



ASIGNATURAS DISPONIBLES PARA ESTUDIANTES DE MOVILIDAD
AVAILABLE COURSES FOR INCOMING STUDENTS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
GRADO EN PERIODISMO
GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

ASIGNATURAS COMUNES DEL GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS, GRADO EN PERIODISMO Y GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL			
CURSO Y SEMESTRE	NOMBRE DE LA ASIGNATURA Y ECTS	CÓDIGO Y ACCESO A LA GUÍA DOCENTE	BREVE DESCRIPCIÓN
1^{er} CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Creatividad en Comunicación (6 ECTS)	11727 Publicidad y RR.PP. 11621 Periodismo 11822 Comunicación Audiovisual	El contenido teórico y práctico de la asignatura Creatividad en Comunicación ha sido diseñado para que el alumno desarrolle sus capacidades creativas. Para ello, ha de conocer los fundamentos teóricos del concepto de creatividad y las técnicas creativas básicas que ha de utilizar en los trabajos prácticos: concepto de creatividad, investigación sobre creatividad, principales técnicas de creatividad y habilidades del pensamiento creativo.
1^{er} CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Lengua (6 ECTS)* *Esta asignatura requiere fluidez oral y escrita en el idioma español	11705 Publicidad y RR.PP. 11610 Periodismo 11800 Comunicación Audiovisual	La asignatura de Lengua española se orienta a mejorar la competencia lingüística de los estudiantes (en los planos fonético-fonológicos, léxico-semánticos, morfosintácticos y pragmáticos), con objeto de facilitarles, a través de una metodología eminentemente práctica, las tareas que deberán desarrollar en su ejercicio profesional.
1^{er} CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Inteligencia Emocional y Psicología de la Comunicación (6 ECTS)	11736 Publicidad y RR.PP. 11632 Periodismo 11830	La asignatura está orientada a promover una educación integral que posibilite el desarrollo pleno de la persona aumentando el autoconocimiento, fomentando la autoestima y desarrollando hábitos de autocuidado emocional que estimulen y fomenten la capacidad de negociación, de resolución de conflictos, de liderazgo y de trabajo en equipo. Ésta se orienta a cumplir fundamentalmente

		Comunicación Audiovisual	con uno de los objetivos de la titulación: el de promover una educación integral que posibilite el desarrollo pleno de la persona y la excelencia en su futuro profesional.
1^{er} CURSO^r Primer semestre (septiembre-febrero)	Teología I (3 ECTS)	11694 Publicidad y RR.PP. 11599 Periodismo 11789 Comunicación Audiovisual	La asignatura Teología I es la primera parte de la materia de Teología perteneciente al Módulo de Educación Integral -un módulo común y obligatorio en todas las titulaciones de Grado de la UCAM-. Se encuentra directamente relacionada con el objetivo que la UCAM acomete en todas sus titulaciones y que consiste en “promover una educación integral que posibilite el desarrollo pleno de la persona y la excelencia en su futuro profesional, tomando como elementos básicos los fundamentos de la cultura europea y occidental: la teología, la ética y las humanidades”. Esta asignatura ofrece a los alumnos la posibilidad de ampliar la visión del hombre y del mundo desde categorías y valores que han configurado nuestra cultura. Ello posibilitará una mayor maduración personal y la comprensión del contexto social y cultural en el que desarrollará su futura profesión.
1^{er} CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Publicidad y Relaciones Públicas (6 ECTS)	11740 Publicidad y RR.PP. 11601 Periodismo 11834 Comunicación Audiovisual	Esta materia supone un primer acercamiento para capacitar al alumno en el reconocimiento de los mensajes publicitarios y de relaciones públicas, así como para formarlo en la exigencia de un planteamiento estratégico en el desarrollo de su futura actividad profesional. Sentar las bases teóricas y actitudinales necesarias para ello constituye una tarea esencial para el correcto desarrollo laboral del egresado.
1^{er} CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Sociología de la Comunicación (6 ECTS)	11695 Publicidad y RR.PP. 11600 Periodismo 11790 Comunicación Audiovisual	En la presente asignatura se abordan los principios conceptuales básicos de la comunicación interpersonal y la comunicación de masas, así como las principales tradiciones teóricas desde las que se ha desarrollado la investigación en comunicación. Así, se propone una aproximación interdisciplinar al fenómeno comunicativo desde campos tan variados como la sociología, la semiótica o la cibernética. Se ahonda en las principales perspectivas y corrientes de pensamiento que han influido en el estudio de la comunicación de masas e interpersonal (funcionalista, crítica, interpretativa) y se ofrecen reflexiones sobre el papel de la comunicación en la posmodernidad, la sociedad de la información, los procesos que atraviesan la actual espectacularización mediática y la influencia de los medios en la sociedad de consumo.
1^{er} CURSO	Ética	11737	La asignatura pretende razonar y sintetizar

Segundo semestre (febrero-junio)	Fundamental (3 ECTS)	Publicidad y RR.PP. 11641 Periodismo 11831 Comunicación Audiovisual	contenidos del ámbito de conocimiento de la ética. Analiza de manera reflexiva informaciones de carácter ético. Se ocupa también de conocer los elementos esenciales de los que depende la calificación moral de los actos humanos. Finalmente, identifica las características de la persona humana desde una antropología integral.
2º CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Estructura de las Instituciones Políticas (6 ECTS)	11708 Publicidad y RR.PP. 11611 Periodismo 11803 Comunicación Audiovisual	La asignatura aspira a explicar y arrojar luz acerca de una serie de conceptos, aspectos, categorías y funciones de la Ciencia política necesarios para interpretar y analizar correctamente la realidad; a saber, el significado de lo político, el Estado como estructura política última, el principio de separación de poderes y su trascendencia en el sistema democrático, la configuración institucional del poder, los regímenes políticos, los mecanismos de democracia representativa –partidos políticos-, etc.; desigualdades y conflictos en el mundo contemporáneo; potencias emergentes; el avance tecnológico y su efecto en las Relaciones internacionales; los actores de las Relaciones internacionales; el sistema político español; la Política Exterior y la nueva situación de España en el mundo. A modo de síntesis, la asignatura proporcionará al alumno una visión global de los sistemas políticos contemporáneos, de las Relaciones Internacionales y de la sociedad y la política en la España democrática; lo capacitará para la comprensión y la elaboración de información política; y desarrollará su capacidad de análisis sobre las cuestiones de la actualidad informativa.
2º CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Ética Aplicada y Bioética (3 ECTS)	11702 Publicidad y RR.PP. 11607 Periodismo 11797 Comunicación Audiovisual	La asignatura de Ética Aplicada y Bioética se encuentra directamente relacionada con el objetivo que la UCAM acomete en todas sus titulaciones: “Promover una educación integral que posibilite el desarrollo pleno de la persona y la excelencia en su futuro profesional, tomando como elementos básicos los fundamentos de la cultura europea y occidental: la teología, la ética y las humanidades”. La asignatura pretende desarrollar la capacidad reflexiva y crítica de los alumnos sobre los asuntos sociales, estimular la responsabilidad profesional como vía de realización personal y capacitarlos para una adecuada reflexión sobre importantes cuestiones bioéticas actuales, mediante la adquisición de criterios racionales, científicos y éticos.
2º CURSO	Lenguaje	11701	Esta asignatura es una aproximación al estudio del lenguaje y el mensaje publicitario desde las

Primer semestre (septiembre-febrero)	Publicitario (6 ECTS)	Publicidad y RR.PP. 11606 Periodismo 11796 Comunicación Audiovisual	disciplinas lingüística, sociológica y psicológica. La asignatura plantea el estudio de las funciones propias del lenguaje empleado por la publicidad y la comprensión de la publicidad como disciplina científica. Por lo tanto, se centrará en estudiar el lenguaje publicitario desde la semiótica y la retórica y el análisis de la relación entre sus signos (texto e imagen), la semántica de los discursos publicitarios y la interpretación o sentido final aportado por los destinatarios de los mensajes. Por último, la asignatura alberga un bloque destinado a la comprensión de los procesos que definen los tipos de consumo y cómo la publicidad, a través de la marca y su lenguaje, influye en las decisiones de compra de los consumidores.
2º CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Marketing aplicado a la Comunicación (6 ECTS)	11707 Publicidad y RR.PP. 11612 Periodismo 11802 Comunicación Audiovisual	La asignatura “Marketing aplicado a la Comunicación” es una aproximación al conocimiento de la estructura del mercado de la comunicación mediante el análisis del entorno de marketing; y ofrece pautas, desde la observación y el análisis de dicho entorno, para la creación, puesta en marcha y dirección estratégica de un producto de comunicación acorde con las necesidades del mercado.
2º CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Teología II (3 ECTS)	11697 Publicidad y RR.PP. 11602 Periodismo 11792 Comunicación Audiovisual	La asignatura Teología II es la segunda parte de la materia de Teología del Módulo de Educación Integral -un módulo común y obligatorio en todas las titulaciones de Grado de la UCAM-. Se encuentra directamente relacionada con el objetivo que la UCAM acomete en todas sus titulaciones y que consiste en “promover una educación integral que posibilite el desarrollo pleno de la persona y la excelencia en su futuro profesional, tomando como elementos básicos los fundamentos de la cultura europea y occidental: la teología, la ética y las humanidades”. Esta asignatura ofrece a los alumnos la posibilidad de ampliar la visión del hombre y del mundo desde categorías y valores que han configurado nuestra cultura. Ello posibilitará una mayor maduración personal y la comprensión del contexto social y cultural en el que desarrollará su futura profesión.
2º CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Gestión y Exposición de Trabajos Académicos (6 ECTS)	11704 Publicidad y RR.PP. 11604 Periodismo 11799 Comunicación	La asignatura pretende que el alumno adquiera capacidad y habilidad para expresarse mediante sus trabajos con fluidez y eficacia comunicativa, para que el alumno aprenda a gestionar y elaborar proyectos académicos a lo largo de todo el grado, a la vez que sepa expresar sus resultados con claridad. El alumno además tendrá capacidad creativa y dominio del lenguaje audiovisual, junto a una predisposición a la innovación en los diferentes soportes y

		Audiovisual	producciones audiovisuales y digitales. De este modo se remarca que no siempre los proyectos académicos durante el Grado serán exclusivamente de naturaleza escrita o lineal. El alumno además estará capacitado para una correcta, clara y coherente expresión tanto oral como escrita, singularmente a través de los lenguajes propios de los medios de comunicación y reconociendo éstos con facilidad. El alumno además podrá adquirir la capacidad para conceptualizar y crear mensajes persuasivos, así como para diseñar, elaborar y evaluar estrategias de comunicación, marketing, publicidad, relaciones públicas y planificación de medios, y reflejarlas claramente en sus trabajos académicos.
--	--	-----------------------------	---

ASIGNATURAS ESPECÍFICAS DEL GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS			
CURSO Y SEMESTRE	NOMBRE DE LA ASIGNATURA Y ECTS	CÓDIGO Y ACCESO A LA GUÍA DOCENTE	BREVE DESCRIPCIÓN
3^{er} CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Planificación e Investigación de Medios Publicitarios (6 ECTS)	11710 Publicidad y RR.PP.	Los contenidos de esta asignatura están orientados hacia el conocimiento de la terminología y conceptos utilizados para definir los objetivos y pasos de una estrategia de planificación publicitaria en medios convencionales, así como hacia el conocimiento de las fuentes de información y empresas que gestionan la medición del rendimiento y eficacia del mensaje publicitario. Finalmente, el alumno desarrollará un trabajo práctico en el que deberá desarrollar la fase de planificación de medios de una campaña publicitaria mediante la utilización del software profesional específico de esta área.
3^{er} CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Producción y Organización de Eventos (6 ECTS)	11719 Publicidad y RR.PP.	Producción y Organización de Eventos es una asignatura que prepara a los alumnos para entender y aplicar todas las técnicas y normas necesarias para la organización de eventos en ámbitos tan variados como la empresa, las instituciones públicas, las universidades o el deporte.
3^{er} CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Planificación Publicitaria en Medios No Convencionales (6 ECTS)	11715 Publicidad y RR.PP.	La asignatura se divide en dos grandes bloques: en el primer bloque de la asignatura se analizará y explicará Internet como medio de comunicación comercial y como modelo de comunicación social. Se tendrán en cuenta los agentes del mercado publicitario de Internet y se prestará atención al plan de publicidad

			online. En el segundo se desarrollan los conocimientos teóricos necesarios para comprender los medios de comunicación no convencionales: la venta personal, la promoción de ventas, el patrocinio, el marketing directo, el merchandising, el PLV, el marketing de guerrilla...
4º CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Dirección de Arte y Redacción Publicitaria (4,5 ECTS)	11723 Publicidad y RR.PP.	En la asignatura Dirección de arte y redacción publicitaria básicamente buscamos estudiar y analizar desde un punto de vista teórico-práctico dos aspectos principales: 1) Los procesos de elaboración y redacción de los textos publicitarios y su adecuación a la imagen y al mensaje para desarrollar la actividad creativa en la profesión publicitaria. 2) Los procesos creativos de la función del director de arte en la actividad publicitaria y aproximación teórico-práctica a la expresión de la vertiente icónica del mensaje publicitario.
4º CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Organización Empresarial de la Publicidad y de las RR.PP. (4,5 ECTS)	11721 Publicidad y RR.PP.	La asignatura ofrece al estudiante una visión global de los fundamentos sobre la gestión de una empresa publicitaria, la estructura de las agencias de publicidad y relaciones públicas. Trataremos de la gestión económica y de las estrategias de crecimiento organizacional.
4º CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Estrategias de la Comunicación Publicitaria (6 ECTS)	11722 Publicidad y RR.PP.	La asignatura Estrategias de la Comunicación Publicitaria parte del conocimiento teórico del concepto de estrategia y de su desarrollo en el ámbito empresarial y, concretamente, en el área de la comunicación publicitaria. Los trabajos prácticos acercan al alumno a supuestos reales en los que aprende a idear, desarrollar, presentar y defender sus propias estrategias.
4º CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Relaciones Públicas Estratégicas (6 ECTS)	11729 Publicidad y RR.PP.	Relaciones Públicas estratégicas introduce al alumno en el conocimiento en detalle sobre las Relaciones Públicas, su definición, orígenes, modelos, ética y ámbitos de aplicación. Asimismo, la asignatura capacita al alumno para poder desarrollar planes estratégicos de Relaciones Públicas.
4º CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Taller de Producción Publicitaria Impresa (4,5 ECTS)	11730 Publicidad y RR.PP.	La asignatura Taller de producción publicitaria impresa forma, junto con Taller de publicidad audiovisual, la materia Ejecución de proyectos publicitarios. Estas asignaturas conforman, además, el módulo Producto publicitario. Además, se relaciona especialmente con la asignatura Dirección de arte y redacción publicitaria, del módulo Creatividad e Innovación en comunicación. Como su nombre indica, es una asignatura de carácter práctico basada en el conocimiento y manejo de las tecnologías precisas para la

			producción de originales publicitarios en distintos soportes impresos.
4º CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Taller de Publicidad Audiovisual (4,5 ECTS)	11724 Publicidad y RR.PP.	<p>Esta asignatura es de carácter práctico. El objetivo principal es grabar un anuncio audiovisual a partir del diseño estratégico de una campaña publicitaria. Durante las sesiones teóricas del curso, recordaremos los principales aspectos de la estructura de una campaña publicitaria para delimitar los requisitos específicos que un spot o anuncio publicitario debe cumplir. A su vez, se revisarán los criterios y recursos de la creatividad publicitaria, así como las funciones del equipo creativo y de producción.</p> <p>Los alumnos trabajarán en grupos y se dividirán las funciones y tareas para la ideación, planificación y producción de un spot publicitario. Previamente a la ejecución o grabación del anuncio, los alumnos desarrollarán, obligatoriamente, un <i>storyboard</i> y <i>guión de producción</i> del anuncio o anuncios propuestos. Una vez supervisados y aprobados por el profesor, los alumnos comenzarán la grabación del anuncio según la planificación aprobada combinando el uso de las instalaciones de la universidad (Estudio de televisión, radio y cámaras) y las localizaciones externas necesarias y aprobadas por el profesor. El montaje y edición del spot se realizará en las instalaciones de la universidad. Los grupos presentarán sus piezas finales en la última sesión de la asignatura que tendrá el rigor de una exposición a evaluar por el profesor.</p>
4º CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Publicidad y Entretenimiento Audiovisual (6 ECTS)	11728 Publicidad y RR.PP.	Esta asignatura supone una profundización y especialización en torno a la publicidad de productos audiovisuales de entretenimiento. La asignatura se centra en una primera aproximación teórica a este fenómeno y se completa con el diseño práctico de campañas publicitarias en torno a series y programas de televisión, y películas cinematográficas.
4º CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Aspectos Legales de la Publicidad (6 ECTS)	11731 Publicidad y RR.PP.	La asignatura estudia las consecuencias del impacto social y comercial de la publicidad en la dimensión social y mercantil analizando la importancia de los medios de comunicación en los sistemas políticos, su papel en la Democracia y las elecciones, la generación de opinión pública, las diferencias entre manipulación, persuasión y propaganda en el ámbito de la política. En el ámbito de la empresa la asignatura versará sobre el estudio de todos los tipos de publicidad ilícita, la propiedad intelectual, los derechos de imagen y algunos derechos fundamentales especialmente afectados por la publicidad. Por

			último, la asignatura también tratará la regulación de publicidad en la empresa, los contratos publicitarios, los códigos deontológicos y la autodisciplina publicitaria.
4º CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Historia de la Publicidad y Relaciones Públicas (6 ECTS)	11733 Publicidad y RR.PP.	Esta asignatura desarrolla contenidos básicos referidos a la evolución histórica de la comunicación publicitaria. Su conocimiento contribuye a que el alumno consolide su formación en el proceso de la publicidad desde una perspectiva diacrónica, que le permita entender mejor el presente de la actividad publicitaria.
4º CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Publicidad Interactiva (6 ECTS)	11732 Publicidad y RR.PP.	Esta asignatura recoge los procedimientos teóricos y prácticos de trabajo necesarios para interpretar las condiciones profesionales del anunciante y ofrecer soluciones de comunicación eficaces para la consecución de los objetivos esperados enfocados al ámbito digital y online.
4º CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Investigación de Targets (6 ECTS)	11734 Publicidad y RR.PP.	Esta asignatura se enmarca dentro de los objetivos generales del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, desde el momento en el que trata de ofrecer al alumno los conocimientos teóricos y reflexivos más actuales y las herramientas profesionales más adecuadas para el ejercicio de las labores específicas de la Investigación comercial, gestión de fuentes de información y diseño de investigaciones en todo tipo de organizaciones. Además de las competencias profesionales más directas sobre la materia, se forma al alumno en la iniciativa personal, en el trabajo en grupo, en la búsqueda de soluciones a los problemas dados y al acercamiento real al mundo de la empresa, profundizando en la realidad comunicativa de las organizaciones. También se forma en la identificación de fuentes de información rigurosas y sus usos. Así como a generar información rigurosa, eficaz, tanto primaria como secundaria, y que incremente el acierto en la toma de decisiones profesionales maximizando beneficios. Se enseñará a trabajar con SPSS en su forma básica, diseño de variables, generación de matrices de datos y explotación. Esta aplicación es de especial interés en el mundo de la publicidad (pre-test y post-tes publicitarios, encuestas, etc.)

ASIGNATURAS ESPECÍFICAS DE PERIODISMO

CURSO Y SEMESTRE	NOMBRE DE LA	CÓDIGO Y	BREVE DESCRIPCIÓN
------------------	--------------	----------	-------------------

	ASIGNATURA Y ECTS	ACCESO A LA GUÍA DOCENTE	
3^{er} CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Autoempleo y Proyectos Periodísticos (6 ECTS)	11628 Periodismo	La asignatura combina la explicación en clase de elementos teóricos, análisis del panorama actual de la profesión de periodista y casos de profesionales que han decidido emprender su propio proyecto profesional. Se complementa con prácticas amenas y útiles para desarrollar la marca personal del periodista y comprender los nuevos modelos de negocio que están caracterizando la industria de medios.
3^{er} CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Tecnología III: Multimedia Interactiva (6 ECTS)	11616 Periodismo	El desarrollo de la asignatura Tecnología III: Multimedia Interactiva es básico para alcanzar algunos de los objetivos, tanto generales como específicos, marcados en el Grado, especialmente aquellos relacionados con el conocimiento y comprensión de la sociedad actual y sus cambios derivados del progreso tecnológico, para transmitirlo de un modo crítico; adquirir un conocimiento suficiente de las formas de búsqueda y selección de información, y la capacidad y habilidad para crear, organizar, analizar y procesar mensajes por medio de las nuevas plataformas emergentes en la Web. Al cursar esta asignatura, el alumno adquiere una visión global de las oportunidades y retos que le plantea el nuevo escenario mediático, caracterizado por la importancia de la recomendación social como nuevo paradigma de difusión y la constante ruptura de fronteras entre lo profesional y lo aficionado.
3^{er} CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Opinión Pública (6 ECTS)	11623 Periodismo	Esta asignatura pretende ofrecer una reflexión interdisciplinar sobre el papel que desempeña la Opinión Pública en la sociedad, partiendo de sus cimientos conceptuales en el marco de la esfera pública y analizando cómo se configura en el contexto sociopolítico (medios de comunicación y encuestas). El principal objetivo que pretende alcanzar la asignatura es la adquisición de los marcos históricos y conceptuales que explican el papel desempeñado por la opinión pública en la cultura política occidental desde finales del siglo XVIII. Se ofrecerán las claves de interpretación de las principales teorías que han servido para explicar la relación entre mundo mediático, sondeos y política.
4^o CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Comunicación Política y Procesos Electorales (6 ECTS)	11633 Periodismo	Con respecto a los objetivos de la titulación, esta asignatura pretende ofrecer una reflexión práctica sobre las técnicas y estrategias utilizadas para la gestión de la comunicación política, tanto en su dimensión electoral como no electoral. Con tal fin, la asignatura incluye el

			diseño de campañas electorales, la gestión estratégica de la comunicación política institucional y la mediación del mensaje político a través de los diferentes medios.
4º CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Periodismo Cívico (6 ECTS)	11627 Periodismo	En Periodismo Cívico se reflexiona sobre la importancia de un periodismo de calidad que conecta y se acerca a las necesidades democráticas de la ciudadanía. En esta asignatura se explora la implicación de los públicos en el proceso de producción informativa y la adecuada gestión de la participación ciudadana en los medios a través de los cauces tradicionales y de aquellos posibilitados por las nuevas tecnologías de la comunicación.
4º CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Periodismo y Literatura (6 ECTS)	11639 Periodismo	La asignatura aspira a la construcción de un corpus básico de saberes teórico-prácticos que capacite a los alumnos: para conocer y analizar con criterios científicos los principales textos de creación periodística y literaria generados en los siglos XX y XXI, y para elaborar sus propias conclusiones sobre su calidad y temática con el fin de poder dar razón científica de sus conclusiones. Estos objetivos se encuentran en relación directa con los fines generales del grado en Periodismo y preparan al titulado para una total competencia académica y para su incorporación al mercado laboral.
4º CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Periodismo y Cine (6 ECTS)	11637 Periodismo	La asignatura aspira a la construcción de un corpus de saberes teórico-prácticos que capacite a los alumnos para la creación, con criterios científicos, de valoraciones críticas sobre productos audiovisuales de ficción, especialmente, de carácter cinematográfico. Los alumnos que cursen esta asignatura trabajarán con especial atención las diferentes fórmulas de abordar el análisis crítico de una obra de ficción audiovisual, a través de las herramientas propias de la estética, la narración fílmica y el lenguaje audiovisual. Estos objetivos se encuentran en relación directa con los fines generales del grado en Periodismo y dotan al titulado de una total competencia académica, preparándole para su incorporación al mercado laboral.
4º CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Historia de la España Democrática (6 ECTS)	11638 Periodismo	Esta asignatura permite conocer las claves del desarrollo político español desde el tardofranquismo hasta nuestros días, a través de sus episodios y protagonistas principales.
4º CURSO Segundo semestre	Periodismo de Análisis y Opinión (6 ECTS)*	11636 Periodismo	Esta asignatura tiene como objetivo introducir a los estudiantes en la teoría y el análisis de los géneros periodísticos de opinión, tanto en los aspectos de redacción como en sus implicaciones políticas. Los alumnos analizarán

(febrero-junio)	*Esta asignatura requiere fluidez oral y escrita en el idioma español		y redactarán los diferentes textos del género de opinión: artículos de fondo, comentarios, columnas y editoriales. La asignatura se centra en el estudio de las modalidades expresivas y estilísticas de los géneros del periodismo escrito de opinión. La asignatura estudia el periodismo en su función de promover debates plurales y abiertos que ayuden a la formación de opiniones razonadas sobre los asuntos de actualidad.
-----------------	---	--	---

ASIGNATURAS ESPECÍFICAS DEL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL			
CURSO Y SEMESTRE	NOMBRE DE LA ASIGNATURA Y ECTS	CÓDIGO Y ACCESO A LA GUÍA DOCENTE	BREVE DESCRIPCIÓN
3^{er} CURSO Primer semestre (septiembre-febrero)	Autoempleo y Proyecto Audiovisual (6 ECTS)	11815 Comunicación Audiovisual	En el conjunto de la titulación, la asignatura de Autoempleo y proyecto audiovisual aporta al alumno los conocimientos imprescindibles para poder interpretar los movimientos empresariales del sector audiovisual, las tendencias de ese mercado y su estado actual. Asimismo, se dota al alumno de las herramientas necesarias para afrontar la creación de una empresa inscrita en el marco de las industrias audiovisuales.
4^o CURSO Segundo semestre (febrero-junio)	Historia del Cine (6 ECTS)	11828 Comunicación Audiovisual	La asignatura Historia del Cine, presenta a través de un recorrido narrativo, diacrónico y concreto, los más importantes avances en la técnica y estética del cine a lo largo del tiempo, y pretende dotar al alumno del conocimiento teórico y de los instrumentos imprescindibles para poder valorar películas, en función de su contribución al arte del cine.