

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO		CÓDIGO CENTRO			
Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir		Facultad de Filosofía, Letras y Humanidades		46035574			
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA					
Máster		Marketing Político y Comunicación Institucional					
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA							
Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional por la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir							
NIVEL MECES							
3 3							
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO					
Artes y Humanidades		No					
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN					
No							
SOLICITANTE							
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO					
Ginés Santiago Marco Perles		Decano					
Tipo Documento		Número Documento					
NIF		21505219N					
REPRESENTANTE LEGAL							
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO					
JOSE MANUEL PAGAN AGULLO		Rector					
Tipo Documento		Número Documento					
NIF		24363788A					
RESPONSABLE DEL TÍTULO							
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO					
Ginés Santiago Marco Perles		Decano					
Tipo Documento		Número Documento					
NIF		21505219N					
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN							
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.							
DOMICILIO		CÓDIGO POSTAL		MUNICIPIO		TELÉFONO	
C/ Quevedo, 2		46001		Valencia		647418935	
E-MAIL		PROVINCIA				FAX	
060@ucv.es		Valencia/València				963153655	



3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley 5-1999, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

	En: Valencia/València, AM 18 de abril de 2023
	Firma: Representante legal de la Universidad



1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional por la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

LISTADO DE ESPECIALIDADES

No existen datos

RAMA	ISCED 1	ISCED 2
Artes y Humanidades	Ciencias políticas	Marketing y publicidad

NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

AGENCIA EVALUADORA

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación

UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir

LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
072	Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir

LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60	0	0
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
0	48	12

LISTADO DE ESPECIALIDADES

ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

1.3. Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
46035574	Facultad de Filosofía, Letras y Humanidades

1.3.2. Facultad de Filosofía, Letras y Humanidades

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	VIRTUAL
No	Sí	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	
30	30	



TIEMPO COMPLETO		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	60.0	60.0
RESTO DE AÑOS	18.0	60.0
TIEMPO PARCIAL		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	12.0	48.0
RESTO DE AÑOS	12.0	48.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
https://www.ucv.es/LinkClick.aspx?fileticket=fmsZoTlAecw%3d&portalid=0		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
GENERALES
CG1 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor que tengan en cuenta las responsabilidades sociales y éticas, especialmente en el mundo de la comunicación y el marketing.
CG2 - Comprender y aprovechar la diversidad cultural para el desempeño personal y profesional de la dirección y gestión del marketing político y la comunicación institucional.
CG3 - Resolver conflictos en entornos nuevos y multidisciplinares relacionados con la gestión de la comunicación y el marketing.
CG4 - Comunicar conclusiones de forma clara y debatir con públicos especializados y no especializados sobre temas de interés y actualidad relacionados con la comunicación y el marketing.
CG5 - Ser capaz de mostrar un espíritu emprendedor para integrar en un trabajo fin de máster los conocimientos y las habilidades que exige la gestión de comunicación institucional y el marketing político.
CG6 - Integrar las capacidades de aprendizaje que permitan continuar la formación de un modo autónomo y autodirigido.
CG7 - Capacidad de análisis y de síntesis, integrando información y conocimientos procedentes de distintas áreas funcionales y entornos competitivos para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas relacionadas con la comunicación institucional y el marketing político.
CG8 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor sobre los fundamentos teóricos básicos de la acción política.
CG9 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor sobre los fundamentos del liderazgo y la participación pública.
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
CT1 - Elaborar respuestas teórico-prácticas basadas en la búsqueda sincera de la verdad plena y la integración de todas las dimensiones del ser humano ante las grandes cuestiones de la vida.
CT2 - Aplicar los principios derivados del concepto de «ecología integral» en sus propuestas o acciones, sea cual sea el alcance y el área de conocimiento y los contextos en las que se planteen.
CT3 - Respetar y poner en práctica los principios éticos y las propuestas de acción derivados de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible transfiriéndolos a toda actividad académica y profesional
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE1 - Integrar los fundamentos teóricos y estrategias propias de la comunicación institucional.
CE2 - Integrar los fundamentos teóricos y estrategias propias del marketing político.
CE3 - Ser capaz de reconocer el valor de la visión-misión de una organización como marco de referencia para la planificación de su estrategia de comunicación y marketing..
CE4 - Conocer el método integrado de auditoría, análisis, planificación, gestión y evaluación de un Plan de Comunicación y Marketing.
CE5 - Tener la capacidad de reconocer y abordar dilemas éticos y sociales del ámbito de la comunicación institucional, lo que incluye cuestiones de deontología profesional y aplicación de valores sociales en la resolución de problemas y selección de alternativas que influyen en la estrategia de comunicación de las organizaciones.



CE6 - Tener la capacidad de reconocer y abordar dilemas éticos y sociales del ámbito del marketing político y electoral, lo que incluye cuestiones de deontología profesional y aplicación de valores sociales en la resolución de problemas y selección de alternativas que influyen en la estrategia de marketing de las organizaciones políticas.
CE7 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico acerca de los fundamentos filosóficos de la acción política sobre los que se fundamentan las políticas públicas.
CE8 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico acerca de los fundamentos jurídicos de la acción política sobre los que se fundamentan las políticas públicas.
CE9 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico acerca de los fundamentos económicos de la acción política sobre los que se fundamentan las políticas públicas.
CE10 - Adquirir conocimientos especializados acerca de los fundamentos de la sociología electoral sobre los que se asienta la formación de la opinión pública y el comportamiento electoral.
CE11 - Adquirir conocimientos especializados sobre los fundamentos del liderazgo y la participación pública.
CE12 - Conocer las técnicas de organización, desarrollo y evaluación ejecutables en el desarrollo de campañas electorales.
CE13 - Conocer las estrategias y herramientas de Comunicación 3.0 aplicadas a contextos políticos y de gobernanza pública.
CE14 - Conocer los fundamentos teóricos del proceso evolutivo de la sociedad.
CE15 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico sobre el papel de los medios de comunicación ante el fenómeno Global y Glocal.
CE16 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico sobre la función de los laboratorios de ideas de partidos políticos y su implementación en los programas electorales.
CE17 - Conocer los protocolos de organización y gestión de eventos corporativos de corte institucional y en contextos gubernamentales.
CE18 - Conocer los protocolos de organización y gestión de eventos corporativos de corte institucional y en contextos político-electorales.
CE19 - Ser capaz de integrar en un proyecto fin de máster los conocimientos y las habilidades desarrolladas a lo largo del programa.
CE20 - Ser capaz de interiorizar y discernir públicamente acerca de las oportunidades y riesgos del lobbying sobre la Administración Pública.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo I.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

El sistema de acceso al Máster, seguirá lo establecido en el artículo 16 del Real Decreto 1393/2007:

-Para acceder a las enseñanzas oficiales de Máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de Máster.

-Asimismo, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de Máster.

REQUISITOS DE ACCESO

El sistema de acceso al Máster, seguirá lo establecido en el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre:

Artículo 18. Acceso y admisión a las enseñanzas oficiales de Máster Universitario.

1. La posesión de un título universitario oficial de Graduada o Graduado español o equivalente es condición para acceder a un Máster Universitario, o en su caso disponer de otro título de Máster Universitario, o títulos del mismo nivel que el título español de Grado o Máster expedidos por universidades e instituciones de educación superior de un país del EEES que en dicho país permita el acceso a los estudios de Máster.

2. De igual modo, podrán acceder a un Máster Universitario del sistema universitario español personas en posesión de títulos procedentes de sistemas educativos que no formen parte del EEES, que equivalgan al título de Grado, sin necesidad de homologación del título, pero sí de comprobación por parte de la universidad del nivel de formación que implican, siempre y cuando en el país donde se haya expedido dicho título permita acceder a estu-



dios de nivel de postgrado universitario. En ningún caso el acceso por esta vía implicará la homologación del título previo del que disponía la persona interesada ni su reconocimiento a otros efectos que el de realizar los estudios de Máster.

3. Las universidades garantizarán una información transparente y accesible sobre los procedimientos de admisión, y deberán disponer de sistemas de orientación al estudiantado. Asimismo, asegurarán que dicha información y los procedimientos de admisión tengan en cuenta al estudiantado con discapacidad o con necesidades específicas, y dispondrán de servicios de apoyo y asesoramiento adecuados.

4. Las universidades podrán excepcionalmente establecer, a partir de normativas específicas aprobadas por sus órganos de Gobierno, procedimientos de matrícula condicionada para el acceso a un Máster Universitario. Esta consistirá en permitir que un o una estudiante de Grado al que le reste por superar el TFG y como máximo hasta 9 créditos ECTS, podrá acceder y matricularse en un Máster Universitario, si bien en ningún caso podrá obtener el título de Máster si previamente no ha obtenido el título de Grado. Las universidades garantizarán la prioridad en la matrícula de los y las estudiantes que dispongan del título universitario oficial de Graduada o Graduado. En este procedimiento podrán ser tenidos en cuenta los créditos pendientes de reconocimiento o transferencia en el título de Grado, o la exigencia de superación de un determinado nivel de conocimiento de un idioma extranjero para la obtención del título.

5. Las universidades o los centros regularán la admisión en las enseñanzas de Máster Universitario, estableciendo requisitos específicos y, en caso de ser necesarios, complementos formativos, cuya carga en créditos no podrá superar el equivalente al 20 por ciento de la carga crediticia del título. Los créditos de complementos formativos tendrán la misma consideración que el resto de los créditos del plan de estudios del título de Máster Universitario.

6. Las universidades reservarán, al menos, un 5 por ciento de las plazas ofertadas en los títulos universitarios oficiales de Máster Universitario para estudiantes que tengan reconocido un grado de discapacidad igual o superior al 33 por ciento, así como para estudiantes con necesidades de apoyo educativo permanentes asociadas a circunstancias personales de discapacidad, que en sus estudios anteriores hayan precisado de recursos y apoyos para su plena inclusión educativa.

Perfil de ingreso recomendado:

A los efectos de conseguir la mejor adecuación entre los objetivos de este Máster y la consecución del máximo grado de socialización entre los estudiantes que lo cursen, el perfil de graduado/licenciado que acceda a los estudios de este Máster deberá reunir las siguientes características:

- Estar en posesión de una titulación que le aproxime a las necesidades de la gestión política y de la comunicación institucional (Ciencias Políticas y de la Administración, Sociología, Filosofía, Derecho, Economía, Administración y Dirección de Empresas, Periodismo, Comunicación Audiovisual, Filología, etc.).
- Que la titulación de procedencia haya sido obtenida preferiblemente en los cinco últimos años.
- Que se acredite un rendimiento académico elevado.
- Que en una entrevista personal con el Director del Máster se acredite adicionalmente:
- Capacidad de trabajo, esfuerzo y dedicación.
- Capacidad de diálogo y de trabajo en equipo.
- Interés por el mundo de la gestión y la comunicación política.
- Compromiso con el régimen de dedicación que requiera el seguimiento de los estudios del Máster.

Como **criterios de selección para la admisión en el Máster**, siempre y cuando la demanda supere a la oferta, la Comisión de Coordinación Académica integrada por el Decano de la Facultad, el Director del Máster, el Secretario de la Facultad y el Secretario Técnico (representante de la Secretaría Administrativa), valorará -respecto de los candidatos-, los siguientes elementos:

- Que acrediten estar en posesión de una titulación que habilite para la gestión política y la comunicación institucional (Baremo: de 0 a 15 puntos).

- Que acrediten un elevado rendimiento académico (Baremo: de 0 a 40 puntos, resultado de tomar como referencia la nota media obtenida en la titulación de procedencia).

- Conocimiento del Inglés (Baremo: de 0 a 25 puntos).

- Resultado de la entrevista personal con el Director del Máster, en la que se valorarán aspectos tales como: la capacidad de trabajo, esfuerzo y dedicación, la capacidad de diálogo y trabajo en equipo, el interés por el mundo de la gestión y la comunicación política, así como el nivel de compromiso con la exigencia que comporte el seguimiento de los estudios de este Máster (Baremo: de 0 a 20 puntos).

La finalidad de los elementos anteriores pasa por propiciar la sinergia y la cooperación activa entre todos los actores participantes en el Máster.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

4.3 APOYO Y ORIENTACIÓN A ESTUDIANTES

SERVICIOS DE ORIENTACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL.

ÁREA DE PRÁCTICAS Y EMPLEO.

SERVICIO DE ATENCIÓN A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

SERVICIO DEL DEFENSOR UNIVERSITARIO.

APOYO ESPECÍFICO A ESTUDIANTES MATRICULADOS EN ENSEÑANZAS HÍBRIDAS Y/O VIRTUALES

SISTEMA ESPECÍFICO DE APOYO A LOS ESTUDIANTES DEL MU EN MARKETÍNG POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.

SERVICIOS DE ORIENTACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL



El Servicio de Orientación de la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir (<https://www.ucv.es/campus-life/orientacion>) es un servicio de apoyo al estudiante y a la comunidad universitaria, que la UCV pone a disposición de sus alumnos, futuros nuevos alumnos, egresados, personal docente e investigador y personal de administración y servicios, de forma gratuita. Es un servicio presente en todas las sedes de la Universidad.

Su acción se centra en la atención en tres vertientes:

- *Psicopedagógica* (orientación de estudios, método y técnicas de estudio, gestión de tiempo, preparación de exposiciones orales, ansiedad ante los exámenes).
- *Profesional*, dotando a los alumnos y egresados de las herramientas, habilidades e información necesarias para facilitar su inserción laboral (elaboración de currículum vitae y carta de presentación, preparación de entrevistas de trabajo, búsqueda de empleo, salidas profesionales).
- *Personal*, Mejora autoestima, resolución de conflictos, autocontrol, gestión de emociones, ansiedad, estrés, técnicas de relajación

Esta orientación se realiza:

- En *atención individual*, trabajando con el alumno aquellas cuestiones en las que requiera orientación.
- En *atención grupal*, fundamentalmente a través de sesiones formativas, respondiendo a las demandas del alumnado y del resto de agentes implicados.

Ejemplos de talleres son:

- Gestión de tiempo
- Técnicas de estudio y preparación de exámenes
- Exposiciones orales
- Trabajo en equipo
- Elaboración de currículum vitae y carta de presentación
- Preparación de entrevista de trabajo

El Servicio de Orientación realiza también talleres a la carta, en los que un grupo de alumnos, ya sea por iniciativa propia o por recomendación del tutor o algún profesor, propone al orientador la realización de un taller con un contenido concreto.

Otras líneas de actuación que el Servicio de Orientación lleva a cabo, para garantizar una adecuada atención psicopedagógica, profesional y personal son:

- Ofrecer información al alumno sobre temas relacionados con el funcionamiento de la facultad y la titulación, secretaría, responsables académicos, clínicas universitarias, y demás servicios, derivándoles cuando sea pertinente o el alumno lo solicite.
- El apoyo y asesoramiento a profesores y tutores, en temas propios del Servicio de Orientación, por ejemplo, la adaptación de la metodología docente y de la evaluación para alumnos con necesidades educativas especiales y/o dificultades de aprendizaje, la resolución de conflictos en el aula, etc.
- Cualquier medida o acción que la Facultad proponga al Servicio de Orientación y que entre dentro de sus competencias (proyectos para la mejora de la docencia o evaluación, participación en foros de empleo, etc.).
- Ofrecer orientación a futuros estudiantes de la universidad que lo demanden, sobre los planes de estudio de la titulación que desean realizar, así como información relativa a la universidad, los servicios que esta ofrece, etc.

Además, el Servicio de Orientación colabora con otros servicios, como, por ejemplo:

- Servicio de Atención a las Personas con Discapacidad, velando por la inclusión de las personas con discapacidad en la vida universitaria
- Servicio de Promoción y Nuevos Alumnos, realizando talleres de orientación académica en colegios e institutos de la Comunidad Valenciana
- Área de Prácticas y Empleo, con diferentes sinergias y proyectos conjuntos

Puntualmente, se pueden establecer colaboraciones con otros servicios de la universidad: Capellanía, Alumni, Voluntariado y Acción Social, etc.

ÁREA DE PRÁCTICAS Y EMPLEO

Servicios ofertados

- **Interlocución con entidades externas para la gestión de Ofertas de trabajo a través del Portal de Empleabilidad UCV.**

Gestión de ofertas de empleo, informando a las entidades externas y difundiendo las ofertas entre los egresados UCV inscritos en el portal de empleabilidad, posibles candidatos para participar en procesos de selección y cubrir las ofertas de trabajo, realizando seguimiento de los procesos de selección.

Prospección de ofertas de empleo y fomento de las relaciones con empresas.

- **Fomento de la empleabilidad de alumnos y egresados de la UCV**

Organización de foros de empleo con el fin de promover el encuentro entre los alumnos y empresas, en coordinación con las Facultades y otros servicios de la universidad.

- **Impulso del espíritu y la cultura emprendedora e innovadora entre alumnos y egresados UCV**

Impulso del talante innovador entre los alumnos a través del premio al proyecto innovación para trabajos Final de Grado y Trabajos Final Máster.



Fomento del espíritu emprendedor entre alumnos y egresados, mediante la jornada de emprendimiento, con el objetivo de concienciar a la comunidad universitaria de que la creación de empresas constituye una salida laboral.

- **Gestión del Observatorio de empleo UCV**

Gestión del observatorio de empleo facilitando información sobre la situación profesional de nuestros egresados a través de los informes de inserción laboral.

- **Soporte a los coordinadores de Prácticas de las Facultades en la gestión de prácticas.**

Información y soporte a los coordinadores de prácticas sobre los procedimientos de gestión de las prácticas académicas externas, así como mantener actualizada en la intranet la documentación correspondiente.

Gestión de convocatorias y programas de prácticas convocadas por entidades públicas y privadas.

- **Gestión de prácticas de recién egresados UCV a través del Título experto universitario en inserción profesional Universitario.**

Gestión de documentación y tutorización de las prácticas de recién egresados, así como gestión de los contenidos docentes para formación en habilidades transversales para el desarrollo profesional.

Funciones:

- Revisar, actualizar, mejorar y velar por el cumplimiento de los procedimientos de la gestión de las prácticas académicas externas, según normativa vigente, manteniendo informados a los coordinadores de prácticas.
- Fomentar y aumentar el nivel de empleabilidad de los alumnos y egresados de la universidad.
- Intermediar entre empresas y egresados para facilitar su inserción profesional a través de la difusión de ofertas laborales en el portal de empleabilidad.
- Formación para el desarrollo de competencias profesionales para recién egresados, así como fomentar las prácticas en empresa
- Conocer la inserción laboral de los egresados y analizar las características del empleo y la adecuación con los estudios cursados.
- Fomentar el espíritu emprendedor y las iniciativas innovadoras de nuestros estudiantes y egresados.
- Atención individualizada a usuarios por los canales presenciales y telemáticos ofrecidos por el servicio.
- Pre-orientación profesional de alumnos y egresados.

SERVICIO DE ATENCIÓN A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Los principios que fundamentan la puesta en marcha del Servicio de Atención a Personas con Discapacidad de la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir (en adelante SAPD), así como la realización de las acciones que de él se derivan dirigidas a la plena inclusión efectiva de las personas con necesidades educativas especiales en la Universidad están referidos en la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de Igualdad de Oportunidades, No Discriminación y Accesibilidad Universal de las Personas con Discapacidad.

El SAPD es un servicio de la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir constituido por un equipo multidisciplinar, orientado a proporcionar atención, asesoramiento y apoyo en materia de Discapacidad a toda la comunidad universitaria.

El SAPD nace con la finalidad de velar por el principio de igualdad de oportunidades y la no discriminación de aquellos estudiantes con necesidades educativas especiales, el personal docente e investigador (PDI) y el personal de administración y servicios (PAS).

El desarrollo de este se realiza a través de una serie de actuaciones enmarcadas en los siguientes programas bajo los principios de autonomía personal, normalización, equidad, participación y corresponsabilidad:

- Programa de Información y Asesoramiento Psico-educativo.
- Programa de Igualdad de Oportunidades.
- Programa de Formación y Sensibilización.
- Programa de Accesibilidad Universal.
- Programa de Atención al PAS y PDI.

SERVICIO DEL DEFENSOR UNIVERSITARIO

El defensor universitario en la UCV es la persona que tiene entre sus funciones proteger los derechos y escucha las quejas y necesidades, informativas o estructurales, de los alumnos. Actúa como mediadora en aquellos conflictos en los que se solicita su intervención.

Una de las labores más importante que debe realizar el defensor universitario, es trabajar en beneficio de la convivencia de todos los estamentos universitarios. El documento Normativa del Defensor Universitario de la UCV, recoge más extensamente sus funciones y ámbitos de actuación y está disponible en la web de la universidad <https://www.ucv.es/quienes-somos/la-universidad/defensor-universitario>

APOYO ESPECÍFICO A ESTUDIANTES MATRICULADOS EN ENSEÑANZAS HÍBRIDAS Y/O VIRTUALES

La Universidad Católica de Valencia cuenta con un equipo profesional de técnicos al servicio de los alumnos, que trabajan en el Servicio de E-learning y Nuevas Tecnologías de la propia universidad (en adelante SENT).

El personal de este servicio está activo durante toda la jornada académica y los alumnos pueden acceder a este servicio a través de la petición de Servicio Virtual (dentro de la intranet de la Universidad) o a través del correo electrónico sent@ucv.es.

Toda la información de este servicio de la UCV está disponible a través del enlace: <https://www.ucv.es/alumnos/servicios-al-alumno/e-learning-y-nuevas-tecnologias-sent>



Desde el cual los estudiantes pueden acceder a videotutoriales explicativos como:

- 1. PLATAFORMA VIRTUAL UCVnet

1.1. ¿Qué es la Plataforma docente?

1.2. Acceder a la plataforma

1.3. Entrar en plataforma

1.4. Estructura de un curso/asignatura

- 2. FORO

2.1. Qué es un foro

2.2. Leer y responder en un foro

2.3. Iniciar nuevo tema en un foro

- 3. TAREAS

3.1. Qué es una tarea

3.2. Enviar una tarea

- 4. CUESTIONARIOS

4.1. Qué es un cuestionario

4.2. Realizar un cuestionario

- 5. CALIFICACIONES

5.1. Ver las calificaciones

- 6. TUTORIAS VIRTUALES

6.1. Tutorías personalizadas en Plataforma

- 7. VIDEOCONFERENCIAS (VÍA TEAMS)

SISTEMA ESPECIFICO DE APOYO A LOS ESTUDIANTES DEL MU EN MARKETÍNG POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.

Al tratarse de un Máster que tiene previsto ofertarse en modalidad semipresencial, la UCV tiene previsto dispensar al alumnado de este Máster las siguientes medidas de acogida y orientación inicial, distinguiendo en todo caso la acogida y bienvenida a la Universidad de lo relativo al inicio del Máster.

Bienvenida curso académico:

El Director del Máster y la coordinadora de la titulación se reunirán vía Microsoft Teams con los alumnos de nuevo ingreso unas semanas antes del inicio de las clases para explicarles el funcionamiento de la UCV, de la Facultad de Filosofía, Letras y Humanidades, los servicios de la sede, el acceso a plataformas (Teams, campus virtual UCV-Net, intranet, APP miUCV), así como la estructura organizativa del Máster con los siguientes objetivos:

- Acoger al alumnado para darles la bienvenida y mostrarles las líneas directrices que van a orientar la docencia.
- Prestar especial atención a las innovaciones metodológicas en las que la UCV basa su docencia virtual, en las competencias que han de lograrse, en las tutorías y en los procedimientos de evaluación.
- Dar a conocer cualesquiera otros temas que resulten de interés.

En la franja de tiempo que media entre la Sesión de bienvenida y el inicio "efectivo" del Máster, el equipo directivo estará en contacto y a disposición de los estudiantes para ayudarles a familiarizarse con el entorno tecnológico, haciendo especial mención a la plataforma de teleformación virtual necesaria para realizar la docencia teórico-práctica.

Además, el alumnado del Máster contará con el soporte de personal técnico especializado o "helpdesk" de apoyo disponible online y durante todo el desarrollo del Máster.



Inicio institucional del Máster:

El primer día del inicio del Máster, y después de haber tenido lugar la Sesión de Bienvenida (que se retransmitirá por videoconferencia), el Director del Máster desarrollará una presentación presencial de la titulación y recordará los aspectos clave mediante una presentación multimedia que clarifique la estructura del Máster, el calendario académico y el cronograma de sesiones, así como el funcionamiento de las clases.

Se informará a los alumnos de que pueden encontrar en la información pública de la titulación (a través de la página web) los horarios y las fechas relevantes del curso académico tales como fechas de depósito de trabajos y convocatorias de exámenes.

También se dará a conocer el docente responsable de la coordinación de cada módulo y los procedimientos de evaluación que caracterizarán cada asignatura y se abrirá un turno de preguntas para dudas de los estudiantes.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

REGLAMENTO SOBRE RECONOCIMIENTO, TRANSFERENCIA Y ADAPTACIÓN DE CRÉDITOS EN LAS ENSEÑANZAS DE GRADO Y MÁSTER

Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir

Artículo 1.- Objeto y ámbito de aplicación.

El presente Reglamento tiene por objeto regular el sistema de reconocimiento, transferencia y adaptación de créditos a aplicar en los estudios universitarios de Grado y Máster de la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir (UCV), de acuerdo a los criterios generales que sobre el particular se establecen en el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

Artículo 2.- Definiciones.

A los efectos previstos en este Reglamento:

1. Se entiende por RECONOCIMIENTO el procedimiento de aceptación por parte de la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir, de créditos que tengan relación con los estudios a los que se accede y que hayan sido obtenidos en otros estudios oficiales, en unas enseñanzas oficiales, en enseñanzas universitarias no oficiales, o en Estudios Superiores oficiales no universitarios, así como de las actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias o de cooperación y también de la experiencia laboral o profesional acreditada en la misma u otra universidad, para que formen parte del expediente del estudiante a efecto de obtener un título universitario oficial diferente del que proceden. En este procedimiento no podrán ser reconocidos los créditos que corresponden a Trabajos de Fin de Grado o de Máster, a excepción de aquellos que se desarrollen específicamente en un programa de movilidad. Estos créditos serán computados por la UCV a efectos de la obtención de un título oficial.
2. Se entiende por TRANSFERENCIA la inclusión, en el expediente académico y en el Suplemento Europeo al Título, de la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas previamente, indistintamente de la universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título universitario oficial.



3. Se entiende por **ADAPTACIÓN** el proceso mediante el cual las asignaturas cursadas y superadas en el plan a extinguir de un estudio de la UCV se adaptarán por otras en el nuevo plan del estudio que lo sustituye. También se denominará adaptación cuando este proceso se realice desde un título propio de la UCV a un Grado o Master Universitario que lo sustituya por extinción.
4. Se denomina **RESOLUCIÓN DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA** el documento por el cual la Comisión Académica de Título (CAT) de la Facultad correspondiente acuerda el reconocimiento y/o transferencia de los créditos objeto de solicitud. En la referida resolución se harán constar los créditos reconocidos y/o transferidos por considerar adquiridas las competencias de esas asignaturas con los créditos reconocidos, y aquellos créditos que deben ser cursados.
5. Se denomina **ACTA DE ADAPTACIÓN** aquel documento emitido por la Comisión Académica del Título donde se recoge la adaptación de las asignaturas antiguas en el nuevo Plan de Estudios que lo sustituye,
6. Se denomina **TITULACIÓN DE ORIGEN** aquélla en la que se han cursado los créditos objeto de reconocimiento, transferencia y/o adaptación. Se denominará **TITULACIÓN DE DESTINO** aquélla para la que se solicita el reconocimiento, la transferencia o adaptación de los créditos.

Artículo 3.- Criterios generales para el reconocimiento de créditos en enseñanzas de Grado o Máster.

El reconocimiento de créditos desde la titulación de origen del estudiante se realizará a la enseñanza oficial de Grado o Máster que se solicite, conforme a los siguientes criterios generales:

3.1.- Créditos obtenidos en enseñanzas universitarias oficiales.

En el caso de enseñanzas universitarias oficiales, podrán ser reconocidos los créditos superados en origen en cualquier materia/asignatura teniendo en cuenta:

1. La adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias/asignaturas superadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios de la titulación de destino o bien que tengan carácter transversal.
2. La adecuación señalada deberá valorar igualmente las competencias y contenidos y créditos asociados a las materias/asignaturas previamente superadas y su equivalencia con los de las materias o asignaturas que las desarrollen, para las cuales se solicita reconocimiento de créditos.
3. A los efectos indicados en el apartado anterior la equivalencia mínima que debe darse para poder llevar a cabo el reconocimiento de créditos correspondientes será de un 75 por 100.

3.2.- Créditos obtenidos en enseñanzas universitarias no oficiales.

En el caso de enseñanzas universitarias no oficiales (propias o de formación permanente), podrán ser reconocidos los créditos superados en origen en cualquier materia en los mismos términos que los indicados en el apartado anterior y con las limitaciones indicadas en el apartado 3.6 de la presente normativa.

3.3.- Reconocimiento por estudios oficiales no universitarios.

3.3.1.- En el caso de estudios oficiales no universitarios, podrán ser objeto de reconocimiento de créditos en Grado o Máster los siguientes estudios:

- a. Títulos de Graduado en Enseñanzas Artísticas,
- b. Títulos de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño.

1. Títulos de Técnico Superior de Formación Profesional.
2. Títulos de Técnico Deportivo Superior.

3.3.2.- Para poder llevar a cabo lo dispuesto en el apartado anterior será necesario que los períodos de estudios superados anteriormente descritos se acrediten oficialmente en créditos ECTS.

3.3.3.- De conformidad con lo previsto en el art. 4.2 del Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre, cuando entre los títulos de origen y destino del reconocimiento exista una relación directa el criterio de reconocimiento mínimo en enseñanzas de Grado en la UCV será el siguiente:

1. Graduado en Enseñanzas Artísticas: 36 ECTS.
2. Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño: 30 ECTS.
3. Técnico Superior de Formación Profesional: 30 ECTS.
4. Técnico Deportivo Superior: 27 ECTS.

Se considerará que existe relación directa entre títulos cuando aparezca así recogido en el Anexo 2 del Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre, y en las sucesivas actualizaciones que a estos efectos establezca el Ministerio competente en la materia.

3.3.4.- Cuando el reconocimiento se solicite para cursar enseñanzas conducentes a la obtención de un título que dé acceso al ejercicio de una profesión regulada, no operará el automatismo previsto en el apartado anterior, sino que



deberá comprobarse que los estudios alegados responden a las condiciones exigidas a los currículos y planes de estudios, cuya superación garantiza la cualificación profesional necesaria.

3.4.- Experiencia laboral y profesional acreditada.

En enseñanzas de Grado y Máster, se podrá obtener reconocimiento por la experiencia profesional y laboral acreditada, siempre que esté relacionada con las competencias inherentes al título correspondiente.

3.5.- Limitaciones al reconocimiento por enseñanzas universitarias no oficiales o por experiencia laboral y profesional acreditada.

3.5.1.- En el caso de los créditos reconocidos por haber cursado enseñanzas universitarias no oficiales, o los reconocidos a partir de la experiencia profesional o laboral acreditada, el número de créditos reconocidos, en conjunto, no podrá ser superior al 15 por ciento del total de créditos que constituyan el plan de estudios. El reconocimiento de estos créditos no incorporará calificación numérica de los mismos por lo que no computarán a efectos de baremación del expediente.

No obstante, lo anterior, los créditos procedentes de enseñanzas universitarias no oficiales podrán, excepcionalmente, ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al señalado en el párrafo anterior o, en su caso, ser objeto de reconocimiento en su totalidad siempre que el correspondiente título no oficial deje de impartirse y sea extinguido y reemplazado por el nuevo título universitario oficial en el cual se reconozcan los créditos académicos.

3.5.2.- La excepcionalidad señalada en el párrafo anterior, podrá ser aceptada por la Comisión Académica de Título de la correspondiente Facultad, siempre que los créditos aportados para su reconocimiento correspondan a un título propio de la UCV.

3.6.- Trabajo Fin de Grado y de Máster.

De conformidad con lo que establece el artículo 10.3 del Real Decreto 822/2021, de

28 de septiembre, no podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de Grado y de Máster, a excepción de aquellos que se desarrollen específicamente en un programa de movilidad.

Artículo 4.- Criterios específicos para el reconocimiento de créditos en enseñanzas de Grado.

4.1.- Créditos obtenidos en materias de formación básica.

4.1.1.- Serán objeto de estos procedimientos hasta la totalidad de los créditos de formación básica entre títulos del mismo ámbito de conocimiento así como del resto de materias y asignaturas entre títulos del mismo ámbito de conocimiento o de ámbitos diferentes, siempre atendiendo a la coherencia académica y formativa de los conocimientos, las competencias y las habilidades que definen las materias o asignaturas a reconocer con las existentes en el plan de estudios del título al que se quiere acceder.

4.1.2.- A los efectos de lo dispuesto en este artículo, los ámbitos de conocimiento serán los reconocidos en el Anexo I del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

4.2.- Participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación contempladas en el artículo

1. del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre.

4.2.1.- En enseñanzas de Grado, podrá obtenerse por la participación en actividades universitarias de cooperación, solidarias, culturales, deportivas y de representación estudiantil, así como otras actividades académicas que con carácter docente organice la universidad, una equivalencia de, como mínimo, 6 ECTS y como máximo los ETCS equivalentes al 10 por ciento del total de créditos del plan de estudios.

En cualquier caso, la equivalencia será de 1 ETCS por cada 25 horas de dedicación a la actividad por parte del alumnado.

4.2.2.- Las actividades estarán organizadas o coordinadas por los distintos servicios y centros de la UCV, y el reconocimiento de los ETCS se acordará, previa solicitud del alumno, por las Comisiones Académicas del Título de cada Facultad, con el visto bueno del Vicerrector con competencias en Ordenación Académica.



Artículo 5.- Criterios específicos para el reconocimiento de créditos en enseñanzas de Master.

5.1.- Estudios de Máster Universitario español o de países del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Se podrá obtener reconocimiento por los créditos superados anteriormente en estudios de Máster Universitario español, u otro del mismo nivel expedido por una institución de educación superior del EEES, siempre que estos resulten coincidentes con los contenidos, carga lectiva y competencias previstas en el Master en que se encuentre matriculado el solicitante.

A estos efectos, se aplicarán los criterios de equivalencia señalados en el artículo 3.1.c) de la presente norma.

5.2.- Estudios cursados en instituciones de educación superior, ajenas al EEES, equivalentes a los estudios de Master Universitario español.

5.2.1.- Podrán obtener reconocimiento de créditos los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al EEES, cuyo título haya sido objeto de homologación por el correspondiente título español de Master Universitario.

5.2.2.- De igual forma, podrán obtener reconocimiento de créditos sin necesidad de homologar su título, quienes acrediten haber superado en el país correspondiente estudios con nivel equivalente al de Master Universitario español, previa comprobación por parte de la UCV del nivel de formación que implica.

5.2.3.- El reconocimiento de créditos para los supuestos señalados en este apartado requerirá que se cumplan las condiciones generales de equivalencia de contenidos, carga lectiva y competencias previstas entre los estudios cursados en origen y los fijados en el Master en que se encuentre matriculado el solicitante, señaladas en el artículo 3.1.c) de esta norma.

Artículo 6.- Presentación de la solicitud de reconocimiento académico de créditos.

6.1.- Los alumnos podrán solicitar el reconocimiento de créditos conforme a lo establecido en el presente Reglamento en las fechas que específicamente se establezcan por la UCV.

6.2.- Con carácter general los reconocimientos se solicitarán durante el periodo habilitado para realizar la matrícula.

6.3.- La solicitud deberá presentarse una vez realizada la matrícula en la Secretaría de la Facultad a la que se encuentre adscrito el título oficial para el que se solicita el reconocimiento, a través del procedimiento publicado en la página web de la UCV.

6.4.- Los alumnos no podrán estar matriculados de las asignaturas cuyo reconocimiento hayan solicitado. Sin perjuicio de lo anterior, el alumno podrá matricularse fuera del plazo habilitado para ello, si así resultase de su interés, de asignaturas cuyo reconocimiento haya sido denegado, en el plazo de 10 días desde la resolución denegatoria del reconocimiento.

6.5.- En el caso de reconocimiento por actividades laborales se deberán valorar las funciones ejercidas por el estudiante y cómo han repercutido en su formación. Dichas funciones deberán tener un suficiente nivel de acreditación por el empleador y, en todo caso, se aportará, además, informe de vida laboral.

Artículo 7.- Órgano competente para analizar las solicitudes de reconocimiento de créditos.

7.1.- Las solicitudes de reconocimiento de créditos serán resueltas por la Comisión Académica de Título de la Facultad a la que esté adscrito el título oficial para el que se solicita el reconocimiento.

7.2.- La CAT estará integrada por los miembros permanentes y, en su caso, por los miembros no permanentes y los miembros consultivos.

1. Son miembros permanentes, el Decano (Decano adjunto, en su caso), el Vicedecano de la Titulación, el Secretario, y el Técnico de Secretaría Administrativa.
2. Son miembros no permanentes, los Directores de los Másteres. La participación de los Directores de Másteres, con capacidad de decisión, se producirá cuando la solicitud de convalidación afecte al Máster que dirigen.

7.3.- Son miembros consultivos, los Directores de Departamento y los Profesores de las enseñanzas de Grado y de Postgrado. El informe que realiza el Director de Departamento junto con los Profesores que estime conveniente consultar tendrá la consideración de informe técnico no vinculante.



Artículo 8.- Efectos del reconocimiento de créditos.

8.1.- Los créditos reconocidos se incorporarán al expediente del alumno especificándose su tipología en cada caso, señalándose el número de créditos, la denominación de ¿reconocido¿, así como la calificación previamente obtenida en la materia/asignatura de la titulación de origen. En el caso de que el reconocimiento de créditos lo sea por varias asignaturas de origen, la calificación a otorgar en la UCV será la calificación media ponderada de las calificaciones consideradas en función de los créditos de éstas.

8.2.- En el caso de estudios de grado, las materias de formación básica superadas en origen que sean objeto de reconocimiento en su totalidad por las de formación básica en la UCV, mantendrán la denominación específica que se recoja en el RUCT, por la universidad que realiza la expedición.

Una vez incorporadas al expediente académico, serán consideradas para la obtención de la calificación media del mismo a excepción de los créditos reconocidos por actividades universitarias, experiencia laboral o profesional, o por enseñanzas universitarias no oficiales, que serán incorporados al expediente del interesado a los efectos que señala el artículo 10.3 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre.

Artículo 9.- Reglas de reconocimiento de créditos.

Las resoluciones de reconocimientos de créditos, tanto favorables como desfavorables, establecidas en base a lo señalado anteriormente, se considerarán como reglas precedentes para que sean aplicadas directamente por las Comisiones Académicas de Título de las distintas Facultades para atender nuevas solicitudes que coincidan exactamente con las mismas situaciones académicas, sin precisar de nuevo estudio.

Artículo 10.- Proceso académico de transferencia.

10.1.- Se procederá, previa solicitud del alumno, a incluir en el expediente académico la totalidad de los créditos obtenidos por los alumnos procedentes de otras enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

10.2.- La transferencia de créditos requiere la acreditación del expediente académico correspondiente y se realizará con posterioridad a la verificación de que los créditos superados no han sido reconocidos.

Artículo 11.- Proceso académico de adaptaciones.

11.1.- El procedimiento de adaptación se iniciará de oficio o a instancia del interesado, según el caso.

11.2.- Se procederá a la adaptación de las asignaturas superadas en el plan de origen por las correspondientes de la titulación de destino previstas en la tabla de adaptación.

La resolución de adaptaciones deberá incluir el conjunto de asignaturas superadas en la titulación de origen y las equivalentes de destino.

Artículo 12.- Subsanación

En caso de detectar insuficiencias o anomalías en la tramitación de cualquiera de los procedimientos establecidos en la presente normativa, se procederá a requerir al solicitante para que, en el plazo de diez días hábiles, proceda a su subsanación.

Transcurrido el plazo conferido sin que se haya producido la subsanación, se tendrá por desistida la petición.

Artículo 13.- Resolución

Formalizada la solicitud y la subsanación, si la hubiere, la Comisión Académica de Título de la Facultad correspondiente dictará Resolución motivada en un plazo de 20 días hábiles.

Esta Resolución se notificará a los interesados y a la Secretaría Académica para que proceda a la anotación en el expediente del alumno, así como a cualquier otra instancia o persona de la Universidad que deba conocer de la misma.



La falta de resolución expresa dentro del plazo establecido se considerará desestimatoria de la solicitud o del procedimiento.

Artículo 14.- Recurso.

Contra la resolución, o ante la falta de la misma transcurrido el plazo para que fuera dictada, se podrá interponer recurso, en el plazo de 5 días hábiles, frente al órgano o responsable que dictará o debiera haber dictado la resolución.

Contra la resolución del recurso, o ante la falta de la misma, se podrá interponer nuevo recurso, en el plazo de 10 días hábiles, ante el Vicerrector con competencias en materia de Ordenación Académica.

La resolución del Vicerrector competente pondrá fin al procedimiento y, contra la misma no cabrá recurso alguno.

Artículo 15.- Modificación

Salvo en caso de transcripción errónea, y una vez obtenida una resolución firme, independientemente de su origen, no será posible la modificación o anulación de los créditos o asignaturas incluidos en el expediente por cualquiera de los procedimientos establecidos en esta norma.

Si el alumno causara baja, los reconocimientos, transferencias o adaptaciones ya aplicadas quedarán reflejados en el expediente, debiendo abonar, en su caso, el coste correspondiente.

Artículo 16.- Incorporación de los créditos obtenidos en el Expediente del Alumno y Suplemento Europeo al Título.

La incorporación de los ETCS reconocidos al expediente del alumno, así como al Suplemento Europeo al Título, se realizará por la secretaría de los centros en la matrícula del curso inmediato siguiente o posteriores a la realización de la actividad. Excepcionalmente, a lo largo del mismo curso, podrán incorporarse los créditos de los alumnos en condiciones de finalizar los estudios en ese año académico o que deseen trasladar su expediente a otro centro.

Disposición Adicional Única. - Abono de tarifas.

La tramitación de los procedimientos previstos en la presente normativa llevará aparejado el pago de la tarifa establecida, que será publicada en la página web de la UCV. Esta tarifa no será de aplicación cuando se solicite el reconocimiento entre titulaciones de la UCV.

Disposición Derogatoria Única. - Derogación normativa.

Quedan derogadas cuantas normas y disposiciones contravengan la presente norma y, expresamente el Reglamento sobre reconocimiento y transferencia de créditos en las enseñanzas de Grado y Máster, aprobado en el Consejo de Gobierno de 17 de junio de 2011, Acta 184.

Disposición Final Única. - Entrada en vigor.

El presente Reglamento entrará en vigor al día siguiente de su aprobación por el Consejo de Gobierno, desplegando sus plenos efectos a partir de ese momento y sin carácter retroactivo.

DILIGENCIA DE CONSTANCIA. A efectos de vigencia y publicación del presente Reglamento, se deja constancia de que, según los antecedentes que obran en esta Secretaría, el mismo ha sido aprobado en la sesión de Consejo de Gobierno celebrada el día 23 de junio de 2022, (Acta nº 422).

En Valencia, 23 de junio de 2022



4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS



5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS
Ver Apartado 5: Anexo 1.
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS
Clase teórica presencial
Clase práctica presencial
Seminario
Exposición de trabajos y debates en el aula
Tutoría presencial
Evaluación presencial
Trabajos individuales o en grupo
Sesión virtual asíncrona
Videoconferencia virtual
Actividades de evaluación continua
Sesiones monográficas
Tutoría virtual
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES
Sesiones monográficas conducentes a la preparación conceptual, procedimental y actitudinal del estudiante para que pueda desarrollar con eficacia su Trabajo Fin de Máster.
Atención tutorizada y en pequeño grupo, con el objeto de dar directrices básicas para la realización del Trabajo Fin de Máster.
Estudio individual y autónomo del alumno para realizar el Trabajo Fin de Máster, presentando avances del mismo en las sucesivas tutorías previstas a tal efecto.
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.
Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.
Aplicación de conocimientos interdisciplinares.
Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor, con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.
Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.
Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis y explicación de conceptos en el aula virtual.
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para su discusión o entrega en formato electrónico.
Resolución de problemas y casos prácticos, comentarios, memorias, etc. para entregar en plazos a lo largo del curso.
Sesiones orientadas a aspectos y aplicaciones de actualidad de la materia.
Sesiones monográficas supervisadas para profundizar en temas complejos.
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN
Asistencia y participación en sesiones teórico-prácticas
Realización de actividades teórico-prácticas entregables: casos prácticos, análisis de textos y elaboración de piezas comunicativas.
Evaluación final presencial: pruebas orales y/o escritas.



Elaboración de la Memoria del Trabajo Fin de Máster.		
Valoración del Trabajo Fin de Máster por un Tribunal constituido en sesión pública por profesores doctores que tendrá en cuenta la originalidad del trabajo, la exposición y defensa del mismo y la generación de valor añadido para el desarrollo de la investigación en Ciencias Sociales.		
5.5 NIVEL 1: Módulo 1		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: principios y estrategias de comunicación institucional y marketing político I		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: principios y estrategias de comunicación institucional y marketing político I		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Conocer los fundamentos de la Comunicación Institucional.
2. Conocer los fundamentos del Marketing Político.
3. Comprender la importancia de la visión estratégica de la organización y de su misión corporativa, como marco de referencia para la planificación y desarrollo de las estrategias de marketing y comunicación.
4. Analizar los métodos de auditoría, planificación, gestión y evaluación del Plan de Comunicación y Marketing.
5. Comprender el papel de la comunicación como parte estratégica de la gestión y la prevención de situaciones de crisis.
6. Analizar la función de la Responsabilidad Social Corporativa y la definición de la Cultura Corporativa en contextos institucionales y políticos.

5.5.1.3 CONTENIDOS

1. Fundamentos de la Comunicación Institucional:
 - 1.1. Comunicación en instituciones públicas y privadas.
 - 1.2. Comunicación interna y externa.
 - 1.3. La gestión de las relaciones con los medios de comunicación.
 - 1.4. Del director de comunicación al consultor político: perfil, funciones y deontología profesional.
2. Fundamentos del Marketing Político:
 - 2.1. Aproximación conceptual y práctica.
 - 2.2. Métodos de investigación social aplicados a la Política.
 - 2.3. La hipersegmentación de públicos.
 - 2.4. La política antropocéntrica y el marketing 3.0.
 - 2.5. La democracia mediática.
3. Visión estratégica y misión corporativa: identidad e imagen corporativa.
 - 3.1. Estructura organizativa y dirección estratégica.
 - 3.2. Modelos de gestión de la imagen corporativa.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor que tengan en cuenta las responsabilidades sociales y éticas, especialmente en el mundo de la comunicación y el marketing.

CG2 - Comprender y aprovechar la diversidad cultural para el desempeño personal y profesional de la dirección y gestión del marketing político y la comunicación institucional.

CG3 - Resolver conflictos en entornos nuevos y multidisciplinares relacionados con la gestión de la comunicación y el marketing.

CG4 - Comunicar conclusiones de foma clara y debatir con públicos especializados y no especializados sobre temas de interés y actualidad relacionados con la comunicación y el marketing.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Elaborar respuestas teórico-prácticas basadas en la búsqueda sincera de la verdad plena y la integración de todas las dimensiones del ser humano ante las grandes cuestiones de la vida.

CT2 - Aplicar los principios derivados del concepto de ¿ecología integral¿ en sus propuestas o acciones, sea cual sea el alcance y el área de conocimiento y los contextos en las que se planteen.

CT3 - Respetar y poner en práctica los principios éticos y las propuestas de acción derivados de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible transfiriéndolos a toda actividad académica y profesional

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Integrar los fundamentos teóricos y estrategias propias de la comunicación institucional.

CE2 - Integrar los fundamentos teóricos y estrategias propios del marketing político.

CE3 - Ser capaz de reconocer el valor de la visión-misión de una organización como marco de referencia para la planificación de su estrategia de comunicación y marketing..



CE4 - Conocer el método integrado de auditoría, análisis, planificación, gestión y evaluación de un Plan de Comunicación y Marketing.		
CE5 - Tener la capacidad de reconocer y abordar dilemas éticos y sociales del ámbito de la comunicación institucional, lo que incluye cuestiones de deontología profesional y aplicación de valores sociales en la resolución de problemas y selección de alternativas que influyen en la estrategia de comunicación de las organizaciones.		
CE6 - Tener la capacidad de reconocer y abordar dilemas éticos y sociales del ámbito del marketing político y electoral, lo que incluye cuestiones de deontología profesional y aplicación de valores sociales en la resolución de problemas y selección de alternativas que influyen en la estrategia de marketing de las organizaciones políticas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica presencial	20	100
Clase práctica presencial	2	100
Exposición de trabajos y debates en el aula	2	100
Evaluación presencial	1	100
Trabajos individuales o en grupo	38	0
Sesión virtual asíncrona	5	0
Videoconferencia virtual	4	0
Actividades de evaluación continua	64	0
Sesiones monográficas	4	0
Tutoría virtual	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.		
Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.		
Aplicación de conocimientos interdisciplinares.		
Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor, con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		
Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.		
Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis y explicación de conceptos en el aula virtual.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para su discusión o entrega en formato electrónico.		
Resolución de problemas y casos prácticos, comentarios, memorias, etc. para entregar en plazos a lo largo del curso.		
Sesiones orientadas a aspectos y aplicaciones de actualidad de la materia.		
Sesiones monográficas supervisadas para profundizar en temas complejos.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación en sesiones teórico-prácticas	5.0	10.0
Realización de actividades teórico-prácticas entregables: casos prácticos,	20.0	30.0



análisis de textos y elaboración de piezas comunicativas.		
Evaluación final presencial: pruebas orales y/o escritas.	50.0	70.0
NIVEL 2: principios y estrategias de comunicación institucional y marketing político II		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: principios y estrategias de comunicación institucional y marketing político II		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		



1. Analizar los métodos de auditoría, planificación, gestión y evaluación del Plan de Comunicación y Marketing.
2. Comprender el papel de la comunicación como parte estratégica de la gestión y la prevención de situaciones de crisis.
3. Analizar la función de la Responsabilidad Social Corporativa y la definición de la Cultura Corporativa en contextos institucionales y políticos.

5.5.1.3 CONTENIDOS

1. Planificación estratégica de Comunicación y Marketing en el contexto del plan estratégico global de la organización.
 - 1.1. La auditoría de imagen.
 - 1.2. Método integrado de análisis, planificación, gestión y evaluación del Plan de Comunicación y Marketing.
2. Gestión de crisis: la Comunicación como parte estratégica de la gestión de crisis.
 - 2.1. Gestión de situaciones de crisis y prevención de asuntos potencialmente conflictivos.
 - 2.2. Ventajas del modelo proactivo frente al reactivo.
3. Responsabilidad Social y Cultura Corporativa. Gestión de la RSC y la Cultura Corporativa en contextos institucionales y políticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor que tengan en cuenta las responsabilidades sociales y éticas, especialmente en el mundo de la comunicación y el marketing.

CG2 - Comprender y aprovechar la diversidad cultural para el desempeño personal y profesional de la dirección y gestión del marketing político y la comunicación institucional.

CG3 - Resolver conflictos en entornos nuevos y multidisciplinares relacionados con la gestión de la comunicación y el marketing.

CG4 - Comunicar conclusiones de foma clara y debatir con públicos especializados y no especializados sobre temas de interés y actualidad relacionados con la comunicación y el marketing.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Elaborar respuestas teórico-prácticas basadas en la búsqueda sincera de la verdad plena y la integración de todas las dimensiones del ser humano ante las grandes cuestiones de la vida.

CT2 - Aplicar los principios derivados del concepto de *¿ecología integral¿* en sus propuestas o acciones, sea cual sea el alcance y el área de conocimiento y los contextos en las que se planteen.

CT3 - Respetar y poner en práctica los principios éticos y las propuestas de acción derivados de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible transfiriéndolos a toda actividad académica y profesional

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Integrar los fundamentos teóricos y estrategias propias de la comunicación institucional.

CE2 - Integrar los fundamentos teóricos y estrategias propios del marketing político.

CE3 - Ser capaz de reconocer el valor de la visión-misión de una organización como marco de referencia para la planificación de su estrategia de comunicación y marketing..

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica presencial	20	100
Clase práctica presencial	2	100
Exposición de trabajos y debates en el aula	2	100
Evaluación presencial	1	100



Trabajos individuales o en grupo	38	0
Sesión virtual asíncrona	5	0
Videoconferencia virtual	4	0
Actividades de evaluación continua	64	0
Sesiones monográficas	4	0
Tutoría virtual	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.		
Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.		
Aplicación de conocimientos interdisciplinares.		
Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor, con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		
Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.		
Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis y explicación de conceptos en el aula virtual.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para su discusión o entrega en formato electrónico.		
Resolución de problemas y casos prácticos, comentarios, memorias, etc. para entregar en plazos a lo largo del curso.		
Sesiones orientadas a aspectos y aplicaciones de actualidad de la materia.		
Sesiones monográficas supervisadas para profundizar en temas complejos.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación en sesiones teórico-prácticas	5.0	10.0
Realización de actividades teórico-prácticas entregables: casos prácticos, análisis de textos y elaboración de piezas comunicativas.	20.0	30.0
Evaluación final presencial: pruebas orales y/o escritas.	50.0	70.0
5.5 NIVEL 1: Módulo 2		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Teoría y Metodología Avanzada de la Participación Ciudadana		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Teoría y Metodología Avanzada de la Participación Ciudadana		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer los fundamentos filosóficos, jurídicos y económicos sobre los que se sustenta la teoría de la acción política. 2. Conocer los principios y agentes de la acción política 3. Analizar las herramientas y los usos de la Política 2.0. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Teoría de la Sociedad: proceso evolutivo de la Sociedad: <ol style="list-style-type: none"> 1.1.. Tecnología y cambio social. 1.2. La Globalización y el fenómeno de lo "Glocal". 1.3. Teoría de la comunicación y la acción política. 		



1.4. Persona y Sociedad.

2. Opinión pública y sociología electoral:

2.1. Comportamientos electorales.

2.2. Política 2.0.

2.3. Liderazgo y participación pública.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor que tengan en cuenta las responsabilidades sociales y éticas, especialmente en el mundo de la comunicación y el marketing.

CG4 - Comunicar conclusiones de forma clara y debatir con públicos especializados y no especializados sobre temas de interés y actualidad relacionados con la comunicación y el marketing.

CG9 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor sobre los fundamentos del liderazgo y la participación pública.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Elaborar respuestas teórico-prácticas basadas en la búsqueda sincera de la verdad plena y la integración de todas las dimensiones del ser humano ante las grandes cuestiones de la vida.

CT2 - Aplicar los principios derivados del concepto de ¿ecología integral¿ en sus propuestas o acciones, sea cual sea el alcance y el área de conocimiento y los contextos en las que se planteen.

CT3 - Respetar y poner en práctica los principios éticos y las propuestas de acción derivados de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible transfiriéndolos a toda actividad académica y profesional

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE10 - Adquirir conocimientos especializados acerca de los fundamentos de la sociología electoral sobre los que se asienta la formación de la opinión pública y el comportamiento electoral.

CE11 - Adquirir conocimientos especializados sobre los fundamentos del liderazgo y la participación pública.

CE14 - Conocer los fundamentos teóricos del proceso evolutivo de la sociedad.

CE15 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico sobre el papel de los medios de comunicación ante el fenómeno Global y Glocal.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica presencial	20	100
Clase práctica presencial	2	100
Exposición de trabajos y debates en el aula	2	100
Evaluación presencial	1	100
Trabajos individuales o en grupo	38	0



Sesión virtual asíncrona	5	0
Videoconferencia virtual	4	0
Actividades de evaluación continua	64	0
Sesiones monográficas	4	0
Tutoría virtual	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.		
Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.		
Aplicación de conocimientos interdisciplinares.		
Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor, con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		
Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.		
Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis y explicación de conceptos en el aula virtual.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para su discusión o entrega en formato electrónico.		
Resolución de problemas y casos prácticos, comentarios, memorias, etc. para entregar en plazos a lo largo del curso.		
Sesiones orientadas a aspectos y aplicaciones de actualidad de la materia.		
Sesiones monográficas supervisadas para profundizar en temas complejos.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación en sesiones teórico-prácticas	5.0	10.0
Realización de actividades teórico-prácticas entregables: casos prácticos, análisis de textos y elaboración de piezas comunicativas.	20.0	30.0
Evaluación final presencial: pruebas orales y/o escritas.	50.0	70.0
NIVEL 2: Teoría y Metodología Avanzada de la Acción Política		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Teoría y Metodología Avanzada de la Acción Política		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> Entender el proceso evolutivo de la sociedad y el papel de la comunicación en el contexto de la globalización. Conocer los principios y agentes de la participación pública. Entender los comportamientos electorales y los principios de formación de la opinión pública. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ol style="list-style-type: none"> Fundamentos filosóficos, jurídicos y económicos de la acción política: <ol style="list-style-type: none"> Políticas públicas nacionales e internacionales. Estado, Identidad y Nación. Acción política y gobernanza democrática: <ol style="list-style-type: none"> Ideologías y acción política. Los agentes políticos. 		



2.3. La nueva ágora: política y medios de comunicación.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor que tengan en cuenta las responsabilidades sociales y éticas, especialmente en el mundo de la comunicación y el marketing.

CG4 - Comunicar conclusiones de forma clara y debatir con públicos especializados y no especializados sobre temas de interés y actualidad relacionados con la comunicación y el marketing.

CG8 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor sobre los fundamentos teóricos básicos de la acción política.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Elaborar respuestas teórico-prácticas basadas en la búsqueda sincera de la verdad plena y la integración de todas las dimensiones del ser humano ante las grandes cuestiones de la vida.

CT2 - Aplicar los principios derivados del concepto de ecología integral en sus propuestas o acciones, sea cual sea el alcance y el área de conocimiento y los contextos en las que se planteen.

CT3 - Respetar y poner en práctica los principios éticos y las propuestas de acción derivados de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible transfiriéndolos a toda actividad académica y profesional

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE7 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico acerca de los fundamentos filosóficos de la acción política sobre los que se fundamentan las políticas públicas.

CE8 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico acerca de los fundamentos jurídicos de la acción política sobre los que se fundamentan las políticas públicas.

CE9 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico acerca de los fundamentos económicos de la acción política sobre los que se fundamentan las políticas públicas.

CE15 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico sobre el papel de los medios de comunicación ante el fenómeno Global y Glocal.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica presencial	20	100
Clase práctica presencial	2	100
Exposición de trabajos y debates en el aula	2	100
Evaluación presencial	1	100
Trabajos individuales o en grupo	38	0
Sesión virtual asíncrona	5	0
Videoconferencia virtual	4	0
Actividades de evaluación continua	64	0
Sesiones monográficas	4	0
Tutoría virtual	10	0



5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.		
Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.		
Aplicación de conocimientos interdisciplinares.		
Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor, con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		
Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.		
Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis y explicación de conceptos en el aula virtual.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para su discusión o entrega en formato electrónico.		
Resolución de problemas y casos prácticos, comentarios, memorias, etc. para entregar en plazos a lo largo del curso.		
Sesiones orientadas a aspectos y aplicaciones de actualidad de la materia.		
Sesiones monográficas supervisadas para profundizar en temas complejos.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación en sesiones teórico-prácticas	5.0	10.0
Realización de actividades teórico-prácticas entregables: casos prácticos, análisis de textos y elaboración de piezas comunicativas.	20.0	30.0
Evaluación final presencial: pruebas orales y/o escritas.	50.0	70.0
5.5 NIVEL 1: Módulo 3		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Institucional-Gubernamental I		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Institucional-Gubernamental I		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>1. Conocer las especificidades de la planificación estratégica de comunicación en contextos institucionales y de gobernanza pública.</p> <p>2. Analizar las herramientas y usos de la Comunicación 3.0 en contextos institucionales y de gobernanza pública.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>1. Concepción, desarrollo y especificidades del plan de comunicación y marketing en contextos institucionales y de gobierno: planificación, gestión y evaluación.</p> <p>2. Políticas públicas y Ciberdemocracia. Comunicación 3.0: estrategia de gestión y comunicación pública a través de redes sociales institucionales y gubernamentales.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor que tengan en cuenta las responsabilidades sociales y éticas, especialmente en el mundo de la comunicación y el marketing.		
CG3 - Resolver conflictos en entornos nuevos y multidisciplinares relacionados con la gestión de la comunicación y el marketing.		
CG4 - Comunicar conclusiones de foma clara y debatir con públicos especializados y no especializados sobre temas de interés y actualidad relacionados con la comunicación y el marketing.		
CG7 - Capacidad de análisis y de síntesis, integrando información y conocimientos procedentes de distintas áreas funcionales y entornos competitivos para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas relacionadas con la comunicación institucional y el marketing político.		



CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT1 - Elaborar respuestas teórico-prácticas basadas en la búsqueda sincera de la verdad plena y la integración de todas las dimensiones del ser humano ante las grandes cuestiones de la vida.		
CT2 - Aplicar los principios derivados del concepto de ¿ecología integral¿ en sus propuestas o acciones, sea cual sea el alcance y el área de conocimiento y los contextos en las que se planteen.		
CT3 - Respetar y poner en práctica los principios éticos y las propuestas de acción derivados de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible transfiriéndolos a toda actividad académica y profesional		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE13 - Conocer las estrategias y herramientas de Comunicación 3.0 aplicadas a contextos políticos y de gobernanza pública.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica presencial	20	100
Clase práctica presencial	2	100
Exposición de trabajos y debates en el aula	2	100
Evaluación presencial	1	100
Trabajos individuales o en grupo	38	0
Sesión virtual asíncrona	5	0
Videoconferencia virtual	4	0
Actividades de evaluación continua	64	0
Sesiones monográficas	4	0
Tutoría virtual	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.		
Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.		
Aplicación de conocimientos interdisciplinares.		
Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor, con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		
Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.		
Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis y explicación de conceptos en el aula virtual.		



Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para su discusión o entrega en formato electrónico.		
Resolución de problemas y casos prácticos, comentarios, memorias, etc. para entregar en plazos a lo largo del curso.		
Sesiones orientadas a aspectos y aplicaciones de actualidad de la materia.		
Sesiones monográficas supervisadas para profundizar en temas complejos.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación en sesiones teórico-prácticas	5.0	10.0
Realización de actividades teórico-prácticas entregables: casos prácticos, análisis de textos y elaboración de piezas comunicativas.	20.0	30.0
Evaluación final presencial: pruebas orales y/o escritas.	50.0	70.0
NIVEL 2: Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Institucional-Gubernamental II		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Institucional-Gubernamental II		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> Entender y valorar la función de las relaciones públicas e institucionales en contextos de gobernanza pública. Comprender las oportunidades y riesgos de la práctica del lobbying sobre la Administración. Conocer los protocolos de organización y gestión de eventos corporativos de corte institucional y en contextos gubernamentales. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ol style="list-style-type: none"> Publicidad y Medios: características del lenguaje publicitario. <ol style="list-style-type: none"> La planificación de medios en contextos gubernamentales. El potencial del patrocinio y el mecenazgo como herramienta corporativa y comercial en la Admón Pública. Relaciones públicas y Lobbying: <ol style="list-style-type: none"> Valor y gestión de las relaciones públicas e institucionales en la Administración. Concepto, oportunidades y riesgos del lobbying sobre la Administración. Protocolo y eventos: organización y desarrollo de eventos corporativos de corte institucional y en contextos gubernamentales. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor que tengan en cuenta las responsabilidades sociales y éticas, especialmente en el mundo de la comunicación y el marketing.		
CG3 - Resolver conflictos en entornos nuevos y multidisciplinares relacionados con la gestión de la comunicación y el marketing.		
CG4 - Comunicar conclusiones de foma clara y debatir con públicos especializados y no especializados sobre temas de interés y actualidad relacionados con la comunicación y el marketing.		
CG7 - Capacidad de análisis y de síntesis, integrando información y conocimientos procedentes de distintas áreas funcionales y entornos competitivos para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas relacionadas con la comunicación institucional y el marketing político.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		



CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Elaborar respuestas teórico-prácticas basadas en la búsqueda sincera de la verdad plena y la integración de todas las dimensiones del ser humano ante las grandes cuestiones de la vida.

CT2 - Aplicar los principios derivados del concepto de ¿ecología integral¿ en sus propuestas o acciones, sea cual sea el alcance y el área de conocimiento y los contextos en las que se planteen.

CT3 - Respetar y poner en práctica los principios éticos y las propuestas de acción derivados de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible transfiriéndolos a toda actividad académica y profesional

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE17 - Conocer los protocolos de organización y gestión de eventos corporativos de corte institucional y en contextos gubernamentales.

CE20 - Ser capaz de interiorizar y discernir públicamente acerca de las oportunidades y riesgos del lobbying sobre la Administración Pública.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica presencial	20	100
Clase práctica presencial	2	100
Exposición de trabajos y debates en el aula	2	100
Evaluación presencial	1	100
Trabajos individuales o en grupo	38	0
Sesión virtual asíncrona	5	0
Videoconferencia virtual	4	0
Actividades de evaluación continua	64	0
Sesiones monográficas	4	0
Tutoría virtual	10	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.

Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.

Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.

Aplicación de conocimientos interdisciplinares.

Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor, con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.

Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.

Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.

Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.

Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis y explicación de conceptos en el aula virtual.

Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para su discusión o entrega en formato electrónico.

Resolución de problemas y casos prácticos, comentarios, memorias, etc. para entregar en plazos a lo largo del curso.

Sesiones orientadas a aspectos y aplicaciones de actualidad de la materia.

Sesiones monográficas supervisadas para profundizar en temas complejos.



5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación en sesiones teórico-prácticas	5.0	10.0
Realización de actividades teórico-prácticas entregables: casos prácticos, análisis de textos y elaboración de piezas comunicativas.	20.0	30.0
Evaluación final presencial: pruebas orales y/o escritas.	50.0	70.0
5.5 NIVEL 1: Módulo 4		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Político-Electoral I		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Político-Electoral I		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer las técnicas y herramientas propias de la consultoría política. 2. Analizar las estrategias de liderazgo político. 3. Conocer las estrategias de fidelización electoral. 4. Conocer las especificidades de la planificación estratégica de comunicación en contextos político-electorales. 5. Comprender el papel y los resortes de la comunicación eficaz y el valor de la comunicación no verbal en el discurso político. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Consultoría política: técnicas y herramientas. <ol style="list-style-type: none"> 1.1. El candidato: estrategias de liderazgo político. 1.2. El electorado: estrategias de fidelización. 1.3. Formación de portavoces. 1.4. Comunicación verbal y no verbal. 2. Concepción, desarrollo y especificidades del plan de comunicación y marketing en contextos político-electorales. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG3 - Resolver conflictos en entornos nuevos y multidisciplinares relacionados con la gestión de la comunicación y el marketing.		
CG4 - Comunicar conclusiones de forma clara y debatir con públicos especializados y no especializados sobre temas de interés y actualidad relacionados con la comunicación y el marketing.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT1 - Elaborar respuestas teórico-prácticas basadas en la búsqueda sincera de la verdad plena y la integración de todas las dimensiones del ser humano ante las grandes cuestiones de la vida.		
CT2 - Aplicar los principios derivados del concepto de ecología integral en sus propuestas o acciones, sea cual sea el alcance y el área de conocimiento y los contextos en las que se planteen.		



CT3 - Respetar y poner en práctica los principios éticos y las propuestas de acción derivados de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible transfiriéndolos a toda actividad académica y profesional		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE16 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico sobre la función de los laboratorios de ideas de partidos políticos y su implementación en los programas electorales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica presencial	20	100
Clase práctica presencial	2	100
Exposición de trabajos y debates en el aula	2	100
Evaluación presencial	1	100
Trabajos individuales o en grupo	38	0
Sesión virtual asíncrona	5	0
Videoconferencia virtual	4	0
Actividades de evaluación continua	64	0
Sesiones monográficas	4	0
Tutoría virtual	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.		
Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.		
Aplicación de conocimientos interdisciplinares.		
Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor, con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		
Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.		
Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis y explicación de conceptos en el aula virtual.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para su discusión o entrega en formato electrónico.		
Resolución de problemas y casos prácticos, comentarios, memorias, etc. para entregar en plazos a lo largo del curso.		
Sesiones orientadas a aspectos y aplicaciones de actualidad de la materia.		
Sesiones monográficas supervisadas para profundizar en temas complejos.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación en sesiones teórico-prácticas	5.0	10.0
Realización de actividades teórico-prácticas entregables: casos prácticos, análisis de textos y elaboración de piezas comunicativas.	20.0	30.0
Evaluación final presencial: pruebas orales y/o escritas.	50.0	70.0



NIVEL 2: Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Político-Electoral II		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Político-Electoral II		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer las rutinas de producción y desarrollo de una campaña electoral. 2. Conocer los protocolos específicos de organización y gestión de eventos corporativos en contextos político-electorales. 		



3. Conocer las alternativas de financiación electoral.

4. Reflexionar sobre la función de los laboratorios de ideas políticas y su implementación en los programas electorales.

5.5.1.3 CONTENIDOS

1. Planificación y dirección de campañas electorales.
 - 1.1. Pre-campaña, campaña y post-campaña: laboratorio de ideas.
 - 1.2. Gestión de equipos, medios y tiempos.
 - 1.3. Financiación electoral.
 - 1.4. Campaña permanente.
2. Protocolo y eventos: organización y desarrollo de eventos corporativos en contextos político-electorales.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG3 - Resolver conflictos en entornos nuevos y multidisciplinares relacionados con la gestión de la comunicación y el marketing.

CG4 - Comunicar conclusiones de forma clara y debatir con públicos especializados y no especializados sobre temas de interés y actualidad relacionados con la comunicación y el marketing.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Elaborar respuestas teórico-prácticas basadas en la búsqueda sincera de la verdad plena y la integración de todas las dimensiones del ser humano ante las grandes cuestiones de la vida.

CT2 - Aplicar los principios derivados del concepto de «ecología integral» en sus propuestas o acciones, sea cual sea el alcance y el área de conocimiento y los contextos en las que se planteen.

CT3 - Respetar y poner en práctica los principios éticos y las propuestas de acción derivados de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible transfiriéndolos a toda actividad académica y profesional

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE12 - Conocer las técnicas de organización, desarrollo y evaluación ejecutables en el desarrollo de campañas electorales.

CE18 - Conocer los protocolos de organización y gestión de eventos corporativos de corte institucional y en contextos político-electorales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase teórica presencial	20	100
Clase práctica presencial	2	100
Exposición de trabajos y debates en el aula	2	100
Evaluación presencial	1	100
Trabajos individuales o en grupo	38	0
Sesión virtual asíncrona	5	0
Videoconferencia virtual	4	0
Actividades de evaluación continua	64	0



Sesiones monográficas	4	0
Tutoría virtual	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.		
Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.		
Aplicación de conocimientos interdisciplinares.		
Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor, con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		
Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.		
Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis y explicación de conceptos en el aula virtual.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para su discusión o entrega en formato electrónico.		
Resolución de problemas y casos prácticos, comentarios, memorias, etc. para entregar en plazos a lo largo del curso.		
Sesiones orientadas a aspectos y aplicaciones de actualidad de la materia.		
Sesiones monográficas supervisadas para profundizar en temas complejos.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación en sesiones teórico-prácticas	5.0	10.0
Realización de actividades teórico-prácticas entregables: casos prácticos, análisis de textos y elaboración de piezas comunicativas.	20.0	30.0
Evaluación final presencial: pruebas orales y/o escritas.	50.0	70.0
5.5 NIVEL 1: Módulo 5		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Trabajo Fin de Máster		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
12		
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Trabajo Fin de Máster		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado / Máster	12	Anual
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
12		
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>1. Elaborar un Trabajo de Investigación o un Plan Estratégico de Comunicación y Marketing aplicado a una organización que pertenezca a uno de los siguientes ámbitos: a.- Institucional-Gubernamental. b.- Político-Electoral.</p> <p>2. Defensa oral del mismo</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Realización de un proyecto final de máster en el que se desarrolle un Trabajo de investigación o bien un Plan de Comunicación y Marketing aplicado a una organización con un planteamiento gubernamental, institucional, político o electoral		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG5 - Ser capaz de mostrar un espíritu emprendedor para integrar en un trabajo fin de máster los conocimientos y las habilidades que exige la gestión de comunicación institucional y el marketing político.		
CG6 - Integrar las capacidades de aprendizaje que permitan continuar la formación de un modo autónomo y autodirigido.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		



CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT1 - Elaborar respuestas teórico-prácticas basadas en la búsqueda sincera de la verdad plena y la integración de todas las dimensiones del ser humano ante las grandes cuestiones de la vida.		
CT2 - Aplicar los principios derivados del concepto de ¿ecología integral¿ en sus propuestas o acciones, sea cual sea el alcance y el área de conocimiento y los contextos en las que se planteen.		
CT3 - Respetar y poner en práctica los principios éticos y las propuestas de acción derivados de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible transfiriéndolos a toda actividad académica y profesional		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE5 - Tener la capacidad de reconocer y abordar dilemas éticos y sociales del ámbito de la comunicación institucional, lo que incluye cuestiones de deontología profesional y aplicación de valores sociales en la resolución de problemas y selección de alternativas que influyen en la estrategia de comunicación de las organizaciones.		
CE6 - Tener la capacidad de reconocer y abordar dilemas éticos y sociales del ámbito del marketing político y electoral, lo que incluye cuestiones de deontología profesional y aplicación de valores sociales en la resolución de problemas y selección de alternativas que influyen en la estrategia de marketing de las organizaciones políticas.		
CE19 - Ser capaz de integrar en un proyecto fin de máster los conocimientos y las habilidades desarrolladas a lo largo del programa.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Seminario	7.5	100
Tutoría presencial	13	100
Evaluación presencial	2	100
Trabajos individuales o en grupo	270	0
Tutoría virtual	7.5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Sesiones monográficas conducentes a la preparación conceptual, procedimental y actitudinal del estudiante para que pueda desarrollar con eficacia su Trabajo Fin de Máster.		
Atención tutorizada y en pequeño grupo, con el objeto de dar directrices básicas para la realización del Trabajo Fin de Máster.		
Estudio individual y autónomo del alumno para realizar el Trabajo Fin de Máster, presentando avances del mismo en las sucesivas tutorías previstas a tal efecto.		
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de la Memoria del Trabajo Fin de Máster.	20.0	30.0
Valoración del Trabajo Fin de Máster por un Tribunal constituido en sesión pública por profesores doctores que tendrá en cuenta la originalidad del trabajo, la exposición y defensa del mismo y la generación de valor añadido para el desarrollo de la investigación en Ciencias Sociales.	70.0	80.0



6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	Profesor colaborador Licenciado	6.7	0	,7
Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	Profesor Titular	6.7	100	,7
Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	Profesor Agregado	13.3	100	45,2
Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	Profesor Contratado Doctor	73.3	100	53,5
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
70	15	80
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>8.2. Progreso y resultados de aprendizaje</p> <p>En este apartado, se describe el procedimiento de la Universidad Católica de Valencia <i>San Vicente Mártir</i> a utilizarse específicamente para el Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional, con objeto de valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes, así como el seguimiento de los egresados después de su titulación.</p> <p>Para la descripción del progreso y resultado del aprendizaje se pueden considerar los siguientes procedimientos e indicadores de evidencias de los mismos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evidencias de metodología docente y de evaluación modular. - Evidencias del progreso y resultados de aprendizaje del alumnado. - Evidencias sobre el Trabajo Fin de Máster. - Evidencias del seguimiento profesional de los egresados. <p>8.2.1. Evidencias de metodología docente y de evaluación modular</p> <p>El Plan de Estudios del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional, en referencia tanto al proceso de selección de objetivos, contenidos, competencias y metodología docente, como al de la evaluación del alumnado, va a seguir un procedimiento modular. Esto requiere de la participación e interacción en la toma de decisiones del personal docente que representa el módulo competencial, con sus respectivas materias y asignaturas. Entre los indicadores que objetivan las evidencias se encuentran los siguientes:</p>		



- a) Las **evidencias** que se utilizan como indicadores referirán el levantamiento de **acta de las sesiones** de participación, valoración y decisiones del profesorado, respecto a la metodología docente y de evaluación modular, y se concentrarán en puntuaciones de valoración que reflejen porcentualmente el trabajo del alumno para la consecución de sus competencias.
- b) Los bloques de contenidos formativos cuentan con documentos que contienen los elementos básicos de **evaluación del alumnado sobre su progreso y resultados de aprendizaje**.
- c) Se concretan mecanismos de **reunión, participación y toma de decisiones** que permiten la coordinación entre bloques de contenidos formativos con documentos que permiten evidenciarlos.

8.2.2. Evidencias del progreso y resultados de aprendizaje del alumnado.

La formación en el Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional contemplará la participación del alumnado en la mejora de su proceso de enseñanza-aprendizaje. En este sentido, se utilizarán distintas dinámicas, estrategias y técnicas que sirven al objeto de valorar y mejorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes, entre cuyos indicadores destacan:

- a) Participación del alumnado de nuevo ingreso en los programas de acogida

La elaboración de su perfil académico. Se basa en la respuesta a **técnicas cuantitativas** (cuestionarios sobre el perfil académico de ingreso), y en **técnicas cualitativas** (dinámica de grupos y entrevistas personales sobre el perfil y las necesidades académicas del alumno de nuevo ingreso).

- b) Participación bidireccional en la valoración del profesorado y el alumnado

Se utilizan **técnicas de cuestionarios** en las cuales, el claustro del profesorado del Máster valorará al alumnado acerca de su percepción sobre variables como niveles de asistencia, participación, búsqueda y tratamiento de la información, aprendizaje, capacidad de análisis e interpretación, comunicación y respeto en el aula. Los datos recogidos sirven de *feedback* para mejorar los procesos de enseñanza/aprendizaje y son retornados al alumnado para que éste también realice una valoración cuantitativa en respuesta a preguntas de cuestionarios sobre las variables antes citadas.

En lo referente al profesorado, a la organización académica y a la infraestructura, la valoración también se realiza **desde la perspectiva del alumnado**. Finalmente, el uso de **técnicas cuantitativas** se combina con **técnicas cualitativas** que promueven las dinámicas de grupo, tanto con profesores como con alumnos, coordinados por la figura de un profesor responsable, de manera que se **redacta un documento final** donde se enfatizan los aspectos positivos y, sobre todo, los mejorables en el proceso de enseñanza/aprendizaje de competencias, así como estrategias que puedan promover dicha mejora.

- c) Análisis de las dificultades de estudio y aprendizaje del alumnado

Éste se fundamenta sobre aspectos referidos a la organización, planificación, lectura, elaboración y comprensión. Este análisis se realiza con técnicas de recogida de información cuantitativas (**test sobre hábitos y dificultades de estudio**) y cualitativas (**procesos de investigación-acción en el aula** con el alumnado para definir sus principales dificultades de estudio y aprendizaje).

La convergencia de ambos tipos de información, cuantitativa y cualitativa, lleva a la redacción final de un **documento sobre la mejora de hábitos, técnicas de estudio y estrategias de aprendizaje**, que se trabaja tanto en grupos, como individualmente.

8.2.3. Evidencias sobre procedimientos del Trabajo Fin de Máster

Estos procedimientos permiten la evaluación y cumplimiento de unos criterios de calidad establecidos en el **Sistema de Garantía Interno de la Calidad**, que se explicarán en su apartado correspondiente. En este sentido, las evidencias que pueden relacionarse con el seguimiento del progreso académico y/o profesional del alumnado se referirán a:

El Trabajo Fin de Máster (TFM) : en el Plan de Estudios del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional, el **Trabajo Fin de Máster** se realiza a lo largo del último semestre del máster refiriendo un total de 12 ECTS para el alumno. Consistirá en un trabajo tutelado de investigación. Para su redacción, el estudiante deberá demostrar su capacidad para la elaboración y posterior exposición del mismo. Por su carácter científico e integrador está encaminado a potenciar los conocimientos adquiridos.

El trabajo fin de máster es un trabajo profesional, técnico y/o científico, integrador y potenciador de los conocimientos adquiridos, que debe realizar y presentar todo alumno de cada máster, siempre que haya cumplido con las condiciones establecidas para poderse matricular del trabajo fin de máster.



La finalidad de este trabajo es que el alumno, futuro profesional, integre los conocimientos adquiridos y demuestre que ha desarrollado las competencias necesarias para desarrollar una actividad dedicada a la comunicación política. Por tal motivo, el trabajo final de máster debe ser un trabajo acorde a lo que se espera que un postgraduado con ese título sea capaz de realizar.

Los objetivos de dicho trabajo fin de máster serán:

- Integrar y aplicar con criterio profesional, creatividad, iniciativa y metodología, los conocimientos y técnicas adquiridas durante su máster.
- Consolidar e incrementar los conocimientos y competencias recibidos a lo largo del máster en los criterios que deberá aplicar durante su vida profesional relacionada con la Comunicación Política e Institucional.

Los Trabajos de Fin de Máster versarán sobre la propuesta, realización y valoración de un trabajo original y específico teórico o empírico sobre los contenidos del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional, desarrollando un aspecto monográfico de los contenidos desde una perspectiva transdisciplinar.

El Trabajo Fin de Máster además de entregarse por escrito, se defenderá presencialmente y en **sesión pública** frente a un Tribunal compuesto por profesores universitarios doctores.

El Trabajo Fin de Máster consistirá en la elaboración de un Plan Estratégico de Comunicación Corporativa o Institucional que integre y desarrolle de forma coherente una de estas dos propuestas:

1. Un Plan de Marketing político con fines electorales.
 2. Un Plan de Marketing político con fines gubernamentales
- Así como la defensa oral del mismo.

Los alumnos estarán supervisados en todo momento por un tutor académico quien llevará a cabo el siguiente conjunto de actuaciones para garantizar la calidad del Trabajo de Fin de Máster:

Entrevista de orientación

En esta entrevista el tutor interno orientará personalmente a los alumnos sobre las distintas opciones profesionales así como sobre los intereses, aptitudes, exigencias, tanto de los alumnos como de los itinerarios profesionales implicados en la formación del Máster y en el futuro laboral y académico de los alumnos. Además, clarificará el sistema de evaluación del TFM y los pasos que los alumnos han de seguir en la elaboración del trabajo: presentación oral y entrega por escrito.

Clases prácticas y seminarios monográficos

Las clases prácticas y los seminarios monográficos tendrán lugar al principio del periodo formal del TFM. En estas clases prácticas y seminarios, el tutor interno orientará y formará a los alumnos en materias relacionadas con los conocimientos, métodos, técnicas, habilidades y competencias necesarias para la elaboración de un TFM. Así pues, en ellas se trabajarán los conocimientos necesarios para que el alumno pueda localizar, seleccionar y analizar cualquier documento científico y mantenerse actualizado en el desarrollo de su disciplina.

Se promoverá el conocimiento de un conjunto de herramientas fundamentales para el diseño de objetivos, hipótesis y metodologías, así como el desarrollo de trabajos teórico-prácticos especializados. Se ahondará en el manejo y la búsqueda de información (Estrategias básicas de búsqueda de información en la Web, qué buscar sobre educación en Internet, direcciones Web con información y documentación sobre educación), y que ello posibilite el aprendizaje continuo durante su formación universitaria y su quehacer profesional, académico y/o de investigación.

Entrevistas de seguimiento individualizadas y grupales

Las entrevistas de seguimiento se realizarán durante el periodo previo a la presentación del trabajo de Máster y una vez los alumnos hayan elegido tema. En estas sesiones el tutor interno supervisará con los alumnos el desempeño en la tarea, así como la preparación de sus trabajos de presentación (oral y escrita).

Dentro de la **evaluación del Módulo de TFM** se considerarán los siguientes aspectos:

- Entrega de Trabajo Fin de Máster: 60-70%
- Exposición y defensa oral trabajos e investigaciones: 20-30%
- Asistencia y desempeño en Actividades Prácticas, seminarios y entrevistas: 10-20%



8.2.4. Evidencias del seguimiento profesional de los egresados

Desde el **Departamento de Bolsa de Trabajo** de la Universidad (<https://www.ucv.es/bolsatrabajo/default.aspx>), se procede a un seguimiento profesional/formativo de los egresados que se recoge en evidencias referidas a los siguientes **indicadores**:

1. Seguimiento por correo y telefónico acerca de la situación profesional del egresado;
2. Consultas y asesoramiento telefónico al departamento y/o servicio correspondiente sobre necesidades individuales de carácter profesional de los alumnos que han finalizado el Máster.
3. Realización de tutorías individuales con aquellos egresados que se encuentran en situación de desempleo;
4. Realización de **talleres de inserción profesional y búsqueda de empleo** con los egresados desempleados;
5. **Análisis anuales** que se realizan en el departamento, cualitativos y cuantitativos, de la inserción profesional del alumnado egresado del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional.

Durante el proceso de depósito del título o en una convocatoria extraordinaria se convocará a los estudiantes que han obtenido la titulación para que cumplimenten una primera **encuesta de estudiantes que han finalizado el Máster recientemente**. Tras un tiempo aproximado de seis meses o un año después de la consecución del título se pasará una **segunda encuesta**, con el fin de analizar su inserción laboral.

6. Análisis de los datos obtenidos a través de la **Bolsa de Trabajo** de la UCV.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	https://www.ucv.es/quienes-somos/facultades/facultad-de-filosofia-letras-y-humanidades/calidad/documentacion-del-saic
--------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2012
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
No procede, porque no existe en la Universidad Católica de Valencia ningún Máster equivalente.	
10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
21505219N	Ginés Santiago	Marco	Perles
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Guillem de Castro, 94	46001	Valencia/València	Valencia
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
gines.marco@ucv.es	647973569	963153655	Decano
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
24363788A	JOSE MANUEL	PAGAN	AGULLO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Quevedo, 2	46001	Valencia/València	Valencia
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
060@ucv.es	647418935	963153655	Rector
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título es también el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
21505219N	Ginés Santiago	Marco	Perles



DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Guillem de Castro, 94	46001	Valencia/València	Valencia
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
gines.marco@ucv.es	647973569	963153655	Decano



Apartado 2: Anexo 1

Nombre : 2 JUSTIFICACIÓN alegaciones.pdf

HASH SHA1 : 60A58CAF98674EC76B61F91AFE3C4BBB932322AC

Código CSV : 677905038871451223379063

Ver Fichero: 2 JUSTIFICACIÓN alegaciones.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre : 4 1 SISTEMAS INFORMACION PREVIA.pdf

HASH SHA1 : C5BB5AEF3F63A0C529302B51AA43C90B7B045709

Código CSV : 581949194866425377462156

Ver Fichero: 4 1 SISTEMAS INFORMACION PREVIA.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre : 5.1 PLAN ESTUDIOS alegaciones.pdf

HASH SHA1 : 7C54EC977B280774BDFB014D5043CE6E392AB845

Código CSV : 677906835950930973162184

Ver Fichero: 5.1 PLAN ESTUDIOS alegaciones.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre : 6.1 PERSONAL ACADÉMICO.pdf

HASH SHA1 : 2354607BC824CD0AC431E31AA44073D2DF0363C2

Código CSV : 604736505023022289940535

Ver Fichero: 6.1 PERSONAL ACADÉMICO.pdf



Apartado 6: Anexo 2

Nombre : 6 2 OTROS RECURSOS HUMANOS.pdf

HASH SHA1 : B16DA6A09993B7FA2A966C6B6B3FE8335727D329

Código CSV : 604739826569648064610099

Ver Fichero: 6 2 OTROS RECURSOS HUMANOS.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre : 7 recursos materiales.pdf

HASH SHA1 : A8484141D1AEA84E7031E22D8B3B6D92FC2B4F9E

Código CSV : 604743073203012670576531

Ver Fichero: 7 recursos materiales.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre : 8 Tasas.pdf

HASH SHA1 : 1E798158E6C9EBE177589B1B2551E16BE274349B

Código CSV : 676026214988712864826171

Ver Fichero: 8 Tasas.pdf



Apartado 10: Anexo 1

Nombre : 10 cronograma.pdf

HASH SHA1 : 329A2C48372D7E727BB5CB45ECD62DB600178DE0

Código CSV : 604669164439119962808800

Ver Fichero: 10 cronograma.pdf



