

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_Interpretar 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.