

**14769 RESOLUCIÓN de 22 de junio de 1999, de la Dirección General de Enseñanza Superior e Investigación Científica, por la que se dispone que el anexo del Real Decreto 394/1996, relativo al plan de estudios de Licenciado en Humanidades de la Universidad de Deusto, sea sustituido por el contenido en el anexo a la presente Resolución.**

Vista la propuesta de la Universidad de la Iglesia de Deusto de modificación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Licenciado en Humanidades de la hoy Facultad de Humanidades, con sede en San Sebastián, de dicha Universidad, y teniendo en cuenta el informe favorable emitido por el Consejo de Universidades,

Esta Dirección General, haciendo uso de la autorización que le concede el punto tercero del artículo 1.º del Real Decreto 394/1996, de 4 de marzo, por el que se reconocen efectos civiles, entre otros, a los estudios conducentes a la obtención del título de Licenciado en Humanidades de la Universidad de la Iglesia de Deusto, ha dispuesto que el anexo al citado Real Decreto 394/1996, relativo a los planes de estudios de la citada licenciatura, modificado por Resolución de esta Dirección General de 10 de julio de 1998, sea sustituido por el contenido en el anexo a la presente Resolución.

Madrid, 22 de junio de 1999.—El Director general, Tomás García-Cuenca Ariati.

Sr. Subdirector general de Régimen Jurídico y Coordinación Universitaria.

UNIVERSIDAD

UNIVERSIDAD DE LA IGLESIA DE DEUSTO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCTENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN HUMANIDADES

Sede SA: SEBASTIÁN

Ciclo	Curso	Denominación	Asignatura/s en las que la universidad en su caso, organiza /diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
I	1º	HISTORIA	HISTORIA UNIVERSAL I	9	6	3	Estudio de los principales procesos sociales y hechos culturales desde la Prehistoria al Mundo Moderno.	- ARQUEOLOGÍA - HISTORIA ANTIGUA - HISTORIA MEDIEVAL - HISTORIA MODERNA - PREHISTORIA
I	1º	HISTORIA	HISTORIA UNIVERSAL II	9	6	3	Estudio de los principales procesos sociales y hechos culturales desde la Prehistoria al Mundo Moderno.	- ARQUEOLOGÍA - HISTORIA ANTIGUA - HISTORIA MEDIEVAL - HISTORIA MODERNA - PREHISTORIA
I	1º	LENGUA Y LITERATURA	LENGUA ESPAÑOLA / LENGUA VASCA. EXPRESIÓN ESCRITA.	6	3	3	Formación básica de los aspectos descriptivos y normativos de la Lengua española o de la otra Lengua oficial propia de la Comunidad Autónoma donde radique la Universidad, a elección del alumno.	- LENGUA ESPAÑOLA - LITERATURA ESPAÑOLA - FILOLOGÍA VASCA
I	1º	LENGUA Y LITERATURA	LITERATURA ESPAÑOLA / LITERATURA VASCA	6	3	3	Estudio histórico y filológico de las principales etapas, movimientos, autores y obras de la literatura correspondiente.	- LITERATURA ESPAÑOLA - LENGUA ESPAÑOLA - FILOLOGÍA VASCA

1. MATERIAS TRONCALES

1. MATERIAS TRONCALES

Ciclo	Curso	Denominación	Asignatura/s en las que la universidad en su caso, organiza /diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
I	1º	LATÍN Y CULTURA CLÁSICA	LATÍN Y CULTURA CLÁSICA	9 8T + 1A	6	3	Lengua latina. Estudio de la cultura grecolatina a través de los textos.	- FILOLOGÍA GRIEGA - FILOLOGÍA LATINA
I	1º	GEOGRAFÍA HUMANA	GEOGRAFÍA HUMANA	6	3	3	Geografía de la sociedad humana y de sus relaciones con el medio, introduciendo el estudio de la población, de las actividades económicas y de los paisajes rurales y -urbanos.	- GEOGRAFÍA HUMANA
I	2º	HISTORIA DEL PENSAMIENTO FILOSÓFICO Y CIENTÍFICO	HISTORIA DEL PENSAMIENTO FILOSÓFICO Y CIENTÍFICO	9 8T + 1A	6	3	Estudio de las grandes etapas de la reflexión acerca del mundo natural y social. Historia de la filosofía. Historia de la Ciencia y de la Técnica.	- FILOSOFÍA - FILOSOFÍA MORAL - HISTORIA DE LA CIENCIA - LÓGICA Y FILOSOFÍA DE LA CIENCIA
I	2º	HISTORIA DEL ARTE	HISTORIA DEL ARTE	9 8T + 1A	6	3	Estudio de las principales manifestaciones artísticas a lo largo de la Historia que se relacionan más directamente con nuestro presente.	- ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES - HISTORIA DEL ARTE
I	2º	LENGUA EXTRANJERA MODERNA Y SU LITERATURA	LENGUA EXTRANJERA	6	3	3	Formación básica en la descripción y el uso de la Lengua. Estudio histórico y filológico de las principales etapas, movimientos, autores y obras de su literatura.	- FILOLOGÍA CORRESPONDIENTE
I	2º	LENGUA EXTRANJERA MODERNA Y SU LITERATURA	LITERATURA EXTRANJERA	6	3	3	Formación básica en la descripción y el uso de la Lengua. Estudio histórico y filológico de las principales etapas, movimientos, autores y obras de su literatura.	- FILOLOGÍA CORRESPONDIENTE
II	3º	HISTORIA CONTEMPORÁNEA	HISTORIA CONTEMPORÁNEA	9 8T + 1A	6	3	Estudio de los principales procesos sociales y hechos culturales que se relacionan más directamente con la configuración del mundo actual.	- HISTORIA CONTEMPORÁNEA
II	3º	PSICOLOGÍA	PSICOLOGÍA	7,5 6T + 1,5A	4,5	3	Fundamentos de la personalidad. Teorías y Sistemas freudianos y postfreudianos. Cognición e interacción social. Tendencias contemporáneas en las teorías motivacionales.	- PERSONALIDAD, EVALUACIÓN Y TRATAMIENTO PSICOLÓGICOS - PSICOLOGÍA BÁSICA - PSICOLOGÍA SOCIAL

**1. MATERIAS TRONCALES**

Ciclo	Curso	Denominación	Asignatura/s en las que la universidad en su caso, organiza /diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
II	3º	ANTROPOLOGÍA SOCIAL	ANTROPOLOGÍA SOCIAL	6	3	3	Introducción a la Antropología Social. Análisis de la variabilidad y de la evolución cultural en los ámbitos del parentesco, la economía, la política, la religión y las representaciones simbólicas.	- ANTRÓPOLOGÍA SOCIAL
II	4º	FILOSOFÍA	FILOSOFÍA	9 8T + 1A	6	3	Problemas filosóficos de la modernidad y sus supuestos históricos. Filosofía de la ciencia. Ética y Filosofía Política y del Derecho.	- FILOSOFÍA - FILOSOFÍA MORAL - LÓGICA Y FILOSOFÍA DE LA CIENCIA
II	4º	GEOGRAFÍA REGIONAL	GEOGRAFÍA REGIONAL	6 4T + 2A	3	3	Regionalización del mundo, haciendo especial referencia a la geografía regional de España.	- ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL

UNIVERSIDAD

UNIVERSIDAD DE LA IGLESIA DE DEUSTO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN HUMANIDADES

Sede SAN SEBASTIAN

**1. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso)**

Ciclo	Curso	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
			Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
I	1º	DEONTOLOGÍA GENERAL Y PROFESIONAL	4,5	3	1,5	Fundamentos y principios de la ética y de la Deontología General y Profesional	- FILOSOFÍA DEL DERECHO - FILOSOFÍA MORAL - FILOSOFÍA

UNIVERSIDAD

UNIVERSIDAD DE LA IGLESIA DE DEUSTO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN HUMANIDADES

Sede SAN SEBASTIAN

## 1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)

Créditos totales para optativas

- por ciclo

- por curso

## COMUNICACIÓN

Denominación	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
COMUNICACION COMERCIAL	6	3	3	Principios del marketing e introducción a sus principales herramientas. Marketing-mix.	- COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
COMUNICACIÓN CORPORATIVA	6	3	3	Principios de la comunicación global en una organización y su traducción en estrategias, planes y programas de comunicación.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - SOCIOLOGÍA
COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES	6	3	3	Principios y recursos de la comunicación bidireccional y horizontal en el seno de las organizaciones, como instrumento de motivación y compromiso de sus integrantes.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - PSICOLOGÍA SOCIAL.
COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD	4,5	3	1,5	Estudio de las técnicas de la comunicación publicitaria y de los recursos expresivos empleados en la misma. Estrategia publicitaria. Planificación y creatividad. Investigación publicitaria.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD. - COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
CREATIVIDAD Y SUS TÉCNICAS	6	3	3	Introducción al ejercicio de la creatividad. Técnicas de generación de ideas. Aplicaciones a los procesos comunicativos.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PSICOLOGÍA BÁSICA - HISTORIA DEL ARTE
DERECHO DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN	4,5	3	1,5	El derecho a la información y su relación con otros derechos fundamentales. El marco jurídico y la libertad de información en las sociedades occidentales actuales.	- DERECHO CONSTITUCIONAL
DOCUMENTACIÓN Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN	4,5	3	1,5	Estudio de los sistemas y técnicas de documentación y de su aplicación a los diversos medios de comunicación.	- BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN - LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS - PERIODISMO

Créditos totales para optativas   
 - por ciclo   
 - por curso

1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)

Denominación	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
EL LENGUAJE EN LA COMUNICACIÓN	6	3	3	Características y convenciones formales de los géneros informativos en los medios de comunicación actuales.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PERIODISMO - LENGUA ESPAÑOLA - FILOLOGÍA VASCA
EMPRESAS Y SERVICIOS DE INFORMACIÓN I	4,5	3	1,5	Las estrategias comunicativas y su función. Dimensión económica y dinámica del mercado en los medios de comunicación.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - SOCIOLOGÍA
EMPRESAS Y SERVICIOS DE INFORMACIÓN II	4,5	3	1,5	Las estrategias comunicativas y su función. Los servicios de información, su organización y gestión.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - SOCIOLOGÍA
FORMAS NARRATIVAS AUDIOVISUALES I	6	3	3	Análisis de los códigos narrativos desarrollados en el arte cinematográfico y de sus aplicaciones en otros medios de expresión audiovisuales.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES - HISTORIA DEL ARTE
FORMAS NARRATIVAS AUDIOVISUALES II	4,5	3	1,5	Análisis de los códigos narrativos desarrollados en el arte del cómic y de sus aplicaciones en otros medios de expresión.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - ESTÉTICA Y TEORÍA DE LAS ARTES - HISTORIA DEL ARTE
HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	6	3	3	Estudio del desarrollo histórico de los medios de comunicación, de sus técnicas, soportes y lenguajes.	- HISTORIA CONTEMPORÁNEA - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PERIODISMO
IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA	4,5	3	1,5	Valores, cultura y misión como principios de la identidad corporativa. Percepción y proyección de la identidad. Imagen e identidad. El manual de imagen corporativa.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PSICOLOGÍA SOCIAL
IDIOMA I	4,5	3	1,5	Formación avanzada y práctica en la lengua extranjera elegida por el alumno.	- FILOLOGÍA CORRESPONDIENTE
IDIOMA II	4,5	3	1,5	Formación avanzada y práctica en la lengua extranjera elegida por el alumno.	- FILOLOGÍA CORRESPONDIENTE

# 1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)

Créditos totales para optativas   
 - por ciclo   
 - por curso

Denominación	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
INFORMACIÓN ECONOMICA Y EMPRESARIAL	4,5	3	1,5	Estudio del lenguaje y las prácticas informativas de las organizaciones económicas y empresariales.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
LA COMUNICACIÓN GRÁFICA I	4,5	3	1,5	Estudio de los códigos y posibilidades expresivas de la comunicación gráfica. La fotografía, la tipografía y el diseño gráfico.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PERIODISMO - HISTORIA DEL ARTE
LA COMUNICACIÓN GRÁFICA II	4,5	3	1,5	Estudio de los códigos y posibilidades expresivas de la comunicación gráfica. La fotografía, la tipografía y el diseño gráfico.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PERIODISMO - HISTORIA DEL ARTE
LENGUAJES AUDIOVISUALES	6	3	3	Introducción al estudio de las técnicas y modalidades de la comunicación audiovisual.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PERIODISMO
MARKETING RELACIONAL	4,5	3	1,5	Concepto, estrategias, planes y herramientas básicas del marketing relacional.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS	4,5	3	1,5	Características de los medios de comunicación escritos y audiovisuales en la sociedad contemporánea.	- PERIODISMO - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - HISTORIA CONTEMPORÁNEA
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE LOS PROCESOS COMUNICATIVOS	4,5	3	1,5	Teoría y práctica de la evaluación de los efectos comunicativos de los mensajes, estrategias y procesos comunicativos.	- SOCIOLOGÍA
NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA COMUNICACIÓN	6	3	3	Estudio de las nuevas tecnologías y sus aplicaciones comunicativas: medios y estrategias de las nuevas formas de comunicación.	- LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
PLANES DE COMUNICACIÓN	6	3	3	Bases para elaborar planes de comunicación en las organizaciones y para evaluar su aplicación.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - SOCIOLOGÍA

Créditos totales para optativas

- por ciclo

- por curso

1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)

Denominación	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
PRODUCCIÓN INFORMATIVA	6	3	3	Principios fundamentales de la producción informativa: elaboración, organización y gestión de las informaciones en los distintos medios de comunicación.	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PERIODISMO - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
PROYECTO	6		6	Elaboración de un Plan de comunicación para una organización o de un Plan de gestión de un servicio de información o comunicación.	- TODAS LAS ÁREAS DEL PLAN DE ESTUDIOS
RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO	4,5	3	1,5	Las relaciones públicas e institucionales como elemento de la comunicación corporativa. Principios y normas del protocolo.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - PSICOLOGÍA SOCIAL
RETÓRICA	4,5	3	1,5	Estudio teórico y práctico de las formas y estrategias de la comunicación oral eficaz.	- LENGUA ESPAÑOLA - FILOLOGÍA VASCA
SEMIÓTICA	4,5	3	1,5	Bases teóricas para el estudio de los diversos sistemas de signos verbales y no verbales utilizados en la comunicación humana.	- LINGÜÍSTICA GENERAL - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	4,5	3	1,5	Análisis de las interrelaciones entre la estructura social y los sistemas de comunicación e información. Introducción a los métodos y técnicas empleados para su estudio.	- SOCIOLOGÍA - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
SOCIOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES	4,5	3	1,5	Estudio de la sociedad humana y los procesos sociales. Las estructuras organizativas y su funcionamiento. Introducción a las teorías sociológicas.	- SOCIOLOGÍA
TALLER DE ESCRITURA Y ORATORIA I	6	2	4	Técnicas y formas de la comunicación escrita y oral. Aplicaciones prácticas de los diversos lenguajes a la elaboración de mensajes.	- LENGUA ESPAÑOLA - FILOLOGÍA VASCA - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
TALLER DE ESCRITURA Y ORATORIA II	6	2	4	Técnicas y formas de la comunicación escrita y oral. Aplicaciones prácticas de los diversos lenguajes a la elaboración de mensajes.	- LENGUA ESPAÑOLA - FILOLOGÍA VASCA - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
TALLER DE ESCRITURA Y ORATORIA III	6	2	4	Técnicas y formas de la comunicación escrita y oral. Aplicaciones prácticas de los diversos lenguajes a la elaboración de mensajes.	- LENGUA ESPAÑOLA - FILOLOGÍA VASCA - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

Créditos totales para optativas   
 - por ciclo   
 - por curso

1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)

Denominación	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
TALLER DE ESCRITURA Y ORATORIA IV	6	2	4	Técnicas y formas de la comunicación escrita y oral. Aplicaciones prácticas de los diversos lenguajes a la elaboración de mensajes.	- LENGUA ESPAÑOLA - FILOLOGÍA VASCA - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
TALLER DE INFORMÁTICA I	4,5	1,5	3	Estudio de las aplicaciones comunicativas fundamentales de las nuevas tecnologías.	- LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
TALLER DE INFORMÁTICA II	4,5	1,5	3	Estudio de las aplicaciones comunicativas fundamentales de las nuevas tecnologías.	- LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
TALLER DE INFORMÁTICA III	4,5	1,5	3	Estudio de las aplicaciones comunicativas fundamentales de las nuevas tecnologías.	- LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
TEORIA DE LA COMUNICACIÓN	6	3	3	Estudio de los procesos comunicativos y de los elementos que los constituyen.	- LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
VALORES SOCIALES Y ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN	4,5	3	1,5	Los valores y su papel en la conformación de las culturas y sociedades. Los principios deontológicos en las profesiones de la información y la comunicación.	- LINGÜÍSTICA GENERAL - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - FILOSOFÍA DEL DERECHO - FILOSOFÍA MORAL - HISTORIA DEL PENSAMIENTO Y MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS
<b>EMPRESA</b>					
ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	4,5	3	1,5	Cuentas del balance. Análisis económico. Análisis financiero.	- ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL ENTORNO	4,5	3	1,5	Estudio de las diferentes concepciones sobre la actividad económica y empresarial en la sociedad moderna.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - SOCIOLOGÍA
AUDITORÍA	4,5	3	1,5	Técnicas de auditoría.	- ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD.
CALIDAD TOTAL	4,5	3	1,5	Componentes clave. Certificación. Evaluación. Implantación.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
CAMBIO ORGANIZACIONAL	6	3	3	Incidencia del cambio en la empresa. Necesidad de apertura al cambio. Procesos y problemática. Desarrollo organizacional.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS



1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)

Créditos totales para optativas   
 - por ciclo   
 - por curso

Denominación	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
CLIMA ORGANIZACIONAL	4,5	3	1,5	Análisis del clima organizacional. Encuestas de clima. Estrategias y cambio.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
COMERCIALIZACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA	4,5	3	1,5	Evolución de la distribución. Comportamiento del consumidor. Tipos de puntos de venta y sus especificidades.	- COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PSICOLOGÍA BÁSICA
COMERCIO EXTERIOR	4,5	3	1,5	Regulaciones y legislaciones de ámbito internacional: contratos, fiscalidad, protección de la competencia, etc..	-DERECHO INTERNACIONAL PÚBLICO Y RELACIONES INTERNACIONALES -DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO -DERECHO MERCANTIL
CONTABILIDAD I	6	3	3	Principios contables. Fundamentos: sentido de las cuentas y grupos de cuentas. Manejo del Plan General de Contabilidad. Contabilidad por ordenador.	-ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
CONTABILIDAD II	4,5	3	1,5	Análisis contable y su aplicación en la toma de decisiones. Cuenta de resultados. Balance. Ratios.	- ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
CONTEXTOS CULTURALES PREDOMINANTES	4,5	3	1,5	Estudio de las actuales tendencias en la forma de concebir la sociedad y su cultura.	- SOCIOLOGÍA - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - ANTROPOLOGÍA SOCIAL
CONTROL DE GESTIÓN	4,5	3	1,5	Control presupuestario. Centros de responsabilidad. Gestión de tesorería. Precios de Transferencia.	- ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
CREACIÓN DE EMPRESAS	4,5	1,5	3	Pasos para la creación de una empresa. Análisis de viabilidad. Autoempleo. Proyecto concreto.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
CREATIVIDAD E INNOVACIÓN	4,5	3	1,5	Técnicas de generación de ideas (individuales y grupales). Técnicas de estimulación individual. Proceso de innovación. Búsqueda de problemas.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - PSICOLOGÍA BÁSICA
CULTURA EMPRESARIAL	6	3	3	Bases y elementos de la cultura. Diagnóstico y auditoría de la cultura. Papel del líder. Visión y misión.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
DEONTOLOGÍA EMPRESARIAL	4,5	3	1,5	Exigencia ética de la actividad empresarial. Compatibilidad ética-rentabilidad. Campos concretos y sus exigencias: trabajadores, salarios, productos, entorno, clientes, etc.	- ANTROPOLOGÍA SOCIAL - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - FILOSOFÍA MORAL
DERECHO ECONÓMICO	4,5	3	1,5	Fundamentos del derecho mercantil y fiscal.	- DERECHO MERCANTIL - DERECHO FINANCIERO Y TRIBUTARIO

Créditos totales para optativas   
 - por ciclo   
 - por curso

1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)

Denominación	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
DERECHO SOCIAL	4,5	3	1,5	Fundamentos del derecho laboral y seguridad social.	- DERECHO DEL TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL
DIRECCIÓN AVANZADA DE EQUIPOS	6	3	3	Técnicas de dirección de equipos y negociación.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
DIRECCIÓN DE VENTAS Y PLAN DE MARKETING	6	3	3	Departamento de marketing: definición, organización, dirección y control. Red de vendedores. Definición y seguimiento del plan de marketing.	- COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
DIRECCIÓN FINANCIERA	6	3	3	Departamento financiero: definición, organización, dirección y control. Relación con las instituciones financieras. Estructura de financiación.	- ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	6	3	3	Fundamentos de organización de empresas. Funciones del directivo. Estrategia.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
ECONOMÍA DE LA EMPRESA	6	4,5	1,5	Relación entre la Empresa y su entorno económico y estudio de sus áreas funcionales: producción, inversión, financiación y comercialización.	- ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
ECONOMÍA POLÍTICA	6	3	3	Conocimientos básicos de la Teoría, Estructura y Política Económica.	- HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS - ECONOMÍA APLICADA - FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
EMPRESARIO: FIGURA Y FILOSOFÍA	4,5	3	1,5	Teorías de la actividad emprendedora. Factores incidentes. El empresario como persona y como modo de hacer en la empresa.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
ESTADÍSTICA APLICADA A LA EMPRESA	4,5	3	1,5	Estadística básica. Uso y aplicación de paquetes estadísticos para análisis de datos.	- ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN OPERATIVA - MATEMÁTICA APLICADA - ECONOMÍA APLICADA
ESTRATEGIA EMPRESARIAL	6	3	3	Decisiones que definen la estrategia de la empresa. Decisiones estratégicas a nivel corporativo y competitivo. Planificación. Toma de decisiones.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
ESTRUCTURA ECONÓMICA	6	3	3	Descripción de la economía internacional, estatal, y de la CAPV: áreas, sectores, problemáticas.	- ECONOMÍA APLICADA - FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
FINANZAS E INSTITUCIONES FINANCIERAS	4,5	3	1,5	Estudio de las principales instituciones financieras, y su funcionamiento.	- HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Créditos totales para optativas

- por ciclo

- por curso

### 1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)

Denominación	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Totales	Técnicos	Prácticos /clínicos		
FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	6	3	3	Fundamentos de macroeconomía y microeconomía.	- ECONOMÍA APLICADA - FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
GESTIÓN DE CONFLICTOS Y NEGOCIACIÓN	4,5	3	1,5	Análisis y resolución de conflictos. Principios y técnicas de negociación.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - PSICOLOGÍA BÁSICA
GESTIÓN DE COSTES	4,5	3	1,5	Contabilidad analítica y su aplicación para la toma de decisiones.	- ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN	4,5	3	1,5	Comunicación interna. Flujos y circuitos. Gestión de la información interna. Análisis de la información externa: estadísticas, informes, etc. Acceso a bases de datos y otras fuentes.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - ECONOMÍA APLICADA
GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN	4,5	3	1,5	Fundamentos de organización de la producción. Procesos productivos. Programación y planificación. Producción flexible.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - ECONOMÍA APLICADA
GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA	4,5	3	1,5	Mecanismos e interrelación ciencia-tecnología-empresa. Instrumentos de financiación del I+D. Adquisición de conocimientos tecnológicos. Transferencia.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
GESTIÓN POR PROYECTOS	4,5	3	1,5	Dirección, estructura, organización, control y seguimiento.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS I	6	3	3	Procedimientos de gestión de RR.HH.: selección, formación, evaluación de puestos.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS II	4,5	3	1,5	Técnicas básicas de gestión administrativa de plantillas: nóminas, expedientes, altas y bajas, etc..	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
HABILIDADES INTERPERSONALES	4,5	3	1,5	Estudio de la comunicación. Técnicas y actitudes. Comunicación no verbal. Empatía.	- PSICOLOGÍA BÁSICA
HISTORIA DEL LIDERAZGO	4,5	3	1,5	Modelos: evolución histórica. Estado de la cuestión.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - HISTORIA CONTEMPORÁNEA
INGENIERÍA DE PROCESOS	4,5	3	1,5	Análisis de procesos: benchmarking, análisis de valor, análisis ABC, etc..	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Créditos totales para optativas   
 - por ciclo   
 - por curso

1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)

Denominación	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
INVESTIGACIÓN COMERCIAL	4,5	3	1,5	Análisis de mercadp. Comportamiento del consumidor. Búsqueda, recopilación y análisis de la información. Técnicas de investigación comercial.	- COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS - ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN OPERATIVA
LOGÍSTICA	4,5	3	1,5	Sistemas de almacenamiento y manejo de mercancías. Estrategia y control.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
MARKETING DIRECTO	4,5	3	1,5	Publicidad directa. Venta por correo. Venta por teléfono.	- ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN OPERATIVA - COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
MARKETING I	6	3	3	Concepto de marketing. Departamento de marketing. Mercado: información, segmentación, posicionamiento, etc. Marketing mix	- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PSICOLOGÍA BÁSICA
MARKETING II	4,5	3	1,5	Decisiones de política comercial. Estrategia comercial.	- COMERCIALIZACION E INVESTIGACION DE MERCADOS - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
MARKETING INTERNACIONAL	4,5	3	1,5	Investigación de mercados internacionales. Exportación. Posicionamiento en mercados internacionales. Estrategias.	- COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
MOTIVACIÓN	4,5	3	1,5	Personalidad. Métodos de motivación. Motivación individual y grupal.	- PSICOLOGÍA BÁSICA - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
NUEVAS ORIENTACIONES DE LA GESTIÓN	4,5	3	1,5	Nuevas técnicas de gestión. Técnicas de organización modernas	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA EMPRESA INTERNACIONAL	4,5	3	1,5	Análisis de las Estructuras y de las estrategias de las empresas.	- ECONOMÍA APLICADA - FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE LA GESTIÓN	6	3	3	Análisis, planificación, toma de decisiones y control de la gestión en el corto plazo.	- ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)

Créditos totales para optativas   
 - por ciclo   
 - por curso

Denominación	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Totales	Teóricos	Prácticos /línicoos		
PUBLICIDAD Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN	4,5	3	1,5	Análisis del comportamiento del consumidor. Gestación y organización de la campaña publicitaria. Tipos de promociones.	- COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS - PSICOLOGÍA BÁSICA - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
PUBLICIDAD: AGENCIAS Y CAMPAÑAS	4,5	3	1,5	Qué son las agencias de publicidad. Cómo funcionan. Planificación, ejecución y control de la campaña. Presupuesto de publicidad.	- COMERCIALIZACION E INVESTIGACION DE MERCADOS - COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD - PSICOLOGÍA BÁSICA
RELACIONES PÚBLICAS	4,5	3	1,5	Atención al cliente. protocolo. Medios de comunicación. Imagen. Viajes. Congresos.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
RETÓRICA	4,5	3	1,5	Estudio teórico y práctico de las formas y estrategias de la comunicación oral eficaz.	- LENGUA ESPAÑOLA - FILOLOGÍA VASCA
SELECCIÓN DE PERSONAL	4,5	3	1,5	Proceso de reclutamiento y selección de personal. Técnicas. Entrevistas de selección. Outplacement.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - PSICOLOGÍA BÁSICA
SOCIOLOGÍA	6	3	3	Análisis de los principales conceptos y generalizaciones sobre la sociedad humana y sus procesos.	- SOCIOLOGÍA - HISTORIA DEL PENSAMIENTO Y DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS - ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
TÉCNICAS DE EFICACIA DIRECTIVA	4,5	3	1,5	Eficacia directiva como pilar de la organización. Técnicas y manejo de instrumentos de eficacia directiva.	- ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
TÉCNICAS Y HABILIDADES DIRECTIVAS	6	3	3	Técnicas para la mejora directiva: actitudes, capacidades, habilidades, generación de ideas, innovación, etc.	- ORGANIZACION DE EMPRESAS
TENDENCIAS ACTUALES DE LIDERAZGO	4,5	3	1,5	Estudio de los autores y teorías más actuales.	- ORGANIZACION DE EMPRESAS
PROYECTO FIN DE CARRERA	6	0	6	Desarrollo de un trabajo de iniciación a la investigación.	- TODAS LAS ÁREAS DEL PLAN DE ESTUDIO

7. AÑOS ACADÉMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN, POR CICLOS:

- 1.º CICLO  AÑOS  
 - 2.º CICLO  AÑOS

8. DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO

AÑOS ACADÉMICOS	TOTAL	TEÓRICOS	PRÁCTICOS/CLÍNICOS
1º	67,5	39	28,5
2º	70,5	42	28,5
Curso Indiferente	12		
3º	66	40,5	25,5
4º	66	33	33
Curso Indiferente	18		

Prácticas en empresas, instituciones públicas o privadas, etc.:

Una estudiante podrá obtener créditos de libre configuración, y en su caso optativos cuando haya agotado aquellos, mediante prácticas realizadas en empresas. La equivalencia será de 30 horas de práctica por crédito, con un máximo de 7,5 créditos por semestre.

Trabajos académicamente dirigidos e integrados en el plan de estudios:

Una estudiante podrá obtener créditos de libre configuración y optativos mediante la realización de trabajos académicamente dirigidos e integrados en el Plan de Estudios con un máximo de 7,5 créditos por semestre. La equivalencia en créditos del trabajo será fijada por el/la tutor/a del alumno/a en cada caso.

Estudios realizados en el marco de convenios internacionales suscritos por la Universidad:

Una estudiante podrá obtener créditos mediante la realización de estudios en el marco de convenios internacionales. Dichos créditos se computarán en las condiciones que se establezcan en dichos convenios.

Otras universidades:

Una estudiante podrá obtener créditos mediante la realización de estudios en otras universidades nacionales o extranjeras dentro de los planes de intercambio de alumnos vigentes. La equivalencia de los créditos cursados se efectuará en función de los contenidos cursados en dichas universidades.

UNIVERSIDAD:

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE

LICENCIADO EN HUMANIDADES

2. ENSEÑANZAS DE

CICLO

3. CENTRO UNIVERSITARIO RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

FACULTAD DE HUMANIDADES Sede SAN SEBASTIAN

4. CARGA LECTIVA GLOBAL

CREDITOS

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGAT.	MATERIAS OPTATIVAS	CREDITOS LIBRE CONFIG.	TOTALES
I CICLO	1º	45	4,5	18		67,5
	2º	30		40,5		70,5
II CICLO	CURSO INDIFERENTE				12	12
	3º	22,5		43,5		66
	4º	15		51		66
	CURSO INDIFERENTE				18	18
TOTALES		112,5	4,5	153	30	300

5. SE EXIGE TRABAJO O PROYECTO FIN DE CARRERA, EXAMEN O PRUEBA GENERAL NECESARIAS PARA OBTENER EL TÍTULO  SI  NO

6.  SI SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CRÉDITOS A:

- SI PRACTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PÚBLICAS O PRIVADAS, ETC.
- SI TRABAJOS ACADÉMICAMENTE DIRIGIDOS E INTEGRADOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS
- SI ESTUDIOS REALIZADOS EN EL MARCO DE CONVENIOS INTERNACIONALES SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD.
- SI OTRAS UNIVERSIDADES.

- EXPRESIÓN, EN SU CASO, DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS... ..

CRÉDITOS.

- EXPRESIÓN DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA .....

Organización del Plan de estudios

Las enseñanzas se realizarán dentro de los períodos habilitados por la Universidad, conforme a las normas que sobre permanencia y matriculación estén en vigor al inicio de cada año académico, y de acuerdo con el orden temporal indicado en los siguientes cuadros.

PLAN DE ESTUDIOS DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN HUMANIDADES

Primer curso:

Asignaturas	Créditos
<b>Troncales Primer Semestre:</b> Historia Universal I Latín y Cultura clásica Lengua española / Lengua vasca. Expresión escrita.	9 9 6
<b>Optativas Primer Semestre:</b>	6 6
<b>Troncales Segundo Semestre:</b> Historia Universal II Geografía humana Literatura española / Literatura vasca	9 6 6
<b>Obligatoria Segundo Semestre:</b> Deontología general y profesional	4,5
<b>Optativas Segundo Semestre:</b>	6

Segundo curso:

Asignaturas	Créditos
<b>Troncales Primer Semestre:</b> Historia del pensamiento filosófico y científico Lengua extranjera	9 6
<b>Optativas Primer Semestre:</b>	6 6 4,5 4,5
<b>Troncales Segundo Semestre:</b> Historia del Arte Literatura extranjera	9 6
<b>Optativas Segundo Semestre:</b>	6 4,5 4,5

Curso Indiferente:

Asignaturas	Créditos
Libre Configuración. Curso indiferente del Primer Ciclo:	12

Tercer curso:

Asignaturas	Créditos
<b>Troncales Primer Semestre:</b> Historia Contemporánea Antropología social	9 6
<b>Optativas Primer Semestre:</b>	6 4,5 4,5
<b>Troncales Segundo Semestre:</b> Psicología	7,5
<b>Optativas Segundo Semestre:</b>	6 4,5 4,5 4,5

Cuarto curso:

Asignaturas	Créditos
<b>Troncales Primer Semestre:</b> Geografía regional	6
<b>Optativas Primer Semestre:</b>	6 6 6 4,5
<b>Troncales Segundo Semestre:</b> Filosofía	9
<b>Optativas Segundo Semestre:</b>	6 6 6 4,5

Curso Indiferente:

Asignaturas	Créditos
Libre Configuración. Curso indiferente del Segundo Ciclo:	18