

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

**ASIGNATURA:** Derecho de la Información, la Publicidad y la Comunicación Audiovisual

**PLAN DE ESTUDIOS:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (PGR-PUBLICI)

**CENTRO:** Facultad de Ciencias Sociales

**CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:** Obligatorio

**ECTS:** 6,0

**CURSO:** 3º

**SEMESTRE:** 1º Semestre

**IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:**

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

Esta asignatura no está activa en el curso académico.

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### OBSERVACIONES CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Derecho de la información, la publicidad y la comunicación audiovisual permite conocer los fundamentos del Derecho relativos al periodismo, la publicidad y las RR.PP. y la comunicación audiovisual, así como la normativa específica sobre su regulación y control con el objeto de comprender su relevancia en democracia desde una visión global y la necesidad de su aplicación en un ejercicio profesional de calidad. Se recomienda haber cursado previamente la asignatura Marco legal y deontológico

- ▶ Régimen jurídico de la libertad de expresión: naturaleza, democracia, art. 20 de la Constitución, las libertades de opinión, información, prensa y la doctrina de la posición preferente.
- ▶ Garantías de la libertad de expresión: la prohibición de censura previa, el secuestro judicial de publicaciones, el derecho de rectificación o de réplica, la cláusula de conciencia y el secreto profesional.
- ▶ Límites de la libertad de expresión: los derechos de los demás, la seguridad nacional, la Administración de Justicia, la moral y la protección de la juventud y la infancia y el mensaje racista, sexista o xenófobo.
- ▶ Regulación y control de los medios de comunicación. Estatuto del profesional de la comunicación: régimen de la prensa, de los medios de comunicación audiovisual, de internet, del cine, estatuto del periodista y del profesional de la comunicación audiovisual y derechos de autor.
- ▶ Regulación y control de la publicidad: ley, contratación e intervención administrativa.

## COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

### COMPETENCIAS GENERALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se define a través de grandes competencias (GC), ubicadas temporalmente en esta categoría de "competencias generales"
- GC01. Competencia para la adquisición de las bases y fundamentos de la comunicación. Diagnosticar, analizar, valorar y relacionar el marco de la publicidad y las relaciones públicas desde una perspectiva global proveniente de conocimientos propios de la sociología, las teorías de la publicidad y las relaciones públicas y el análisis del discurso, la historia, el derecho o la economía, y asegurando un ejercicio de la profesión de calidad.

**COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:**

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

**COMPETENCIAS TRANSVERSALES:**

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE:**

El alumno será capaz de:

- SbC1.1\_Subcompetencia\_Intrepretar los fenómenos sociológicos, económicos, históricos, políticos, jurídicos, artísticos y comunicativos para comprender los hechos actuales y realizar el desempeño de la publicidad y las relaciones públicas de calidad.
- SbC1.2\_Subcompetencia\_Desempeñar las relaciones públicas y publicidad desde una perspectiva global.
- C1.1\_Conocimiento\_Conocer los principios sociológicos, económicos, históricos, políticos, jurídicos, artísticos y comunicativos.
- C1.2\_Conocimiento\_Comprender la relación entre las distintas áreas de conocimiento y su vínculo con la publicidad y las relaciones públicas.
- H1.1\_Habilidad o destreza\_Analizar los fenómenos socio-culturales para la producción publicitaria y de relaciones públicas.
- H1.2\_Habilidad o destreza\_Aplicar los conocimientos básicos en principios en sociología, economía, historia, políticas, legislación, arte y comunicación en el ejercicio de la profesión de publicidad y relaciones públicas.
- CT1.1\_Compentencia transversal, valor o actitud\_Developar el sentido de la integridad y ética en la publicidad y relaciones públicas, partiendo del correcto cumplimiento de la normativa legal.