

Ficha Técnica: Actividades Formativas Complementarias
Curso 2026/2027

Asignatura

Nombre Asignatura	Actividades Formativas Complementarias
Código	100322053
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2022)
Carácter	OPTATIVA
Curso	4

Datos Generales

➤ PROFESORADO

Patricia Lafuente Pérez

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

La diversidad de actividades (deportivas, culturales, científicas, etc.) pueden exigir diferentes conocimientos previos recomendados (nivel de idiomas para actividades internacionales, etc.) que se especifican en la ficha de cada AFC.

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Fomentar valores como la responsabilidad, el compromiso o la profesionalidad, así como desarrollar habilidades como la proactividad, la empatía o la sociabilidad, mediante la participación en actividades

universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil o solidarias con reconocimiento académico en forma de créditos.

➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

1. Acercar a los alumnos a las nuevas formas de comunicar trabajando en las cada vez más utilizadas redes sociales.
2. Complementar la formación con conceptos periodísticos especializados en diferentes ramas del periodismo.
3. Fomentar la inmersión del estudiante en la realidad diaria de los medios de comunicación a través de visitas programadas.

➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias Básicas:

CB1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel

que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

CG2 Entender la estructura de los medios publicitarios y de las relaciones públicas: sus características, tipologías y problemáticas.

CG3 - Comprender los procesos de relación entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas.

CG4 - Analizar los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación publicitaria.

CG6 - Actuar de conformidad a los principios éticos, deontológicos y jurídicos en la profesión publicitaria y de las relaciones públicas

CG7 - Respetar los principios de libertad e igualdad (género, capacidad /discapacidad, origen, condición, etc.), y defender una cultura de paz y el respeto de los derechos fundamentales en todos los tratamientos de la comunicación publicitaria.

Competencias Específicas

CE6 - Aplicar los procesos de marketing y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia.

CE7 - Gestionar las áreas funcionales de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.

CE10 - Elaborar el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias, y determinar, definir y controlar los presupuestos de comunicación publicitaria y de relaciones públicas

CE11 - Utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios y soportes convencionales y no convencionales, combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, y en la creación de nuevos soportes.

CE12 - Gestionar los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y

servicios y reforzando la reputación de esta.

Competencias Transversales

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico. CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

El contenido lo conforman varios talleres, fundamentalmente prácticos y de carácter voluntario, que los alumnos podrán cursar de

1º a 3º en el Grado de Publicidad y a través de los cuales irán completan diversos créditos en función de su duración hasta llegar

a los 6 créditos ECTS que conforman la asignatura.

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

Af2 Clase práctica (40horas, 100% presencialidad)

Af3 Trabajos individuales o grupales (70 horas, 60% presencialidad)

Af4 Tutorías (6 horas, 60 % presencialidad)

➤ **CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN**

Para superar la asignatura será necesario haber cursado los 6 créditos ECTS en el cómputo global de las actividades ofertadas.

➤ **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

La bibliografía no es necesaria al tratarse de créditos de libre configuración de carácter práctico.

➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

Tutorías: el profesor publicará el horario de tutorías en el campus virtual de la asignatura, con independencia de que el alumno pueda solicitar por correo electrónico a la dirección del profesor las tutorías necesarias.

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía docente se ha elaborado de acuerdo a la memoria verificada de la titulación.