

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE

1125 *ORDEN ECD/3455/2002, de 17 de diciembre, por la que se modifica el plan de estudios de las enseñanzas conducente a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Audiovisual de la Facultad de Comunicación, de la Universidad Pontificia de Salamanca.*

Vista la propuesta de la Universidad Pontificia de Salamanca, de modificación del plan de estudios de las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Audiovisual, de la Facultad de Comunicación (antes Facultad de Ciencias de la Información), de dicha Universidad;

Teniendo en cuenta la autorización concedida por el apartado 3 del artículo 1 y la disposición final primera del Real Decreto 1992/1995, de 7 de diciembre, por el que se reconocen efectos civiles a los estudios con-

ducentes a la obtención de diversos títulos universitarios oficiales de la Universidad Pontificia de Salamanca, y que se han cumplido las condiciones generales establecidas, así como el informe favorable emitido por el Consejo de Coordinación Universitaria,

Este Ministerio ha dispuesto la modificación del plan de estudios de las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Audiovisual, de la Facultad de Comunicación (antes Facultad de Ciencias de la Información), de la Universidad Pontificia de Salamanca; por lo que el anexo al Real Decreto 1992/1995 («Boletín Oficial del Estado» de 4 de enero de 1996), por el que se reconocen efectos civiles, entre otros, a los citados estudios, modificado por Orden de 15 de febrero de 2000 («Boletín Oficial del Estado» de 23 de marzo), debe ser modificado de conformidad con el contenido del anexo a la presente Orden.

Madrid, 17 de diciembre de 2002.

DEL CASTILLO VERA

Excmo. Sr. Secretario de Estado de Educación y Universidades.

A N E X O

UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL -

Al cuadro de materias optativas (en su caso) deben añadirse las siguientes:

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas 18	
				- por ciclo 9	
				- curso 	
DENOMINACIÓN	CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO	
SISTEMAS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA (3º)	4,5	3	1,5	Introducción de herramientas y utilidades tecnológicas en el contexto del periodismo, la comunicación audiovisual y la publicidad y las relaciones públicas.	
ASPECTOS JURÍDICOS DE INTERNET (3º)	4,5	4,5		Internet y la era digital. Las nuevas formas de responsabilidad en la red. Derecho penal e Internet: delitos más frecuentes. La reproducción o difusión de contenidos obtenidos en la red. Los derechos de autor y su protección. Las bases de datos. La protección de la intimidad, el honor y la propia imagen en Internet.	
DISEÑO GRÁFICO EN TELEVISIÓN (4º)	4,5	1,5	3	Aplicación de los principios del diseño gráfico al medio televisivo. Diseño gráfico, animación y sonido para televisión.	
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA I	4,5	1,5	3	Comprensión de formatos multimedia. La organización hipermedial de la información. Interface, ergonomía e interacción en documentos multimedia.	
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA II	4,5	1,5	3	Técnicas avanzadas de elaboración de documentos hipermedia en soportes multimedia.	
DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA	4,5	1,5	3	Aplicación de los fundamentos del diseño gráfico en soportes multimedia. La convergencia del diseño gráfico con posibilidades de animación, interacción y sonido.	
INFOGRAFÍA EN MEDIOS INTERACTIVOS	4,5	1,5	3	Desarrollo y aplicación de las técnicas de información gráfica (infografía) en medios interactivos	

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas 18	
				- por ciclo 9	
				- curso 	
DENOMINACIÓN	CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO	
DIRECCIÓN DE ARTE EN MEDIOS AUDIOVISUALES	4,5	1,5	3	Técnicas avanzadas en diseño gráfico para televisión. Definición de la estrategia de identidad visual de cadenas y programas de televisión	
DERECHOS DEL COMUNICADOR (3º)	4,5	4,5		Regulación jurídica del profesional de la comunicación, derechos y obligaciones del agente del proceso de la comunicación cualquiera que sea el medio en que este desarrolle su trabajo: prensa, radio, televisión o Internet.	
COMUNICACIÓN, CULTURA Y CONOCIMIENTO (3º)	4,5	3	1,5	Estudio de la relación actual de la comunicación con las manifestaciones culturales. La comunicación como proceso generador de cultura y conocimiento y la comunicación mediática como productor de un determinada cultura y adquisición de información sin significado.	
ESPECTÁCULO, FICCIÓN Y REALIDAD	4,5	1,5	3	El espectáculo como discurso audiovisual. Claves de discernimiento entre la ficción y la realidad. La mezcla postmoderna de formatos como paradigma audiovisual. Límites éticos y responsabilidad de los agentes implicados en el proceso comunicativo.	
ENTORNO DIGITAL, COMUNICACIÓN Y CULTURA	4,5	3	1,5	La relación existente entre comunicación, comunicación mediática y cultura se complica en la actualidad con la aparición de un entorno digital. Este entorno digital obliga a la construcción de un nuevo espacio cultural, en el que el proceso de la comunicación tiene que ser dinámico para constituir una nueva fuente de conocimiento.	

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas <input type="text" value="18"/>	
				- por ciclo <input type="text" value="9"/>	
				- curso <input type="text"/>	
DENOMINACION	CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
INVESTIGACIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	4,5	3	1,5	En esta materia se estudia el proceso de adaptación de estos medios y una posible vía de desarrollo y consolidación frente a nuevos canales: la investigación y su transmisión a la opinión pública, dotando de significado la sobrecarga de información actual.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad - Estadística
COMUNICACIÓN, INVESTIGACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	4,5	3	1,5	Aproximación a las más recientes investigaciones en el ámbito de la comunicación social y análisis de los resultados. Estudio de las principales conclusiones en investigación sobre comunicación social y aplicación de éstas a la gestión de un conocimiento.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad - Estadística
LOCUCIÓN AUDIOVISUAL I (3º)	4,5	1,5	3	Conocimiento de la voz y educación de las técnicas vocales necesarias para la lectura expresiva de todo tipo de mensajes audiovisuales.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad
ANÁLISIS DE TEXTO AUDIOVISUALES (3º)	4,5	3	1,5	Puesta en práctica de distintas metodologías de análisis de textos audiovisuales (de ficción, publicitarios y documentales) desde una perspectiva lingüística, narrativa, estética y de contenido.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
PRODUCCIÓN DE ENTREVISTAS EN RADIO Y TELEVISIÓN (4º)	4,5	1,5	3	Análisis y puesta en práctica de las técnicas necesarias para la correcta realización de todo tipo de entrevistas en radio y televisión.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
HISTORIA DEL CINE (5º)	4,5	4,5		Análisis histórico de la tecnología, estilo e industria del cinematógrafo.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas <input type="text" value="18"/>	
				- por ciclo <input type="text" value="9"/>	
				- curso <input type="text"/>	
DENOMINACION	CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
NARRATIVA RADIOFÓNICA	4,5	1,5	3	Definición de los principios necesarios para la construcción de relatos radiofónicos analizando las posibilidades expresivas del sonido a partir del conocimiento y el dominio de los elementos del lenguaje radiofónico.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad
LOCUCIÓN AUDIOVISUAL II	4,5	1,5	3	Análisis y aplicación de las principales habilidades comunicativas a la transmisión expresiva de distintos mensajes audiovisuales.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad
PRESENTACIÓN TELEVISIVA	4,5	1,5	3	Desarrollo y práctica de técnicas, destrezas y habilidades comunicativas para conseguir una correcta presentación en televisión y una puesta en escena más eficaz.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad
PROGRAMACIÓN EN TELEVISIÓN	4,5	3	1,5	Análisis de las bases históricas, económicas y sociales de la oferta televisiva y las claves de su evolución convergente, con atención a la descripción de las estrategias de programación como instrumento de educación en la recepción crítica de los mensajes.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y EMPRESARIAL	4,5	3	1,5	Comunicación e imagen corporativa. Métodos y estrategias de comunicación interna y externa.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
INFOGRAFÍA	4,5	1,5	3	Desarrollo de habilidades y técnicas de información periodística mediante el uso de la imagen sintética.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas	
				- por ciclo	9
				- curso	
DENOMINACION	CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
DERECHOS FUNDAMENTALES DEL INFORMADOR	4,5	4,5		Contenidos constitucionales que constituyen el estatuto jurídico del informador. El informador y la libertad de expresión e información. Los derechos del informador como trabajador. El informador y la propiedad intelectual. Los derechos del informador en prensa, radio y televisión.	- Derecho Administrativo - Derecho Constitucional
DERECHO AUDIOVISUAL	4,5	4,5		Regulación jurídica de los medios audiovisuales. Obligaciones y derechos de los agentes de la comunicación audiovisual: radio, televisión, cine.	- Derecho Administrativo - Derecho Constitucional
PERIODISMOS NO CONVENCIONALES	4,5	3	1,5	El periodismo ante un nuevo contexto socio-cultural: periodismo cívico, periodismo de investigación en bases de datos, periodismo de soluciones, periodismo de participación, periodismo de anticipación, periodismo de información movilizadora, etc.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
SISTEMAS Y PROCESOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL	4,5	3	1,5	Estudio de los actuales fenómenos comunicativos desde un proceso de investigación analítico y sintético. Descripción, desde una pauta temporal, de la investigación en comunicación social y su metodología.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y CREACIÓN DE VALORES	4,5	3	1,5	Cambio tecnológico en la sociedad del conocimiento. Una lectura tecnológica de las teorías de la comunicación. Contra el determinismo tecnológico. Innovación y tecnología: relación entre ésta y valores.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
CONTRATO Y COMUNICACIÓN	4,5	3	1,5	Análisis de las relaciones contractuales que vinculan al profesional de la información con su empresa: contrato de trabajo, contratación civil y mercantil, derechos de autor, contratos publicitarios, etc.	- Derecho Administrativo - Derecho Constitucional

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas	
				- por ciclo	9
				- curso	
DENOMINACION	CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
PSICOSOCIOLOGÍA DEL CONSUMO E INVESTIGACIÓN DEL MERCADO	4,5	3	1,5	Aplicación de los principales modelos explicativos de la teoría psicológica a la conducta de consumo. El consumidor como sujeto colectivo. Proceso de decisión. Integración de modelos..	- Psicología Social
CONSUMO POLÍTICO Y MERCANTIL	4,5	3	1,5	Relación y vínculos entre esas dos dimensiones del consumo: la transacción comercial y el intercambio político. Partiendo de las similitudes que puedan establecerse entre un mercado y otro, han de abordarse, a su vez, las fronteras que separan ambos frentes.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
VALORES CORPORATIVOS Y PUBLICITARIOS	4,5	3	1,5	La ética como valor añadido. Creación de identidad e imagen corporativa a través del concepto de valor. Tendencias y valores del entorno publicitario: marketing y valor de marca, marketing social, etc.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas
				- por ciclo <input type="text" value="9"/>
				- curso <input type="text"/>
DENOMINACION	CREDITOS			VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos	
INTIMIDAD: VIDA PÚBLICA Y VIDA PRIVADA	4,5	4,5		- Derecho Administrativo - Derecho Constitucional
FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN	4,5	4,5		- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad - Filosofía
SISTEMAS POLÍTICOS CONTEMPORÁNEOS	4,5	4,5		- Filosofía del Derecho
COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	4,5	4,5		- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN	4,5	3	1,5	- Periodismo

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas
				- por ciclo <input type="text" value="9"/>
				- curso <input type="text"/>
DENOMINACION	CREDITOS			VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos	
COMUNICACIÓN EN CRISIS	4,5	3	1,5	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	4,5	4,5		- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
POSICIONAMIENTO	4,5	3	1,5	- Comunicación Audiovisual y Publicidad
DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE CUENTAS PUBLICITARIAS	4,5	3	1,5	- Comunicación Audiovisual y Publicidad
SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	4,5	3	1,5	- Comunicación Audiovisual y Publicidad - Sociología
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN	4,5	3	1,5	- Organización de Empresas

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas	
				- por ciclo	18
				- curso	9
DENOMINACION	CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
LITERATURA Y PERIODISMO	4,5	4,5		Estudio de las relaciones lingüísticas y comunicativas entre el periodismo y la literatura. Conocimiento de la historia de y trabajo de escritores-periodistas. Análisis de las influencias recíprocas de la literatura y el periodismo.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN	4,5	4,5		Comprensión del papel que juega el periodismo de investigación en las democracias modernas y en el sistema informativo de una sociedad. Técnicas de investigación periodística según los diferentes medios de comunicación. Análisis de casos.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
PERIODISMO DIGITAL	4,5	3	1,5	Reflexión teórico-práctica en torno a la aparición de un nuevo modo de hacer periodismo y un nuevo perfil profesional surgidos a raíz de la revolución de las Nuevas Tecnologías de la Información y la constitución de Internet como el paradigma de la comunicación de la Sociedad de la Información.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
GÉNEROS CINEMATográfICOS	4,5	4,5		Análisis semántico, lingüístico y pragmático de los principales géneros codificados por el cine: desde los primeros tiempos hasta nuestros días.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad
ENTREVISTA PERIODÍSTICA	4,5	3	1,5	Estudio de las diferentes teorías de la entrevista y de su papel en el trabajo profesional del periodista. Análisis de los diferentes modelos de entrevista periodística en función de sus objetivos, intereses, contenidos y modos de difusión.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
LA NOTICIA EN TELEVISIÓN	4,5	2	2,5	Análisis y producción del género periodístico por excelencia. La redacción con imágenes. Aplicación de su lenguaje y características propias al medio televisivo.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas	
				- por ciclo	18
				- curso	9
DENOMINACION	CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
ANÁLISIS DE NUEVOS MOVIMIENTOS MEDIÁTICOS	4,5	4,5		Estructura actual de los medios de comunicación en España: Las nuevas fusiones y acuerdos de los grupos multimedia. Estrategia de los grupos de comunicación en el ámbito regional y local: los grandes medios toman posiciones en el mercado de la televisión de proximidad.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
REVISTAS	4,5	4,5		Análisis de la producción de revistas en función de sus públicos, contenidos y objetivos comunicativos. Origen: historia y evolución dentro de los medios de comunicación.	- Periodismo
COMUNICACIÓN LOCAL EN TELEVISIÓN	4,5	4,5		Concepto de comunicación local, fundamentalmente la comunicación de proximidad. La nueva estructura de medios en España. Auge de las televisiones locales en nuestro país: programación y contenidos de los canales locales. La información de proximidad.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
REALIZACIÓN Y EDICIÓN DE INFORMATIVOS EN TELEVISIÓN	4,5	2	2,5	Construcción de un informativo de televisión incidiendo en la fase de producción. Elaboración de escaletas: distribución de tiempos. El control de realización. Interpretación de escenas: la realización imaginativa. Retórica de la realización. Tratamientos y técnicas con una o varias cámaras en estudio.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
RETÓRICA HASTA EL S. XIX	4,5	4,5		Acercamiento a las aportaciones de la retórica. Estrategias, partes y funciones de la retórica aplicadas a la comunicación social moderna.	- Filología Románica
RETÓRICA EN EL S. XX	4,5	4,5		Conocimientos de los modos de argumentación en función de los hechos, valores, y audiencias. La retórica aplicada a otros modos de comunicación: publicidad, audiovisual, etc.	- Filología Románica
CRÍTICA PERIODÍSTICA	4,5	3	1,5	Análisis de críticas periodísticas de los espectáculos de la cultura de masas y de productos culturales.	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)					Créditos totales para optativas <input type="text"/>
					- por ciclo <input type="text"/>
					- curso <input type="text"/>
DENOMINACION	CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
INGLES PERIODISTICO	4,5	2	2,5	Introducción teórico práctico de la lengua inglesa, con especial énfasis en el vocabulario periodístico.	-Filología Inglesa
Hª DE LAS RELIGIONES Y DEL CRISTIANISMO	4,5	4,5		Conocimiento del fenómeno cultural religioso y del cristianismo.	- Filosofía. - Filosofía del Derecho. - Filosofía Moral. - Historia del Pensamiento y de los movimientos sociales y Políticos - Antropología Social