

**ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA GRADO**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**  
 Curso 2017 - 2018



Nº	ASIGNATURA	ITINERARIOS PROGRAMAS	PROFESOR	DPTO	SEM.	DESCRIPCIÓN	ECTs	GRADO
1	Adaptaciones cinematográficas		Profª Marta Frago	DCCA	1º	Explora el fenómeno de la adaptación cinematográfica, especialmente de las historias literarias que pasan al cine. La asignatura enseña a valorar y analizar este tipo de películas mediante la aproximación teórica y algunos casos de estudio.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo
2	Comportamiento del consumidor		Prof. Javier Bringué	DEI	1º	Análisis y comprensión de procesos en la toma de decisiones de consumo. Explicación de variables individuales, sociales y culturales implicadas en este ámbito. Aplicación del conocimiento sobre el comportamiento del consumidor al diseño de estrategias de comunicación comercial.	6	Gr. Periodismo
3	Comunicación cultural		Prof. Alberto García	DPP	1º	La asignatura pretende que el alumno perfeccione su escritura aplicándola al ámbito del periodismo cultural. Mediante una metodología más cercana al seminario o taller, cada dos semanas se contará con un invitado de cada una de las diversas ramas del periodismo cultural: escultura, pintura, música, teatro, danza, performance, etc. Los alumnos deberán escribir piezas (reportaje, crítica, análisis) donde combinen la argumentación narrativa y estética con la elegancia estilística del escrito. La escritura de las prácticas, la asistencia a clase y la participación en las actividades del Museo Universidad de Navarra son, por tanto, obligatorias. No hay examen.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
4	Comunicación de Moda y Cultura	PROGRAMA Internacional en Comunicación de Moda (2º curso)	Profª Mónica Codina	DCP	2º	La asignatura Comunicación de moda y cultura se dirige a proporcionar un conocimiento acerca del sistema de creación de productos de moda y las herramientas específicas de comunicación de moda atendiendo a su dimensión cultural. Itinerario de Comunicación y Tendencias de Moda. <u>IMPORTANTE: la asignatura no es exclusiva para alumnos que cursan el Programa.</u>	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
5	Comunicación de Servicios	ITINERARIO Comunicación Institucional	Profª Mª Rosario Sádaba Prof. Álvaro Pérez	DEI	ANUAL	Asignatura eminentemente práctica en la que los alumnos conocerán cómo es el trabajo en un departamento de comunicación. Se trabajará el desarrollo de una marca y se mostrará el uso de los distintos lenguajes institucionales. Los alumnos interesados deben solicitar plaza en la asignatura y contar con el visto bueno de la profesora que la imparte (csadaba@unav.es). Itinerario en Comunicación Institucional.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
6	Comunicación Electoral	ITINERARIO Comunicación Institucional	Prof. Javier Robles	DCP	2º	Análisis de los fenómenos comunicativos desde la perspectiva de su función política y específicamente en las elecciones políticas. Para los que realizan el Itinerario Comunicación institucional. Docencia con los de la Licenciatura que tienen la optativa "Comunicación política y procesos electorales". Itinerario en Comunicación Institucional.	3	Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
7	Comunicación Empresarial y Financiera	PROGRAMA de Marketing (3º y 4º) ITINERARIO Comunicación Institucional	Profª Elena Gutiérrez	DEI	2º	Es una asignatura optativa del grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Periodismo. Forma parte del Itinerario de especialización en Comunicación Institucional.	3	Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP

**ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA GRADO**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**  
 Curso 2017 - 2018



Nº	ASIGNATURA	ITINERARIOS PROGRAMAS	PROFESOR	DPTO	SEM.	DESCRIPCIÓN	ECTs	GRADO
8	Comunicación Internacional	ITINERARIO Comunicación Institucional	Profª Mª Teresa La Porte	DCP	2º	Análisis de las fuentes, contenidos y procesos de la comunicación internacional. A través de casos representativos, la asignatura trata la cobertura periodística de diferentes eventos (conflictos armados, procesos de negociación y manifestaciones culturales), el diseño de campañas internacionales de comunicación de instituciones político-sociales y la emergencia de la sociedad civil como generadora de opinión pública. Se aconseja un conocimiento previo de las relaciones políticas, sociales y culturales internacionales.	3	Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
9	Comunicación para el desarrollo	ITINERARIO Comunicación Institucional	Profª Hildegart González	DCP	1º	Información sobre países en vías de desarrollo. Estrategias de contribución al desarrollo desde los medios de comunicación. Comunicación institucional de ONGDs. (Se requiere una mínima asistencia al 80% de las clases). Itinerario en Comunicación Institucional.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
10	Comunicación Política	ITINERARIO Comunicación Institucional (PUB)	Prof. Jordi Rodríguez	DCP	2º	Familiarización con los conceptos básicos de la comunicación política, las implicaciones potenciales de la interacción entre la dimensión política y comunicativa, las estrategias básicas, y los retos para la investigación y la praxis profesional en este campo.. Itinerario Comunicación Institucional (para el Grado de Publicidad). Docencia OB 3º Gr. Periodismo.	6	Gr. Publicidad y RR.PP
11	Comunicación y Tendencias	PROGRAMA Internacional en Comunicación de Moda (3º)	Profª Cristina Sánchez Profª Belén Torregrosa	DEI	2º	Esta asignatura analiza algunas cuestiones del sistema moda. Con la Economía Creativa como telón de fondo y el análisis de casos de marca concretos, el alumno profundizará sobre la complejidad del sistema actual y deberá responder a preguntas tales como: “¿Es el estilo una cuestión relevante al ser, o al tener? ¿Es el sistema moda actual sostenible en el tiempo? ¿De dónde y por qué surgen las tendencias? La asignatura es una apuesta también por la necesidad del relato en la Economía Creativa, no sólo en relación a las marcas, sino a la construcción de nuestro propio relato a través de la indumentaria: por qué contarnos, cómo contarnos, para qué contarnos. <u>IMPORTANTE: la asignatura no es exclusiva para alumnos que cursan el Programa.</u>	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
12	Comunicar la fe en el siglo XXI	ITINERARIO Comunicación Institucional	Prof. María González	DEI	1º	Se trata de desarrollar habilidades comunicativas ante los medios (en especial los audiovisuales), al tiempo que se estudian los principales temas controvertidos que afectan a la imagen de la Iglesia. Conforme profundizan en estos asuntos, los alumnos deberán debatir entre ellos las estrategias más convenientes.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
13	Creación de ideas de comunicación		Prof. Jorge del Río	DEI	1º	La asignatura va dirigida a futuros generadores de ideas de comunicación con proyección profesional hacia el campo de la creatividad en IMC y comunicación comercial. Se enseñará y ayudará a crear un excelente portafolio de ideas coherente con las necesidades actuales del mercado. El alumno de 4º curso de Publicidad y RRPP deberá pasar una prueba de conocimientos y habilidades para poder matricularse. Interesados enviar un mail a jrjo@unav.es. El número de plazas es limitada: 16.	3	Gr. Publicidad y RR.PP
14	Creatividad radiofónica y sonora		Profª Elsa Moreno	DCCA	1º	La creatividad radiofónica es un desafío diario para encontrar ideas, estrategias y formas originales de realizar los contenidos radiofónicos. En especial, el entretenimiento y la ficción. El ejercicio profesional creativo es un valor clave para atraer al oyente en la convergencia digital.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP

**ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA GRADO**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**  
 Curso 2017 - 2018



Nº	ASIGNATURA	ITINERARIOS PROGRAMAS	PROFESOR	DPTO	SEM.	DESCRIPCIÓN	ECTs	GRADO
15	Debates sociológicos contemporáneos		Prof. Alejandro Navas	DCP	1º	Se pretende continuar el estudio de la sociedad contemporánea iniciado en la Sociología de segundo curso. Además de aprender algo más sobre nuestra sociedad, se pretende que los alumnos afinen su capacidad analítica aplicada al estudio de los fenómenos sociales, con especial hincapié en los asuntos objeto de debate.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
16	Desarrollo personal y liderazgo	PROGRAMA de Marketing (3º y 4º) ITINERARIO Comunicación Institucional	Prof. Javier Bringué Prof. Enrique Carreño	DEI	1º	Su epicentro consiste en el desarrollo personal como eje fundamental de la capacidad de dirigir. El primer bloque está centrado en el conocimiento y la construcción de uno mismo. Los siguientes se centran en el entrenamiento sobre las tres herramientas básicas en la dirección de personas: autoridad, motivación y comunicación. La metodología es fundamentalmente práctica mediante el uso de laboratorios, casos y simuladores específicamente diseñados para la formación de directivos.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
17	Digital News Media Models (INGLÉS)	PROGRAMA BILINGÜE	Prof. Ramón Salaverría	DPP	1º	The class explores the changes affecting politics, culture and society in a context of ubiquitous digital communication, and the evolution in the languages and skills that current media professionals put into practice. Students organize and communicate a multi-platform or transmedia project in the fields of journalism, entertainment or advertising.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
18	Dirección de actores e interpretación	PROGRAMA en Producción de artes escénicas (3º y 4º)	Prof. Algis Arlauskas Profª Eva Latonda Prof. Carlos Bernar	DCCA	1º	En el proceso creativo de construcción de personajes, el actor debe coordinar diferentes áreas de trabajo: cuerpo, voz, carácter, estética, estilo... Todo aquel que quiera dirigir actores con solvencia deberá dominar estas áreas para facilitar al artista el camino a seguir. Con esta asignatura el alumno experimentará cómo la creatividad ayuda a conectar el “yo creador” del artista, con los demás y con el entorno. Partiremos del principio de que sólo la imaginación es realmente eficaz en la creación artística. Así, entrenándola, comprendiéndola, concentrándonos en ella... se nos abre un campo infinito de registros y personajes. Dominando este trabajo conseguiremos que el actor sea más flexible y dinámico, para así poder ofrecer diferentes posibilidades y adaptarse a las necesidades y requisitos de la dirección.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
19	Diseño de sonido (NUEVA)		Prof. Álvaro Bonet Prof. Javier Asín	DCCA	1º	En la asignatura nos marcaremos como objetivo, conocer las técnicas, materiales y responsabilidades que deberemos emplear en una producción audiovisual (cine, documental, publicidad, TV, etc...) , dentro del departamento de sonido, desde la preparación del proyecto, hasta el proceso de postproducción, así como, la relación con el resto de equipos que conforman dicha producción. Abordaremos las fases más importantes de una producción audiovisual en el apartado de sonido, que son: Preproducción, Producción, Postproducción y Creación de B.S.O.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad
20	Diseño de videojuegos		Prof. Carlos Cebrián	DCCA	2º	Introducción a la teoría del videojuego: la creación de mundos y personajes, la narración interactiva, las estructuras y los argumentos.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
21	Diseño escénico (NUEVA)	PROGRAMA en Producción de artes escénicas (3º)	Prof. Marta Frago	DCCA	1º	Esta asignatura acerca al alumno a los elementos escénicos como vestuario, construcción, utilería, iluminación y proyecciones visuales.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
22	Diseño Gráfico Aplicado		Prof. Andoni Eguzquiza	DEI	1º	Técnicas avanzadas de diseño publicitario y para otros soportes de comunicación comercial.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP

**ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA GRADO**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**  
 Curso 2017 - 2018



Nº	ASIGNATURA	ITINERARIOS PROGRAMAS	PROFESOR	DPTO	SEM.	DESCRIPCIÓN	ECTs	GRADO
23	Documental II (NUEVA)		Prof. Efrén Cuevas	DCCA	1º	Continuación de la asignatura de Documental (3º Audiovisual). Impartida por Efrén Cuevas y Pablo Iraburu. Combinará teoría, visionados y prácticas (ejercicios de realización y desarrollo de un proyecto individual, que se presentará a un pich final).	3	Gr. Com. Audiovisual
24	Economics (INGLÉS)	PROGRAMA BILINGÜE	Prof. James Breiner	DEI	2º	La asignatura pretende introducir al alumno en el análisis de información y manejo de datos de encuestas y en los principios de la microeconomía y macroeconomía..	6	Gr. Com. Audiovisual
25	Empresa: Dirección Estratégica	ITINERARIO Comunicación Institucional (PER)	Prof. Xavier Oliver	DEI	1º	La dirección estratégica de empresas de comunicación comercial hace descubrir, mediante el método del caso y las discusiones de lecturas específicas, lo que implica gestionar y liderar a personas, procesos estratégicos y creativos, clientes y proveedores. Asignatura Obligatoria para 4º de Publicidad.	6	Gr. Periodismo
26	Entertainment Apps Development (INGLÉS)	PROGRAMA BILINGÜE	Prof. Guillermo Velasco	DCCA	2º	Course about designing and developing projects of entertainment apps for the audiovisual industry.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
27	Estética de la Comunicación Audiovisual	PROGRAMA en Producción de artes escénicas (3º y 4º)	Prof. Carlos Muguero	DCCA	2º	Esta asignatura plantea un acercamiento a la comunicación audiovisual desde la estética. Propone un recorrido transversal de los estilos y formas cinematográficas y de las artes audiovisuales atendiendo a los tres polos de la experiencia estética: a la obra, al autor y al espectador, con la intención de establecer nexos de unión y lecturas complementarias entre las obras audiovisuales entre sí y otras manifestaciones artísticas, como la música y la pintura.	6	Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
28	Fashion Marketing	PROGRAMA Internacional en Comunicación de Moda (4º curso)	Profª Cristina Sánchez Blanco Profª Marta Torregrosa	DEI	2º	Exclusiva para alumnos del Programa de Moda	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
29	Film Analysis and Discourse (INGLÉS, NUEVA)	PROGRAMA BILINGÜE	Prof. Lourdes Esqueda	DCCA	1º	This course provides the student with an overview of the main contemporary discourses we find in films and other audiovisual manifestations. The aim of this course is to develop your own critical thinking through the reading of some fundamental texts, and the analysis and discussion of films.	3	Gr. Com. Audiovisual
30	Film and TV Marketing (INGLÉS)	PROGRAMA BILINGÜE	Prof. Enrique Guerrero Prof. Guillermo Velasco	DCCA	1º	Course about designing multi-platform marketing campaigns to promote films and television shows	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
31	Fotoperiodismo		Prof. Juan Miguel Valdés	DPP	1º	A través de sesiones teóricas y actividades prácticas, la asignatura pretende familiarizar al alumno con el manejo de una cámara en el ámbito del fotoperiodismo, y proporcionarle criterios, referencias y técnicas para poder obtener y editar imágenes de forma profesional.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
32	Fundamentos de guión	PROGRAMA en Producción de artes escénicas (3º y 4º)	Profª Marta Frago	DCCA	2º	Estudio de las bases y mecanismos de la dramaturgia clásica como iniciación a la escritura de guiones de ficción audiovisual en sus diferentes formas: cine, televisión, publicidad y formatos híbridos. Incluye prácticas de escritura y análisis narrativos.	6	Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
33	Fundamentos de Infografía		Prof. Gonzalo de las Heras	DPP	1º	Introducción a la fotografía, con especial dedicación a los aspectos técnicos y compositivos.	3	Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
34	Fundamentos de periodismo científico		Prof. Bienvenido León	DPP	1º	Tras presentar, a modo de introducción, algunos conocimientos básicos sobre el sistema de la ciencia y el método científico, esta asignatura trata de proporcionar algunas herramientas básicas para llevar a cabo tareas de periodismo científico y divulgación de la ciencia, a través de los distintos medios de comunicación.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Publicidad y RRPP Gr. Periodismo

**ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA GRADO**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**  
 Curso 2017 - 2018



Nº	ASIGNATURA	ITINERARIOS PROGRAMAS	PROFESOR	DPTO	SEM.	DESCRIPCIÓN	ECTs	GRADO
35	Gestión de asuntos públicos	ITINERARIO Comunicación Institucional	Profª Natalia Rodríguez Prof. Carlos Sotelo	DEI	2º	La asignatura afronta la dimensión política y pública de las instituciones y analiza su función comunicativa para dirigir y gestionar las respuestas a temas políticos, así como su relación con los poderes públicos y las comunidades locales. El temario incluye asuntos como el lobbying, los think tanks, el activismo o la gestión de conflictos potenciales (issues management).	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
36	Gestión de marketing		Prof. Angel Arrese	DEI	2º	La asignatura desarrolla de un modo teórico-práctico el proceso de gestión de marketing, con especial énfasis en las actividades de planificación y control. Se trabajan para ello los distintos apartados del proceso de planificación que constituyen la base de la elaboración de planes de marketing. En cada uno de los apartados del programa, se explican y practican herramientas de análisis que ayudan a tomar decisiones, con especial énfasis en aquellas que tienen en cuenta las decisiones relacionadas con la comunicación de marketing.	6	Gr. Periodismo
37	Gestión de Proyectos de Comunicación	ITINERARIO Comunicación Institucional (PER)	Profª Elena Gutiérrez	DEI	1º	Los alumnos diseñan propuestas comunicativas para instituciones de diverso tipo, ejerciendo el rol de consultores. Presentarán proyectos comunicativos para instituciones con una meta definida. Los proyectos se elaborarán en coherencia con unos objetivos delimitados y conjugando contenidos (mensajes), tácticas y actividades según un abanico amplio de públicos, y en un marco temporal preciso. Para ello, se pone especial énfasis en el análisis y la estrategia.	3	Gr. Periodismo
38	Historia del diseño de moda	PROGRAMA Internacional en Comunicación de Moda (3º curso)	Profª Ana Balda	DCCA	1º	El objetivo de la asignatura es situar al alumno en cuáles han sido las principales innovaciones en la moda desde mediados del siglo XIX hasta finales del siglo XX. En el desarrollo de la misma se explicará quiénes han sido los modistos más influyentes y sus respectivos estilos artísticos. <u>IMPORTANTE: la asignatura no es exclusiva para alumnos que cursan el Programa.</u>	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
39	History of Cinema (INGLÉS)	PROGRAMA BILINGÜE	Profª Lourdes Esqueda	DCCA	2º	Estudio de la evolución histórica del cine en sus diferentes dimensiones -artística, social, económica y tecnológica. Se presta especial atención a la sucesión cronológica de los géneros cinematográficos, a la carrera de algunos directores de cine, al nacimiento y desarrollo de ciertas productoras cinematográficas, a la interpretación de diversos actores, a los hitos más significativos de la legislación sobre cine y a las diversas corrientes de análisis fílmico.	6	Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
40	Ilustración y fotografía de moda	PROGRAMA Internacional en Comunicación de Moda (3º)	Profª Ana Balda	DCCA	2º	El objetivo de la asignatura es situar al alumno en el modo en que las innovaciones de los modistos han llegado a constituirse en moda gracias a la influencia de la prensa especializada. A lo largo de la misma se hará un análisis de la forma en que las principales editoras, ilustradores y, especialmente, fotógrafos de moda, han introducido esas creaciones en el imaginario popular. <u>IMPORTANTE: la asignatura no es exclusiva para alumnos que cursan el Programa.</u>	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
41	Infografía Digital		Prof. Aitor Eguinoa	DPP	2º	Introducción a los fundamentos y técnicas de la infografía periodística multimedia.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP

**ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA GRADO**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**  
 Curso 2017 - 2018



Nº	ASIGNATURA	ITINERARIOS PROGRAMAS	PROFESOR	DPTO	SEM.	DESCRIPCIÓN	ECTs	GRADO
42	International Relations (INGLÉS)	PROGRAMA BILINGÜE	Profª Elisabeth Delgado	DGP	2º	The study of some of the major issues of globalization: What is at stake? Who are the main players? How are these issues treated in the media? The media and the Internet play a key role in facilitating globalization by overcoming cultural and geographical barriers and extending access to knowledge and markets. But they are also blamed for facilitating abuses and undermining cultural diversity. In today's interdependent world, the challenges posed by global issues such as climate change, corruption, migration and sustainable development are of vital political, social and economic concern. This course will examine the underlying factors at work and look at how the international community is addressing them and how they are treated in the media.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
43	Introducción a la comunicación de moda	PROGRAMA Internacional en Comunicación de Moda (1º)	Profª Marta Torregrosa	DCCA	ANUAL	Esta asignatura pretende introducir al alumno en la comunicación como factor esencial para la construcción de las marcas de moda. La asignatura es impartida tanto por profesores de la Facultad de Comunicación como por profesionales del sector que, a través de casos prácticos, explican el papel de la comunicación en el ámbito de la Moda.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP Gr. Marketing
44	Introducción a la Fotografía		Prof. Juan Cañada	DPP	1º	Introducción a la fotografía, con especial dedicación a los aspectos técnicos y compositivos.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
45	Introducción a la posproducción audiovisual		Prof. Álvaro Bonet Prof. Javier Callejón	DCCA	1º	Introducción a las técnicas y criterios de montaje audiovisual con Adobe Premier. <b>IMPORTANTE:</b> Interesados enviar un mail a abonet@unav.es. El número de plazas es limitado: 20.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
46	Introducción a las artes escénicas	PROGRAMA en Producción de artes escénicas (1º)	Profª Marta Frago	DCCA	Anual	Aproximación a las distintas artes escénicas, con sus elementos comunes y específicos de creación, producción, organización, diseño de espacio y escenario, a través de clases magistrales con profesionales y en colaboración con el Museo Universidad de Navarra.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP Gr. Marketing
47	Introducción al fundraising	PROGRAMA de Marketing (3º y 4º) ITINERARIO Comunicación Institucional PROGRAMA en Producción de artes escénicas (3º y 4º)	Profª Cristina Etayo	DEI	2º	Estudio de los principios que sustentan las prácticas profesionales y análisis de las cuestiones clave en la actividad de recaudación de fondos. Se recorre la historia de la captación de fondos y se examinan los aspectos vinculados a la planificación del proceso y a la ejecución de las prácticas de captación de fondos (reclutamiento y desarrollo de donantes, tipos de donantes, comunicación digital y captación a través de las redes sociales). Se estudiará la gestión y el liderazgo de los equipos dedicados a la captación así como los aspectos legales y éticos de la misma. Se analizarán las mejores prácticas utilizadas y se estudiarán casos concretos de éxitos en la actividad.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
48	Introduction to Marketing (INGLÉS)	PROGRAMAS BILINGÜES	Prof. Jürg Kaufmann	DEI	2º	La asignatura pretende introducir al alumno en el mundo del marketing, como disciplina y como ámbito de actividad y de toma de decisiones organizacionales. En la primera parte del curso se sintetizan los principales aspectos de la evolución histórica y teórica del marketing, con especial énfasis en aquellos que son de relevancia para las actividades de comunicación persuasiva. En la segunda parte, se explican con un enfoque sistémico los principales elementos de gestión del proceso de marketing, y se plantean los cambios más significativos que se están produciendo en torno a ellos en los mercados.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo
49	Investigación de Mercados Aplicada		Profª Idoia Portilla	DEI	2º	Aplicación de la investigación de mercados a campos relacionados con la comunicación. Buenas prácticas en la investigación de mercados.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo

**ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA GRADO**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**  
 Curso 2017 - 2018



Nº	ASIGNATURA	ITINERARIOS PROGRAMAS	PROFESOR	DPTO	SEM.	DESCRIPCIÓN	ECTs	GRADO
50	Issues of contemporary media (INGLÉS, NUEVA)	PROGRAMAS BILINGÜES	Prof. James Painter	DPP	2º	Communicating about the environment. Climate Change 1: journalistic themes and audience impacts. . Climate Change 2: Country differences in the media. Climate Change 3: New media players. Health, air pollution and climate change. Latin America, the media and environment issues	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
51	La imagen fotográfica		Prof. Javier Ortiz-Echagüe	DCCA	2º	Esta asignatura optativa se ocupa de la imagen fotográfica desde el punto de vista histórico y conceptual. No es necesario por tanto conocer la técnica fotográfica, aunque puede ayudar tener conocimientos al respecto. Se trata de analizar la presencia de lo fotográfico en la cultura visual dominante en nuestros días, siguiendo las enseñanzas que nos proporcionan las fotografías más emblemáticas, tanto del pasado como de la actualidad. Estudiaremos géneros fotográficos tan diversos como el paisaje y la fotografía de moda, el fotoperiodismo, la fotografía publicitaria y cinematográfica, arquitectónica, de ensayo, conceptual, artística... unas veces de modo teórico y otras veces de modo práctico, con la presencia de los propios profesionales expertos en cada uno de estos campos.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
52	Management escénico	PROGRAMA en Producción de artes escénicas (2º)	Prof. Pablo Garrido	DCCA	2º	La asignatura permite adquirir conocimientos tanto teóricos como prácticos sobre el modo en que se estructura, planifica y lleva a cabo una producción escénica	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
53	Marketing Directo e Interactivo	PROGRAMA de Marketing (3º y 4º)	Profª Charo Sádaba	DEI	2º	La posibilidad de obtener una respuesta directa del consumidor y a partir de ahí establecer una relación fructífera con él ha sido siempre un deseo de las empresas e instituciones. Durante muchas décadas se ha utilizado el correo tradicional y el teléfono como principales medios para lograr una comunicación más personal con los clientes. Mientras que estas herramientas se adaptan al nuevo escenario de la comunicación, emerge con fuerza el uso de las TIC como una solución más eficiente en este objetivo.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
54	Marketing Promocional	PROGRAMA de Marketing (3º y 4º)	Profª Cristina Etayo	DEI	2º	Análisis de las diferentes técnicas utilizadas por las empresas para fomentar sus ventas a corto plazo y desarrollo de los efectos derivados de cada una de estas acciones. Estudio de las etapas que deben seguirse para la puesta en marcha de una campaña de promoción de ventas.	3	Gr. Publicidad y RR.PP
55	Medios y Emprendimiento	PROGRAMA de Marketing (3º y 4º)	Profª Mercedes Medina	DEI	2º	En la asignatura Medios y Emprendimiento se proporcionarán los conocimientos para lanzar al mercado un nuevo negocio viable relacionado con el mundo de la comunicación. Por tanto, se aportarán ideas y técnicas que sirvan para identificar necesidades insatisfechas en el público, descubrir oportunidades de negocio, conocer el mercado, analizar la competencia y elaborar un plan de negocio. Además, se orientará a los alumnos en el diseño empresarial de los Proyectos Fin de Grado.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
56	Moda y disciplinas artísticas	PROGRAMA Internacional en Comunicación de Moda (2º) PROGRAMA en Producción de artes escénicas (3º y 4º)	Profª María Villanueva Profª María Noguera	DCCA	1º	La asignatura tiene como objetivo explorar las claves estéticas de las disciplinas artísticas del siglo XX y su repercusión en la evolución de la moda. El programa presta una especial atención a las relaciones recíprocas entre la moda y el cine –considerado el séptimo arte–, y la moda y las artes escénicas. <b>IMPORTANTE: la asignatura no es exclusiva para alumnos que cursan el Programa.</b>	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
57	Música y Cine	PROGRAMA en Producción de artes escénicas (3º y 4º)	Profª Isabel Villanueva Prof. Iñaki Larena Profª Elsa Moreno	DCCA	2º	El sonido y la música son elementos clave de cualquier producto audiovisual ya que determinan gran parte de la forma narrativa y el fin estético. Esta asignatura desea despertar en el alumno la sensibilidad sonora y musical para desarrollar bandas sonoras creativas que aporten valor social.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP

**ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA GRADO**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**  
 Curso 2017 - 2018



Nº	ASIGNATURA	ITINERARIOS PROGRAMAS	PROFESOR	DPTO	SEM.	DESCRIPCIÓN	ECTs	GRADO
58	Negocio de Moda	PROGRAMA Internacional en Comunicación de Moda (Opt-4º)	Profª Cristina Sánchez Blanco	DEI	1º	<p>Asignatura impartida por profesionales del sector de la moda:</p> <p>1. Planificación de una colección. Cadena de valor. Compras y calendarios. Ferias comerciales y eventos. Importación e Internacionalización (logística). Diseño, etc.</p> <p>2. Operaciones-retail. Tecnología. Descripción general de una empresa de moda: visión empresarial de conjunto; fijación de precios; introducción a las finanzas.</p> <p>3. E-commerce de moda. Nuevos modelos de negocio. Principales players; pure players. Tiendas/plataformas. Omni channel revolution. Shopping on y off. Streaming, showrooming. Consumidor-big data.</p> <p><u>IMPORTANTE: la asignatura no es exclusiva para alumnos que cursan el Programa.</u></p>	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
59	News Design (INGLÉS)		Prof. Samuel Negrodo	DPP	2º	An introduction to the elements, the architecture and the practice of news design.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Publicidad y RRPP
60	Opinión pública	ITINERARIO Comunicación Institucional (PUB)	Prof. Manuel Martín Algarra	DCP	2º	<p>Opinión Pública tiene como objetivo comprender esa realidad como la manifestación de la identidad social del ser humano en la que se articula la vida de la comunidad. Cualquier dimensión de la vida social —cultura, política, costumbres, normas, etc.— guarda una estrecha relación con la articulación de lo individual y lo social en el ser humano. La opinión pública es una manifestación de la identidad social humana desde la que se configura la vida de la comunidad en cualquiera de esas dimensiones.</p> <p>La asignatura Opinión Pública pretende aproximarse a esa realidad desde una perspectiva teórica que permita comprender y explicar la vida social desde las diversas manifestaciones de la comunicación humana. Se profundiza en la naturaleza y sentidos de la opinión pública, ofreciendo diversas definiciones y teorías sobre su formación y dinámica. Se busca alcanzar un conocimiento más profundo y comprensivo de la vida social así como de las fuerzas que configuran las creencias, actitudes y opiniones de los ciudadanos y de las que resultan las diversas formas de existencia común y política. Y todo ello prestando una especial atención a la incidencia de la comunicación.</p>	6	Gr. Publicidad y RR.PP
61	Periodismo Judicial		Prof. Javier Marrodán Prof. Gonzalo Luis Ruiz	DPP	2º	La asignatura de Periodismo Judicial pretende ofrecer algunas claves para manejarse con soltura y seguridad en el ámbito de los tribunales, que tiene un protagonismo creciente en los medios de comunicación. Jueces, abogados y periodistas compartirán su experiencia y sus reflexiones con los alumnos. Las sesiones teóricas se completarán con algunos ejercicios prácticos y con la asistencia a un juicio.	3	Gr. Periodismo
62	Planificación de Medios	PROGRAMA de Marketing (3º y 4º curso)	Profª Idurre Albizu	DEI	1º	La asignatura DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS pretende dar una visión práctica y realista del mundo profesional actual en lo que a planificación y compra de medios se refiere, para incorporar elementos prácticos que difícilmente se puedan adquirir en bibliografía de mercado, y de esta manera, tener una experiencia lo más real y cercana posible al mundo de la agencia de medios, su actividad diaria, perfiles profesionales, herramientas de trabajo, la relación con agencias, medios, anunciantes, etc...	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP



**ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA GRADO**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**  
 Curso 2017 - 2018



Nº	ASIGNATURA	ITINERARIOS PROGRAMAS	PROFESOR	DPTO	SEM.	DESCRIPCIÓN	ECTs	GRADO
63	Political communication (INGLÉS)		Profª Marta Rebolledo	DCP	2º	The main purpose of POLITICAL COMMUNICATION is to introduce students to the foundational and cutting edge ideas, theories, research, and practices in the field of political communication. This course strives for offering a better understanding of political communication while putting students in the position to judge and participate in the daily political life.	6	Gr. Publicidad y RR.PP
64	Posproducción y efectos digitales		Prof. Javier Callejón	DCCA	2º	En Posproducción y efectos digitales se aprenderá el uso del software After Effects para la creación de efectos visuales para cine. Esta herramienta le servirá al alumno a pensar en nuevas formas de contar haciendo uso de los recursos técnicos de hoy en día. Paralelamente se tocarán temas como infografía animada y corrección de color. No requiere conocimientos previos de After Effects. La asignatura es totalmente práctica y está planteada para que los alumnos practiquen fuera de clase. <b>IMPORTANTE:</b> Interesados enviar un mail a jcallej@unav.es. El número de plazas es limitado: 15.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
65	Práctica de Animación 3D	PROGRAMA en Producción de artes escénicas (3º y 4º)	Profª María Calatayud Prof. Guillermo Eiroa	DCCA	2º	Tiene como objetivo profundizar en las herramientas más utilizadas para la producción de de animación 3D. Por otra parte se pretende que los alumnos desarrollen destrezas adecuadas para el trabajo en equipo.	3	Gr. Com. Audiovisual
66	Prácticas en Empresas 1		Profª Ruth Gutiérrez	Dirección de Estudios	1º y 2º varios grupos	Prácticas profesionales en empresas/instituciones externas del ámbito de la comunicación. El alumno, antes de realizar la matrícula en esta asignatura, tiene que solicitar la aprobación de las prácticas en Dirección de Estudios de la Facultad. Para ello, será necesario que envíe una Instancia (a través de la Gestión Académica del alumno) de "matrícula en una asignatura optativa sin plazas", indicando el número de ECTS de los que desea matricularse. Posteriormente, cuando haya finalizado el periodo de prácticas y para finalizar el proceso de convalidación deberá entregar en Secretaría de la Facultad, una Instancia, el certificado de la Empresa y la Memoria de Prácticas firmada por su asesor académico.	1	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
67	Prácticas en Empresas 2		Profª Ruth Gutiérrez	Dirección de Estudios	1º y 2º varios grupos	Prácticas profesionales en empresas/instituciones externas del ámbito de la comunicación. El alumno, antes de realizar la matrícula en esta asignatura, tiene que solicitar la aprobación de las prácticas en Dirección de Estudios de la Facultad. Para ello, será necesario que envíe una Instancia (a través de la Gestión Académica del alumno) de "matrícula en una asignatura optativa sin plazas", indicando el número de ECTS de los que desea matricularse. Posteriormente, cuando haya finalizado el periodo de prácticas y para finalizar el proceso de convalidación deberá entregar en Secretaría de la Facultad, una Instancia, el certificado de la Empresa y la Memoria de Prácticas firmada por su asesor académico.	2	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP

**ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA GRADO**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**  
 Curso 2017 - 2018



Nº	ASIGNATURA	ITINERARIOS PROGRAMAS	PROFESOR	DPTO	SEM.	DESCRIPCIÓN	ECTs	GRADO
68	Prácticas en Empresas 3		Profª Ruth Gutiérrez	Dirección de Estudios	1º y 2º varios grupos	Prácticas profesionales en empresas/instituciones externas del ámbito de la comunicación. El alumno, antes de realizar la matrícula en esta asignatura, tiene que solicitar la aprobación de las prácticas en Dirección de Estudios de la Facultad. Para ello, será necesario que envíe una Instancia (a través de la Gestión Académica del alumno) de "matrícula en una asignatura optativa sin plazas", indicando el número de ECTS de los que desea matricularse. Posteriormente, cuando haya finalizado el periodo de prácticas y para finalizar el proceso de convalidación deberá entregar en Secretaría de la Facultad, una Instancia, el certificado de la Empresa y la Memoria de Prácticas firmada por su asesor académico.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
69	Presentación de Programas de Televisión		Profª África Baeta	DPP	2º	Asignatura fundamentalmente práctica dirigida a formar presentadores de televisión	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo
70	Radio Especializada		Profª Elsa Moreno Prof. Iñaki Larena	DPP	2º	La estrategia discursiva, promocional y comercial que entabla una cadena de radio con su audiencia –basada en el pensamiento sonoro de la empresa	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
71	Realización Radiofónica		Prof. Avelino Amoedo	DPP	1º	Realización radiofónica es una asignatura optativa que pretende formar al alumno en las técnicas y las destrezas de la grabación, la edición y la mezcla de los sonidos, y la emisión radiofónica.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
72	Redacción Periodística	ITINERARIO Comunicación Institucional (PUB)	Prof. Fernando López Pan	DPP	1º	Redacción periodística se concibe como una introducción a la escritura periodística, que enlaza con Comunicación Oral y Escrita (1º) y Documentación (2º) y supone una preparación para Teoría del Periodismo.	6	Gr. Publicidad y RR.PP
73	Relaciones con los medios	PROGRAMA de Marketing (3º y 4º) ITINERARIO Comunicación Institucional	Profª Isabel Solana	DEI	1º	La asignatura prepara al alumno para enfrentarse a las labores propias de los departamentos o gabinetes de prensa de las instituciones. El temario aborda las relaciones con los medios desde la perspectiva práctica de un gabinete de prensa, la formación de portavoces y diversas herramientas como el diseño de eventos especiales, los criterios de negociación con los periodistas, las filtraciones, etc. Itinerario en Comunicación institucional.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo
74	Sistema Político Español		Prof. Carlos Barrera	DCP	1º	Conocimiento detallado de las instituciones políticas del Estado español: su naturaleza, funciones y relaciones mutuas, basadas en la Constitución de 1978 y en su desarrollo legal posterior. Se pone especial énfasis en los problemas y controversias suscitados a lo largo de su evolución hasta nuestros días, de forma tal que se convierta en una herramienta útil e indispensable para la información política	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
75	Storytelling: sobre el cuento	ITINERARIO Comunicación Institucional	Prof. Antonio Martínez-Illán	DCCA	1º	Con los conocimientos que los alumnos tienen de otras asignaturas sobre la escritura y la comunicación se pretende estudiar el relato breve y su uso en la comunicación. La asignatura se articula en dos movimientos. Primero, estudio del cuento moderno y de la reflexión de los escritores sobre su oficio y, segundo, se analizan casos del uso del storytelling en comunicación.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
76	Strategies in fashion communication (INGLÉS)	PROGRAMA Internacional en Comunicación de Moda (4º curso) PROGRAMAS BILINGÜES	Profª Cristina Sánchez Blanco	DEI	2º	Communication is an essential element of the fashion system. The communication tools within the fashion business vary greatly from other sectors. It is a fact; current paradigms of fashion communication are being challenged. Strategies in Fashion Communication intends to take a close look at, both, the history and current trends in fashion journalism, fashion branding –though advertising, store design, events and media- and case studies analyzing the best practices in the field. <u>IMPORTANTE: la asignatura no es exclusiva para alumnos que cursan el Programa.</u>	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP

**ASIGNATURAS OPTATIVAS PARA GRADO**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**  
 Curso 2017 - 2018



Nº	ASIGNATURA	ITINERARIOS PROGRAMAS	PROFESOR	DPTO	SEM.	DESCRIPCIÓN	ECTs	GRADO
77	Técnicas de locución		Prof. Santiago Salazar	DPP	1º	Esta asignatura combina en un mismo espacio la enseñanza teórica de la Locución como disciplina ligada a la comunicación profesional, con el ejercicio continuado de actividades prácticas que sirven de referencia de cada uno de los géneros de la Locución en la actualidad: la información, la publicidad y los géneros dramáticos (poesía y teatro). Hay que añadir DOS HORAS DE PRÁCTICAS en los estudios de radio. El profesor el primer día de clase explicará los grupos de prácticas.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
78	Televisión y debates contemporáneos		Prof. José Javier Sánchez Aranda	DCP	2º	Análisis, a partir de casos concretos, de formatos televisivos a lo largo de su historia y su influencia en la sociedad contemporánea. Se prestará atención a su relación con la programación televisiva y con la televisión de calidad. Una vez vistos los diferentes tipos de programas televisivos hasta llegar al <i>infotainment</i> , se abordarán las complejas relaciones entre la televisión e Internet, especialmente las nuevas maneras de crear, difundir y exhibir los formatos que se están consolidando.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP
79	Teoría de las Relaciones Públicas II	ITINERARIO Comunicación Institucional (PER)	Profª Elena Gutiérrez	DEI	2º	En la asignatura reflexionamos sobre algunas teorías relevantes en el campo de las relaciones públicas, dado que el corpus doctrinal sobre comunicación de instituciones proviene mayoritariamente del ámbito anglosajón -public relations-. Analizamos textos de autores significativos y nos cuestionamos sobre el papel de los profesionales en la esfera pública. Itinerario en Comunicación Institucional, para el Grado de Periodismo.	3	Gr. Periodismo
80	Teoría del Periodismo		Prof. Javier Serrano	DCP	2º	Teoría del periodismo tiene como objetivo introducir a los estudiantes en la reflexión académica sobre la actividad periodística, entendida como una modalidad de comunicación pública.	3	Gr. Publicidad y RR.PP
81	Trabajo Fin Programa Internacional Comunicación Moda / Final Project	PROGRAMA Internacional en Comunicación de Moda (4º)	Prof. Cristina Sánchez Blanco	DEI	1º	Consiste en un trabajo de investigación individual sobre un tema relativo a los contenidos impartidos en el Programa internacional en Comunicación de Moda. Tendrá una naturaleza teórica y de análisis aplicado. El enfoque es académico y se requiere un nivel académico específico (al menos una nota media de 7 en el expediente académico). Asignatura exclusiva del Programa. Antes de formalizar la matrícula se debe contactar con Marta Torregrosa (mtorreg@unav.es) o Cristina Sánchez-Blanco (csblanco@unav.es) para confirmar que hay plazas disponibles y que se cumplen los requisitos.	3	Gr. Com. Audiovisual Gr. Periodismo Gr. Publicidad y RRPP