzos de la descolonización. El continente americano desde la II Guerra Mundial. El despertar de los pueblos afroasiáticos. La crisis del mundo capitalista. El final de la descolonización. La quiebra del sistema socialista y la desaparición de la URSS. Hacia un nuevo orden mundial.

Técnicas de Creación Audiovisual

Básica de rama. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 28 h. Prácticas de Laboratorio.

OBJETIVOS

Adquirir los fundamentos teóricos y prácticos relacionados con el diseño y la realización de proyectos audiovisuales. Desarrollar la capacidad de crear y realizar proyectos audiovisuales innovadores.

CONTENIDOS

La imagen de video: Fundamentos técnicos, movimiento, color. Las cámaras: tipos, soportes, accesorios. Los objetivos: diafragma, enfoque, distancia focal, profundidad de campo. La edición no lineal. La luz. El sonido y los micrófonos.



SEGUNDO CURSO - 1^{er} Cuatrimestre

Redacción y Creación de Contenidos Web

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 28 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Formarse un criterio periodístico específico para el trabajo en los medios de internet. Desarrollar destrezas redaccionales complementarias a las de los medios impresos y audiovisuales. Planificar y producir mensajes de acuerdo a las características diferenciadoras del lenguaje ciberperiodístico y a las convenciones, principios y funciones narrativas de los géneros periodísticos en internet.

CONTENIDOS

Introducción a la Redacción Periodística para la web. El ecosistema mediático de internet y el trabajo en las redacciones online. Tendencias en el sector: la convergencia multimedia. El mensaje periodístico en los cibermedios: Características elementales del lenguaje periodístico en internet; Géneros ciberperiodísticos; Escribir para buscadores; La marca personal del comunicador 2.0.

Gestión de Fuentes Documentales

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 46 h. Magistral; 14 h. Prácticas de Ordenador.

OBJETIVOS

Adquirir conocimientos generales en alfabetización informacional, de modo que el alumnado esté capacitado para conseguir la información y la documentación que necesite en su vida discente y en el ejercicio profesional, y sepa utilizarla de una forma eficiente y ética. Acceder a contenidos especializados, así como a técnicas referidas a los medios de comunicación y al trabajo informativo, teniendo en cuenta la digitalización de las fuentes y su acceso a través de internet.

CONTENIDOS

Documentación Informativa: qué es y para qué sirve. Fuentes de información y documentación: dónde encontrar la información, fuentes de referencia. El proceso documental: cómo seleccionar, analizar y guardar la información. Metodología de los Trabajos de Investigación: Citas y referencias bibliográficas. Los Trabajos de Fin de Grado. Recuperación de información. Reflexión sobre internet. Aplicación de la Documentación a la Comunicación.

Marketing: Conceptos, Estrategias y Técnicas

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 46 h. Magistral; 14 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Entender los elementos de un Plan de Marketing, con sus objetivos y herramientas. Comprender dónde se sitúa dicho plan, en el conjunto de la empresa. Realizar un Plan de Marketing.

CONTENIDOS

Conceptos y desarrollo del marketing. El mercado y su entorno. El comportamiento del consumidor. El producto. Los precios. La comunicación. La distribución.

Teoría de las Relaciones Públicas

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 53 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Analizar los fundamentos teóricos y el valor de las estrategias de Relaciones Públicas, que llevan a cabo las empresas, las instituciones públicas y las organizaciones sociales. Comenzar a desarrollar planes concretos de comunicación para entidades reales del entorno más cercano y conocido.

CONTENIDOS

Evolución de las Relaciones Públicas. Las Relaciones Públicas en Europa, Asia, África y América. Naturaleza de las Relaciones Públicas. Dirección y organización en las Relaciones Públicas. La investigación en las Relaciones Públicas. La opinión pública y las Relaciones Públicas.

Sistemas y Procesos de la Publicidad y las Relaciones Públicas

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 39 h. Magistral; 21 h. Prácticas de Ordenador.

OBJETIVOS

Adquirir conocimiento y experiencia de entornos y rutinas profesionales con el objeto de acercarnos a la realidad del trabajo de los diferentes perfiles profesionales del ámbito de la publicidad y las relaciones públicas que demanda el mercado.

CONTENIDOS

El sistema publicitario: Sistemas, procesos y calidad. Sistema y procesos comunicativos en el anunciante. Sistemas y procesos en la agencia de publicidad. Las nuevas tecnologías en la publicidad y en las relaciones públicas.



SEGUNDO CURSO - 2º Cuatrimestre

Narrativas Multimedia y Transmedia

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 28 h. Prácticas de Ordenador.

OBJETIVOS

Discernir y comparar sistemas de producción multimedia. Planificar y ejecutar una producción multimedia. Evaluar el impacto de "lo multimedia" en la sociedad y la persona.

CONTENIDOS

Conceptualización: definición y claves de la producción y edición multimedia. Lenguaje multimedia: rasgos comunes a otros lenguajes periodísticos y rasgos específicos. Técnicas de edición de obras periodísticas multimedia: campos, tipos de montaje y edición. Procesos de producción de obras periodísticas multimedia.

Historia General de la Comunicación Social

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 53 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Acercarse a diferentes contextos históricos y a las formas de comunicación protagonistas en los mismos. Conocer y reflexionar críticamente en torno a la estrecha relación que existe entre cualquier proceso o acto de comunicación y el contexto histórico en el que se produce.

CONTENIDOS

Conceptualización y aspectos metodológicos de la Historia de la Comunicación. La Comunicación y la creación de los Estados Modernos. Sociedad de Masas y Medios de Comunicación de Masas. Sociedad de la Comunicación Audiovisual. La Sociedad de la Información.

Información en Televisión

Básica de rama. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 14 h. Prácticas de Aula; 14 h. Prácticas de Laboratorio.

OBJETIVOS

Desarrollar tareas profesionales que requieren los medios audiovisuales del siglo XXI, fijándonos principalmente en los elementos y técnicas necesarias para la redacción de informaciones en televisión.

CONTENIDOS

Principios de la narrativa televisiva. Proceso de elaboración de la información. Presentación y expresión oral de la información televisiva. Géneros informativos en televisión. Los informativos en televisión. Periodismo digital y comunicación transmedia.

Teorías Comunicativas

Básica de rama. 6 créditos. Tipo de docencia: 53 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Explicar el fenómeno comunicativo en sus diferentes modalidades y formas. Estudiar los efectos de los procesos comunicativos en nuestra sociedad y, en especial, los de la comunicación de masas.

CONTENIDOS

Procesos comunicativos e información. La comunicación humana. La comunicación de masas. Teorías de la comunicación. Información y desinformación. La comunicación y nosotros-nosotras.

Deontología y Medios de Comunicación

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 46 h. Magistral; 14 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Conocer los mecanismos de autorregulación de los que se dotan los medios y los profesionales de la información. Propiciar un ejercicio del periodismo acorde con la ética y respetuoso con los principios o normas deontológicas.

CONTENIDOS

Ética y deontología de la actividad periodística. Organización de los periodistas como colectivo. Ética y autorregulación de la empresa de comunicación. Algunas cuestiones éticas relevantes. Los observadores de los medios. Medios on-line y ética.



TERCER CURSO - 1^{er} Cuatrimestre

Información en Radio

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 14 h. Prácticas de Aula; 14 h. Prácticas de Laboratorio.

OBJETIVOS

Adquirir los conceptos básicos propios del lenguaje radiofónico. Aprender a diseñar, producir, redactar y presentar espacios informativos en radio.

CONTENIDOS

Las fuentes informativas. Los espacios informativos. Géneros referenciales o expositivos en radio. Géneros de diálogo o apelativos. Debate. Coloquio.

Derecho Constitucional

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 53 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Comunicar y utilizar el lenguaje y los conceptos jurídicos en los distintos géneros y formatos de los medios de comunicación.

CONTENIDOS

El Estado como ordenamiento jurídico. Las fuentes del derecho. La forma de Estado y la forma de gobierno. El control jurídico.

Tecnología del Periodismo

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 28 h. Prácticas de Ordenador.

OBJETIVOS

Acercarse a las nuevas tecnologías aplicadas al ámbito profesional. Desde la búsqueda de datos y la gestión de la información hasta la edición y publicación de los contenidos informativos en soportes tanto digitales como impresos.

CONTENIDOS

Hardware. Sistemas operativos. Navegación. Motores de búsqueda. Dispositivos móviles y conectividad. Imagen digital. Implicaciones jurídicas y éticas. Los Sistemas de Gestión de Contenidos. Sistemas de impresión. Otras herramientas digitales.

Diseño Gráfico

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 39 h. Magistral; 21 h. Prácticas de Ordenador.

OBJETIVOS

Abordar los fundamentos del lenguaje visual, estudiando la gramática visual de las piezas publicitarias. Aprender a tomar decisiones acertadas en el empleo de los elementos compositivos, corrigiendo los errores a lo largo del proceso.

CONTENIDOS

Influencias: movimientos estéticos y maestros del Diseño Gráfico. Tipografía. Función del diseño y fundamentos del Diseño Gráfico.

Planificación de Medios I

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 46 h. Magistral; 14 h. Prácticas de Ordenador.

OBJETIVOS

Conocer las características de los medios de comunicación, así como sus aportes. Aprender a seleccionar los medios más adecuados para la divulgación del mensaje, elemento fundamental para gestionar las campañas publicitarias desde un anunciante o desde una agencia de medios.

CONTENIDOS

Teoría de la comunicación personal vs masiva. Los medios de comunicación masivos como medios de comunicación publicitarios. Fuentes de información. Conceptos básicos utilizados en la selección y planificación de medios: Audiencia, Rentabilidad, Planes de medios. La oferta de medios en el Estado español: Prensa diaria, Suplementos dominicales, Revistas, Publicidad exterior, Televisión, Radio, Cine, Internet.



TERCER CURSO - 2º Cuatrimestre

Redacción Publicitaria

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 46 h. Magistral; 14 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Comprender la estrategia de marketing y diseñar la estrategia creativa. Aplicar la estrategia creativa a diferentes tipos de medios, tanto convencionales como nuevos medios digitales. Redactar textos publicitarios elocuentes. Presentar y defender oralmente un proyecto.

CONTENIDOS

Introducción a la redacción publicitaria. Planificación y desarrollo de la estrategia creativa. Principales recursos de la redacción publicitaria. La redacción publicitaria aplicada. Redacción bilingüe y multilingüe.

Técnicas de las Relaciones Públicas

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 39 h. Magistral; 21 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Aprender a dominar y manejar las técnicas principales (publicity, comunicación online, publicidad de Relaciones Públicas, eventos y lobbying) que se usan a la hora de desarrollar los planes de comunicación de Relaciones Públicas.

CONTENIDOS

Técnicas en comunicación escrita y oral/visual. Internet en las Relaciones Públicas. La publicidad en las Relaciones Públicas. Eventos especiales en las Relaciones Públicas. Los medios de comunicación. La comunicación interna. La comunidad. Los consumidores. Las instituciones gubernamentales. Relaciones Públicas en ONGs.

Historia de la Publicidad

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 46 h. Magistral; 14 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Valorar la evolución de la Publicidad como fenómeno y técnica de comunicación que contribuye a la articulación y desarrollo de las sociedades modernas.

CONTENIDOS

La Publicidad en la Historia. Prehistoria de la publicidad: Los orígenes de la publicidad. El nacimiento de la Publicidad comercial: La era del reclamo. La consolidación de la Publicidad. La expansión publicitaria en la primera mitad del siglo XX: Publicidad científica. Consumismo y televisión: La era de la Publicity. La Publicidad en el último tercio del siglo XX. El cambio de siglo.

Historia del Pensamiento Político

Básica de rama. 6 créditos. Tipo de docencia: 53 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Tratar las principales ideas de los pensadores que se han preocupado por los asuntos del poder político y que han tenido gran repercusión en las épocas moderna y contemporánea. Reflexionar desde la filosofía política y desarrollar una perspectiva normativa y abstracta. Comprender las principales características de las grandes líneas ideológicas de nuestros días.

CONTENIDOS

Pensamiento político e Historia. Modernidad y sus antecedentes. Absolutismo e Ilustración. La era de las revoluciones. Ideologías y movimientos políticos y sociales del mundo contemporáneo.

Métodos de Investigación en Comunicación

Básica de rama. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 21 h. Prácticas de Aula; 7 h. Prácticas de Ordenador.

OBJETIVOS

Prepararse en el campo de la investigación científica. Adquirir competencias para perfiles profesionales de puestos consultivos y directivos en los campos de la comunicación, del marketing y las relaciones públicas.

CONTENIDOS

La investigación y su proceso. El proyecto de investigación. Investigación cuantitativa por encuesta. Investigación cualitativa por entrevista/grupo de discusión. Presentación de resultados de investigación.



CUARTO CURSO - 1^{er} Cuatrimestre

Géneros Interpretativos

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 39 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Aula; 14 h. Prácticas de Ordenador.

OBJETIVOS

Aprender a introducir en las informaciones elementos propios de la subjetividad, tales como el análisis, la valoración y la observación. Utilizar, con moderación y eficacia, recursos literarios y estilísticos con el fin de embellecer formalmente la información.

CONTENIDOS

Interpretación y realidad en el periodismo contemporáneo. Enfoques interpretativos en la información. La entrevista interpretativa, literaria o de personalidad. El reportaje interpretativo o gran reportaje. La crónica.

Fotoperiodismo

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 39 h. Magistral; 14 h. Prácticas de Aula; 7 h. Prácticas de Ordenador.

OBJETIVOS

Profundizar en la expresión fotográfica dirigida a los medios. Aprender los elementos principales del lenguaje fotográfico. Adquirir recursos para analizar el fotoperiodismo no sólo como periodista, sino también como investigador.

CONTENIDOS

Funcionamiento de la cámara fotográfica. La composición fotográfica. Empleo informativo de la fotografía: Función de la imagen; "Fotoverdad"; Objetividad. Desarrollo del fotoperiodismo. Estudio de la imagen fotográfica.

Gabinets de Comunicación

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 53 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Comprender la importancia de la comunicación en las organizaciones y la importancia del plan de comunicación. Analizar el funcionamiento de los gabinetes de comunicación en la comunicación interna y externa de la organización.

CONTENIDOS

Gabinets de comunicación: definición, objetivos y funciones. Los gabinetes de comunicación en instituciones, empresas y otras organizaciones. Tipología de gabinetes. La comunicación externa. La comunicación interna. La comunicación de crisis. Las nuevas tecnologías en los gabinetes de comunicación.

Principios del Diseño Periodístico

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 28 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Ser capaz de utilizar los programas de edición profesional más habituales en el ámbito periodístico, en conjunción con los criterios periodísticos y redaccionales. Mediante el diseño y la creación de productos informativos, completar con éxito todas las fases de desarrollo de un proyecto periodístico, desde la ideación hasta la producción y publicación final.

CONTENIDOS

Contextualización sobre prensa, tecnología y diseño en el último cuarto del siglo XX. Elementos del diseño periodístico: Formato, Cabecera, Columna, Página, Tipografía, Titulación, Ilustración, Recursos tipográficos, Blancos, Color, Vertebración del diario, Publicidad. Nuevos Medios.

Optativa I

Optativa. 6 créditos.



CUARTO CURSO - 2º Cuatrimestre

Planificación de Medios II

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 46 h. Magistral; 14 h. Prácticas de Ordenador.

OBJETIVOS

Diseñar, analizar y desarrollar planes de medios, aplicando criterios informados a la resolución de problemas de comunicación publicitaria y de relaciones públicas.

CONTENIDOS

El Plan de Medios. Fase de Información. Fase de Acción: Definición de objetivos, Selección de Medios, Periodos de actividad de la campaña, Selección de Soportes, Informe de Campaña y Ópticos, Estrategia y táctica, Calendario de Inserciones, Presupuesto (...). Informe Cierre de Campaña.

Creatividad

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 39 h. Magistral; 21 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Ejercitar la capacidad de encontrar soluciones originales a problemas de comunicación publicitaria. Superar las limitaciones por el miedo al error o la vergüenza en la fase de ideación. Adquirir técnicas para desbloquear situaciones aparentemente irresolubles.

CONTENIDOS

Definición de creatividad. La estrategia como soporte principal. Las fases del proceso creativo. Copy Strategy. Técnicas creativas. Romper la norma. El miedo al error. El criterio y la apuesta. El equipo creativo.

Derecho de la Información

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 53 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Utilizar correctamente las técnicas de comprobación y redacción de noticias y de elaboración de otros productos informativos, expresivos, publicitarios o de entretenimiento, evitando contraer responsabilidades jurídicas (penales, civiles, laborales o administrativas) en el ejercicio de la profesión. Profundizar en aquellos aspectos que tienen que ver con los contenidos y límites específicos de las libertades de expresión y de información.

CONTENIDOS

El Derecho de la Información. La libertad de expresión y la libertad de información. Límites externos e internos. La libertad de expresión ideológica y sus limitaciones. Intervenciones restrictivas. El derecho a recibir información. Secretos oficiales y limitaciones de acceso a informaciones de los poderes públicos. La cláusula de conciencia. El secreto profesional. Los derechos al honor, a la intimidad y a la propia imagen. El derecho de rectificación. La protección de la juventud y de la infancia. El estatuto jurídico del profesional de la información. Régimen jurídico de los medios audiovisuales.

Relaciones Internacionales

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 53 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Analizar y valorar la génesis y estado actual de la sociedad internacional contemporánea y los procesos, problemas y retos más importantes de ámbito global que encara la humanidad en el siglo XXI.

CONTENIDOS

Los Actores de la Sociedad Internacional. La estructura del sistema internacional. Los procesos básicos de la Sociedad Internacional. Grandes Desafíos de la Humanidad en la era de la globalización.

Optativa II

Optativa. 6 créditos.



QUINTO CURSO - 1^{er} Cuatrimestre

Locución Informativa

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 28 h. Prácticas de Laboratorio.

OBJETIVOS

Adquirir las habilidades necesarias para la culminación del proceso comunicativo en un discurso oral, tanto en formato radiofónico como frente a las cámaras. Tomar conciencia de la importancia que tiene el adecuado control y manejo de la voz en un espacio informativo.

CONTENIDOS

Locución y pánico escénico. Fonética y pronunciación. Cualidades de la voz: Intensidad, Duración, Tono, Timbre. Educación de la voz: Relajación, Respiración, Fonación, Articulación. La prosodia: la entonación, el acento, el ritmo.

Reportерismo

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 28 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Fomentar la lectura analítica y crítica de los reportajes. Profundizar en la redacción periodística. Conocer el sistema de trabajo preciso para elaborar un reportaje periodístico. Concienciarse de la relevancia de un trabajo veraz, realizado de forma honesta y acorde con la deontología de la profesión.

CONTENIDOS

Definición: ¿Qué es el reportaje? Historia del reportaje. Tipología del reportaje. Estructura del reportaje: Titulación, Entradillas, Cuerpo, Cierre. El estilo del reportaje. Elaboración del reportaje: Pautas para la elección del tema, La importancia del enfoque, El trabajo con fuentes, La verificación de la información, La selección de la información. El reportaje contemporáneo: Nuevas tendencias.

Marketing Estratégico e Interactivo

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 39 h. Magistral; 21 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Estudiar e identificar las necesidades del individuo y de las organizaciones siguiendo la evolución de los mercados de referencia. Diseñar y desarrollar un plan de marketing para una organización.

CONTENIDOS

La planificación del marketing: El plan de marketing. La planificación estratégica empresarial y la planificación en marketing. Gestión estratégica del marketing: Aspectos estratégicos y operativos con la aportación del marketing interactivo.

Psicosociología del Consumo y Marketing

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 39 h. Magistral; 21 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Aprender modelos teóricos y técnicas para analizar, describir y comprender el comportamiento de los consumidores: compra de productos, cómo se utilizan los servicios, cómo se practican actividades, cómo se viven las experiencias de consumo y cómo se aceptan o rechazan ideas.

CONTENIDOS

El comportamiento del consumidor. Las variables psicológicas: motivación, percepción, memoria y actitudes. El proceso de toma de decisiones: reconocimiento de la necesidad, búsqueda de información, evaluación, decisión y procesos post-decisión. Influencia del entorno cultural en el consumidor.

TRABAJO FIN DE GRADO I

12 créditos

TRABAJO FIN DE GRADO II

12 créditos



QUINTO CURSO - 2º Cuatrimestre

Géneros de Opinión

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 32 h. Magistral; 28 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Aprender a analizar y redactar adecuadamente los diferentes tipos de géneros de opinión. Adquirir las herramientas argumentativas esenciales para articular los textos de periodismo de opinión.

CONTENIDOS

Ideología de la prensa. Géneros periodísticos para la opinión. Opinión en el ejemplar diario. Editorial. Suelto o glosa. Artículo. Opinión dibujada. Columna. Comentario. Crítica y reseña. Titulación de los géneros de opinión. Opinión del lector de prensa.

Periodismo Especializado

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 39 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Aula; 14 h. Prácticas de Ordenador.

OBJETIVOS

Orientar la formación del alumnado hacia la especialización periodística en los distintos géneros, formatos y contenidos. Conocer la manera de trabajar del periodismo especializado.

CONTENIDOS

Periodismo y especialización. La producción informativa especializada. El/la periodista especializado/a. Periodismo Local. Periodismo Político. Periodismo Económico. Periodismo Internacional. Periodismo Científico. Periodismo Cultural. Periodismo Deportivo.

Derecho de la Publicidad

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 53 h. Magistral; 7 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Explicar correctamente los conceptos y las instituciones jurídicas básicas que conforman el ordenamiento legal al que se somete la actividad publicitaria. Interpretar y contextualizar la normativa reguladora de la publicidad, adentrándose en los diversos conjuntos normativos que integran dicha normativa.

CONTENIDOS

La publicidad y el ordenamiento jurídico. Concepto legal de publicidad. Sujetos publicitarios. Contratos publicitarios. La publicidad ilícita. Remedios judiciales y extrajudiciales frente a la publicidad ilícita. La promoción de ventas y su publicidad.

Comunicación Estratégica y Operacional

Obligatoria. 6 créditos. Tipo de docencia: 39 h. Magistral; 21 h. Prácticas de Aula.

OBJETIVOS

Comprender el proceso de planificación de la comunicación. Conocer las técnicas de comunicación al servicio del anunciante. Practicar la elaboración y propuesta de un plan de comunicación.

CONTENIDOS

El plan de comunicación. Áreas de gestión en el proceso de planificación de la comunicación. Las técnicas de comunicación.

Prácticas en empresas

Las prácticas de colaboración educativa **te acercarán a la realidad de una empresa o institución** pública o privada y para que conozcas las rutinas de trabajo en situación real. De esta forma, puedes complementar tu formación académica y adquirir experiencia laboral, desarrollando tareas vinculadas a los conocimientos aprendidos en la titulación.

Las prácticas son voluntarias en **tercer, cuarto y quinto curso** del doble grado. Están tuteladas por profesorado de la Facultad y son reconocidas con 6 créditos académicos, como si de una materia optativa se tratase.

Más de
450
convenios de
cooperación
educativa

Más de
900
plazas de
prácticas

Más de
600
empresas e
instituciones
colaboradoras

Para el Doble Grado en Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas, la Facultad tiene **acuerdos con más de 500 empresas, instituciones y fundaciones** en las que puedes desarrollar sus prácticas: **Productoras audiovisuales**, como ITESA, Ediciones Foro Digital, Media Attack, Bainet, Baleuko, K 2000, Pausoka, y Basque Films, entre otras; **Medios de comunicación**, como EITB, Grupo Noticias, RTVE, Grupo Vocento, ATRESMEDIA y Mediaset, entre otros; **Estudios de fotografía**; **Asociaciones**; etc.

En la web de la Facultad puedes consultar la **información actualizada** por cuatrimestres de cada una de las plazas de prácticas ofertadas: empresa, tareas, requisitos y compensación económica.

Programas de movilidad

A partir del segundo curso del doble grado, puedes participar **hasta en dos programas de movilidad** y realizar estancias de estudio en universidades extranjeras y del resto del Estado. Se puede elegir el periodo de estudios preferido: un cuatrimestre o un curso completo.

Los programas de movilidad son los siguientes:

1. **Erasmus+**, para movilizaciones en universidades europeas, como Alemania, Bélgica, Dinamarca, Francia, Italia, Noruega, Países Bajos, Reino Unido, Suecia, entre otras.
2. **UPV-AL**, para universidades de América Latina, en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, entre otras.
3. **Programa Otros Destinos**, movilidad de estudios en universidades de EE.UU., Canadá, Corea del Sur, Filipinas y Japón.
4. **SICUE**, para movilizaciones en las principales universidades del Estado español.

En todos los programas de movilidad internacional, el alumnado tiene la opción de estudiar en inglés, francés o alemán. En estos casos será necesario acreditar la competencia lingüística en estos idiomas.

Más de
230
plazas para
estancias en
universidades
europeas

Más de
50
plazas para
estancias en
universidades
latinoamericanas

Más de
140
plazas para
estancias en
universidades
del Estado

