

21058 RESOLUCIÓN de 3 de octubre de 2002, de la Universidad de Vic, por la que se ordena la publicación del plan de estudios conducente al título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, que se imparte en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas de esta Universidad.

Aprobado el plan de estudios conducente al título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, que se imparte en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas de la Universidad de Vic en la sesión del Consejo de Dirección de la Universidad de fecha 13 de junio de 2001, y homologado por acuerdo de la Comisión Académica del Consejo de Universidades de fecha 10 de junio de 2002, el Rector ha resuelto ordenar su publicación conforme a lo establecido en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre («Boletín Oficial del Estado» de 14 de diciembre).

El plan de estudios al que se refiere la presente Resolución quedará estructurado conforme a lo que figura en el anexo de la misma.

Vic, 3 de octubre de 2002.—El Rector, David Serrat Congost.

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	Asignatura/s en las que la Universidad, en su caso, organiza/diversifica la materia troncal (3)	Créditos anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Teóricos	Prácticos/clínicos		
1	1 2	Análisis del entorno social y de su evolución histórica		12 8T+4A	7T+1A	1T+3A	Profundización en las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones política, económica y social. Evolución histórica.	-Ciencia Política y de la Administración. -Historia Contemporánea. -Historia del Derecho y de las Instituciones. -Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos. -Historia e Instituciones Económicas. -Sociología.
			Evolución del Pensamiento Contemporáneo	4T+2A	4T	2A		
			Sociología General y del Consumidor	4T+2A	3T+1A	1T+1A		
1	2 2	Comunicación e Información Audiovisual		12 12T	6T	6T	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.	- Periodismo. - Comunicación Audiovisual y Publicidad.
			Teoría y Técnica del lenguaje radiofónico	6T	3T	3T		
			Teoría y Técnica del lenguaje televisivo	6T	3T	3T		

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	Asignatura/s en las que la Universidad, en su caso, organiza/diversifica la materia troncal (3)	Créditos anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Teóricos	Prácticos/clínicos		
1	1	Comunicación e Información Escrita		12 12T	6T	6T	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios impresos y electrónicos.	- Periodismo. - Comunicación Audiovisual y Publicidad.
			Teoría y Estructura de los Medios de Comunicación	6T	3T	3T		
			Teoría y Técnica de los Medios Escritos	6T	3T	3T		
1	2	Documentación Informativa		6 6T	3T	3T	Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación.	- Periodismo. - Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Biblioteconomía y Documentación.
			Documentación Informativa	6T	3T	3T		
1	1	Lengua		12 8T+4A	4T+2A	4T+2A	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española o de la otra lengua oficial propia de la Comunidad Autónoma, donde radique la Universidad a elección del alumno.	- Filología catalana - Lengua Española.
			Lengua Catalana	4T+2A	2T+1A	2T+1A		
			Lengua Española	4T+2A	2T+1A	2T+1A		

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	Asignatura/s en las que la Universidad, en su caso, organiza/diversifica la materia troncal (3)	Créditos anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Teóricos	Prácticos/clínicos		
1	2	Publicidad y Relaciones Públicas		12 12T	6T	6T	Introducción teórica y práctica a la publicidad, las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
			Teoría y Estructura de la Comunicación de Empresa I	6T	3T	3T		
			Teoría y Estructura de la Comunicación de Empresa II	6T	3T	3t		
1	2	Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información		12 10T+2A	8T	2T+2A	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Periodismo. - Psicología Social. - Sociología.
			Métodos de Investigación en comunicación	5T+1A	4T	1T+1A		
			Teorías de la Comunicación	5T+1A	4T	1T+1A		

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	Asignatura/s en las que la Universidad, en su caso, organiza/diversifica la materia troncal (3)	Créditos anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Teóricos	Prácticos/clínicos		
2	3	Creatividad Publicitaria		12 10T+2A	5T+1A	5T+1A	Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
			Creatividad Publicitaria I	5T+1A	3T+1A	2T		
			Creatividad Publicitaria II	5T+1A	2 T	3T+1A		
2	3	Planificación y Medios Publicitarios		12 10T+2A	5T+2A	5T	Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.	- Comercialización e Investigación de Mercados. - Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Sociología.
			Estrategia y Planificación de Medios I	5T+1A	3T+1A	2T		
			Estrategia y Planificación de medios II	5T+1A	2T+1A	3T		

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	Asignatura/s en las que la Universidad, en su caso, organiza/diversifica la materia troncal (3)	Créditos anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Teóricos	Prácticos/clínicos		
2	4	Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas		10,5 10T+0,5A	5T	5T+0,5A	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias y de relaciones públicas: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Periodismo. - Psicología Social. - Sociología.
			Campañas Globales de Comunicación	4T+0,5A	3T	1T+0,5A		
			Proyecto de Comunicación Global	6T	2T	4T		
2	3	Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas		18 10T+8A	5T+3A	5T+5A	Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Periodismo. - Psicología Social. - Sociología.
			Relación con los medios de comunicación	2,5T+2A	2T	0,5T+2A		
			Patrocinio y Mecenazgo	2,5T+2A	1T+1A	1,5T+1A		
			Organización de Eventos	2,5T+2A	1T+1A	1,5T+1A		
	4		Comunicación Interna	2,5T+2A	1T+1A	1,5T+1A		

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)							
Ciclo	Curso (2)	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1	1	Inglés I	6	3	3	Elementos centrales de Lengua Inglesa a nivel oral y escrito	-Filología Inglesa.
1	1	Inglés II	6	3	3	Lengua inglesa con especial aplicación a la publicidad y relaciones públicas.	- Filología Inglesa.
1	1	Organización y Gestión de Empresas I	6	4	2	Análisis de las estructuras organizativas y de dirección en las Empresas.	- Organización de empresas. - Comunicación Audiovisual y Publicidad.
1	1	Introducción a la Economía	6	4	2	El proceso económico. Sistemas económicos. La economía de mercado. El papel del Estado en la economía.	- Economía Aplicada.
1	1	Estadística Aplicada a la Comunicación	6	4	2	Estudio de las funciones de la estadística. El lugar de la estadística en la investigación publicitaria y de mercados.	- Fundamentos de Análisis Económico. - Estadística e Investigación Operativa.
1	2	Psicología Social General y del Consumidor	6	4	2	Fundamentos psicológicos de los procesos cognitivos y de las conductas de consumo de la información audiovisual y publicitaria.	- Psicología Básica. - Comunicación Audiovisual y Publicidad.

(1) Libremente incluidas por la Universidad en el plan de estudios como obligatorias para el alumno.

(2) La especificación por cursos es opcional para la Universidad.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)							
Ciclo	Curso (2)	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
2	4	Técnicas de Comunicación no convencionales	4,5	2,5	2	Teoría y Práctica de las formas de comunicación no convencionales.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad.
1	1	Informática	6	2	4	Análisis del sistema de información a la empresa. Ordenadores personales. Sistema operativo. Hoja de cálculo. Procesador de textos. Bases de datos.	- Lenguajes y Sistemas Informáticos. - Organización de Empresas. - Fundamento del Análisis Económico.
1	2	Organización y Gestión de empresas II	6	4	2	Estudio de las políticas de recursos humanos y de gestión financiera en las empresas.	-Organización de Empresas -Comunicación Audiovisual y Publicidad
2	3	Taller de Comunicación Gráfica	6	2	4	Estudio de los conocimientos informáticos aplicados al diseño gráfico.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Lenguajes y Sistemas Informáticos.
1	2	Introducción al Márketing	6	2	4	Introducción a los conceptos básicos del marketing, y del proceso de comercialización de productos y servicios en las economías de mercado.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Organización de Empresas.
2	4	Prácticas en Empresas	9	0	9	Prácticas en organizaciones e instituciones de publicidad y relaciones públicas.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.

(1) Libremente incluidas por la Universidad en el plan de estudios como obligatorias para el alumno.

(2) La especificación por cursos es opcional para la Universidad.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)							
Ciclo	Curso (2)	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
2	3	Taller de Comunicación Interactiva	6	2	4	Estudio de los conocimientos informáticos aplicados al diseño interactivo y multimedia.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Lenguaje y Sistemas Informáticos.
2	4	Márketing Directo, Relacional e Interactivo	6	3	3	Estudio de las técnicas y estrategias de la comunicación y márketing directo y relacional.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2	4	Investigación en Comunicación Empresarial	4,5	2	2,5	Teoría y Práctica de las diferentes estrategias e instrumentos para la investigación en comunicación empresarial.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2	3	Diseño y Comunicación Gráfica.	4,5	2,5	2	Estudio de los conceptos básicos y fundamentales del diseño aplicado a la comunicación empresarial, y sus principales tendencias y vanguardias.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2	4	Aspectos Jurídicos y Éticos de la Comunicación Empresarial	4,5	3	1,5	Estudio de la regulación jurídica y de los planteamientos éticos de la comunicación empresarial, a nivel español, europeo y mundial.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Derecho Mercantil
2	3	Fundamentos de la Comunicación Digital	4,5	2,5	2	Principios y conceptos fundamentales de la evolución y desarrollo de la Comunicación digital	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.

(1) Libremente incluidas por la Universidad en el plan de estudios como obligatorias para el alumno.

(2) La especificación por cursos es opcional para la Universidad.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)							
Ciclo	Curso (2)	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1	2	Inglés III	6	3	3	Intensificación y perfeccionamiento del idioma inglés	- Filología Inglesa.
1	2	Inglés IV	6	3	3	Intensificación y perfeccionamiento del idioma inglés oral y escrito aplicado a la comunicación empresarial.	- Filología Inglesa.

(1) Libremente incluidas por la Universidad en el plan de estudios como obligatorias para el alumno.

(2) La especificación por cursos es opcional para la Universidad.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) <input type="checkbox"/>	
DENOMINACIÓN (2)	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Técnicas de Expresión Oral y no verbal	6	2	4	Teoría y Práctica de las formas de expresión y comunicación oral y no verbal	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Habilidades Directivas	6	2	4	Planteamiento y ejercitación de las habilidades personales de dirección y gestión de grupos humanos.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Organización y Gestión de Empresas.
Campañas de Relaciones Públicas	6	2	4	Análisis, Evaluación y Desarrollo de Campañas de Relaciones Públicas	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Márketing Estratégico	6	3	3	Estudio de los principales aspectos ligados a la planificación estratégica de márketing.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Organización y Gestión de Empresas.
Márketing Operativo	6	3	3	Conocimiento de los elementos teóricos y prácticos del márketing operativo y su aplicación a una realidad de mercado.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Organización y Gestión de Empresas.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclo o curso.

(2) Se mencionará entre paréntesis, tras la denominación de la optativa, el curso o ciclo que corresponda si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) <input type="checkbox"/>	
DENOMINACIÓN (2)	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Márketing de Servicios	6	3	3	Principios y técnicas de márketing y comunicación aplicadas al campo específico de los servicios.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Organización y Gestión de Empresas
Creación de Empresas de Comunicación	6	3	3	Estudio y desarrollo práctico de la creación, puesta en marcha y gestión de empresas de comunicación.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Organización y Gestión de Empresas
Estrategia Creativa	6	3	3	Análisis y puesta en práctica del proceso de elaboración del mensaje publicitario, de sus métodos de creación y de evaluación.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Dirección de Cuentas	6	3	3	Planteamiento teórico y práctico de la dirección de cuentas en las diversas agencias de publicidad y comunicación	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Dirección de Arte	6	3	3	Teoría y práctica de los fundamentos de creación y plasmación del mensaje publicitario.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclo o curso.

(2) Se mencionará entre paréntesis, tras la denominación de la optativa, el curso o ciclo que corresponda si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	
DENOMINACIÓN (2)	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Fotografía Publicitaria	6	3	3	Estudio de los principios y técnicas fotográficas aplicadas a la comunicación publicitaria.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Diseño Gráfico aplicado a la Publicidad	6	3	3	Teoría y aplicación práctica de la creación y diseño de las diferentes expresiones gráficas en la comunicación empresarial, y sus instrumentos tecnológicos.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Comunicación de Crisis	6	3	3	Análisis de las estrategias y Técnicas de comunicación en situaciones de crisis.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Comunicación y Marketing Promocional	6	3	3	Teoría y práctica de la acción promocional de las empresas y organizaciones como instrumento de comunicación empresarial.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclo o curso.

(2) Se mencionará entre paréntesis, tras la denominación de la optativa, el curso o ciclo que corresponda si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	
DENOMINACIÓN (2)	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Comunicación y Marketing Ferial	6	3	3	Planteamientos teóricos y prácticos de la gestión de la participación en ferias de muestras como herramienta de comunicación empresarial.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Comunicación en el Punto de Venta	6	3	3	Estudio teórico-práctico de los diferentes aspectos comunicativos incluidos en los puntos de venta de productos y servicios.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Campañas de Publicidad	6	2	4	Análisis, evaluación y desarrollo de campañas de Publicidad.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Comunicación en Sectores Especializados	6	3	3	Análisis y aplicación de la comunicación empresarial en diversos sectores de la actividad política, social y/o económica.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclo o curso.

(2) Se mencionará entre paréntesis, tras la denominación de la optativa, el curso o ciclo que corresponda si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1): <input type="text"/>	
DENOMINACIÓN (2)	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Comunicación Política	6	2	4	Estudio y análisis de la actual comunicación política, enmarcada dentro de los procesos y estrategias de marketing electoral.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Ciencia Política y de la Administración.
Comunicación Turística	6	2	4	Desarrollo teórico y su aplicación práctica de los principios fundamentales de la comunicación empresarial aplicada a las empresas del sector turístico.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Comunicación en las Instituciones Públicas	6	3	3	Principios de la aplicación de las técnicas de comunicación en las instituciones públicas.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Ciencia Política y de la Administración.
Comunicación Financiera	6	3	3	Principios y práctica de la comunicación en las organizaciones aplicadas a las empresas y a los públicos ligados al sector financiero e inversor.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Organización y Gestión de Empresas.
Comunicación en las Organizaciones sin fines de lucro	6	3	3	Teoría y práctica de los principios y técnicas de la comunicación empresarial aplicadas a la gestión de la comunicación en las organizaciones sin fines de lucro.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclo o curso.

(2) Se mencionará entre paréntesis, tras la denominación de la optativa, el curso o ciclo que corresponda si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1): <input type="text"/>	
DENOMINACIÓN (2)	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Nuevas Técnicas de Comunicación Empresarial	6	2	4	Teoría y práctica de las herramientas más novedosas o de reciente difusión dentro de la comunicación en las organizaciones.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Imagen Corporativa	6	3	3	Estudio teórico-práctico de los modelos de gestión de la imagen corporativa en todo tipo de organizaciones.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Programas de Identidad Visual	6	2	4	Planteamientos teóricos y desarrollo práctico de la creación de programas globales de identidad visual para las organizaciones.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Técnicas Analíticas de la Investigación en Comunicación	6	2	4	Técnicas de análisis de datos de medios de comunicación y de campañas de comunicación e imagen.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Estadística e Investigación Operativa.
Instrumentos tecnológicos aplicados a la comunicación empresarial	6	2	4	Intensificación y perfeccionamiento en el uso de las nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación de las organizaciones.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Lenguajes y Sistemas informáticos.
Sociedad de la Información	6	3	3	Evolución histórica e impacto global del cambio producido desde la comunicación de masas hacia la sociedad de la información	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclo o curso.

(2) Se mencionará entre paréntesis, tras la denominación de la optativa, el curso o ciclo que corresponda si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) <input type="text"/>	
DENOMINACIÓN (2)	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Negocios en Internet	6	3	3	Teoría y Práctica de los conceptos fundamentales de negocio y de marketing en internet.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Organización y Gestión de Empresas.
Creación de Contenidos Digitales	6	2	4	Planteamientos teóricos y prácticos de la creación de diferentes tipos de contenidos dentro de internet.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Márketing Digital	6	3	3	Estudio del desarrollo de las actividades de marketing en internet, y sus aplicaciones y características específicas.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Organización y Gestión de Empresas.
Gestión de Proyectos Digitales	6	3	3	Principios teórico-prácticos de project management aplicados al desarrollo de productos digitales.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Organización y Gestión de Empresas.
Evaluación de Productos Digitales	6	2	4	Análisis y aplicación de las técnicas específicas de evaluación de sitios web o de productos digitales.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclo o curso.

(2) Se mencionará entre paréntesis, tras la denominación de la optativa, el curso o ciclo que corresponda si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) <input type="text"/>	
DENOMINACIÓN (2)	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Imagen Corporativa en Internet	6	3	3	Estudio teórico-práctico de los modelos de gestión de la imagen corporativa en las organizaciones, y su aplicación a la creación de marcas en internet.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Gestión del Conocimiento	6	3	3	Estudio de las características específicas de la creación, gestión, intercambio y difusión de la información y el conocimiento de las organizaciones en un entorno digital.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Organización y Gestión de Empresas.
Comunicación empresarial en Internet	6	3	3	Teoría y práctica del desarrollo de campañas de comunicación en medios digitales, y sus principales herramientas de acción.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Sistemas de Enseñanza por Internet	6	3	3	Principios básicos y aplicación práctica del desarrollo de productos digitales orientados a la formación virtual y no presencial.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Pedagogía y Educación.
Últimas Tendencias en Comunicación Digital	6	3	3	Análisis de las tendencias actuales y su posible evolución en la comunicación digital a nivel español, europeo y mundial	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Comunicación del Patrimonio Cultural	6	3	3	Estrategias y técnicas destinadas a la difusión del patrimonio cultural.	- Comunicación audiovisual y Publicidad

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclo o curso.

(2) Se mencionará entre paréntesis, tras la denominación de la optativa, el curso o ciclo que corresponda si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 3: ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD: DE VIC

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

(1) LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. ENSEÑANZAS DE PRIMER Y SEGUNDO CICLO CICLO (2)

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

(3) FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y ECONÓMICAS

4. CARGA LECTIVA GLOBAL 300 CREDITOS (4)

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CREDITOS LIBRE CONFIGURACION (5)	TRABAJO EXPERI-MENTAL	TOTALES
I CICLO	1ro.	36 29T+7A	36				72
	2ndo.	42 39T+3A	30		6		78
	Total	78 68T+10A	66		6		150
II CICLO	3ro.	33 25T+8A	21	12			78
	4to.	19,5 15T+4,5A	28,5	12			72
	Total	52,5 40T+12,5A	49,5	24	24		150

(1) Se indicará lo que corresponda.

(2) Se indicará lo que corresponda según el art. 4.º del R.D. 1497/87 (de 1.º y 2.º ciclo; de sólo 2.º ciclo) y las previsiones del R.D. de directrices generales propias del título de que se trate.

(3) Se indicará el Centro Universitario, con expresión de la norma de creación del mismo o de la decisión de la Administración correspondiente por la que se autoriza la impartición de las enseñanzas por dicho Centro.

(4) Dentro de los límites establecidos por el R.D. de directrices generales propias de los planes de estudios del título de que se trate.

(5) Al menos el 10% de la carga lectiva "global".

5. SE EXIGE TRABAJO O PROYECTO FIN DE CARRERA, O EXAMEN O PRUEBA GENERAL NECESARIA PARA OBTENER EL TÍTULO SÍ NO (6).

6. SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CRÉDITOS A:

(7) PRÁCTICAS EN EMPRESAS; INSTITUCIONES PÚBLICAS O PRIVADAS, ETC.

TRABAJOS ACADÉMICAMENTE DIRIGIDOS E INTEGRADOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS

ESTUDIOS REALIZADOS EN EL MARCO DE CONVENIOS INTERNACIONALES SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD

OTRAS ACTIVIDADES

— EXPRESIÓN, EN SU CASO, DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS: 12 CRÉDITOS.

— EXPRESIÓN DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8) LIBRE CONFIGURACIÓN

7. AÑOS ACADÉMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN, POR CICLOS: (9)

— 1.º CICLO AÑOS

— 2.º CICLO AÑOS

8. DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO. (*)

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEÓRICOS	PRÁCTICOS/ CLÍNICOS
1ro.	72	40	32
2ndo.	72	39	33
3ro.	54	26	28
4to.	48	19,5	28,5

(*) No se incluyen los créditos optativos ni los de libre configuración.

(6) Sí o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En caso afirmativo, se consignarán los créditos en el precedente cuadro de distribución de los créditos de la carga lectiva global.

(7) Sí o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En el primer caso se especificará la actividad a la que se otorgan los créditos por equivalencia.

(8) En su caso, se consignará "materias troncales", "obligatorias", "optativas", "trabajo fin de carrera", etc., así como la expresión del número de horas atribuido, por equivalencia, a cada crédito, y el carácter teórico o práctico de éste.

(9) Se expresará lo que corresponda según lo establecido en la directriz general segunda del R.D. de directrices generales propias del título de que se trate.

II. ORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. La Universidad deberá referirse necesariamente a los siguientes extremos:

- Regímen de acceso al 2º ciclo. Aplicable sólo al caso de enseñanzas de 2º ciclo o al 2º ciclo de enseñanzas de 1º y 2º ciclo, teniendo en cuenta lo dispuesto en los artículos 5º y 8º 2 del R.D. 1497/87.
 - Determinación, en su caso, de la ordenación temporal en el aprendizaje, fijando secuencias entre materias o asignaturas o entre conjuntos de ellas (artículo 9º, 1. R.D. 1497/87).
 - Período de escolaridad mínimo, en su caso (artículo 9º, 2. 4º R.D. 1497/87).
 - En su caso, mecanismos de convalidación y/o adaptación al nuevo plan de estudios para los alumnos que vinieran cursando el plan antiguo (artículo 11 R.D. 1497/87).
2. Cuadro de asignación de la docencia de las materias troncales a áreas de conocimiento. Se cumplimentará en el supuesto a) de la Nota (5) del Anexo 2-A.
3. La Universidad podrá añadir las aclaraciones que estime oportunas para acreditar el ajuste del plan de estudios a las previsiones del R.D. de directrices generales propias del título de que se trate (en especial, en lo que se refiere a la incorporación al mismo de las materias y contenidos troncales y de los créditos y áreas de conocimiento correspondientes según lo dispuesto en dicho R.D.), así como especificar cualquier decisión o criterio sobre la organización de su plan de estudios que estime relevante. En todo caso, estas especificaciones no constituyen objeto de homologación por el Consejo de Universidades.

1. b) No se establecen requisitos que determinen una ordenación temporal del aprendizaje.

1. c) Período de escolaridad mínimo: 4 años

1.b) Ordenación temporal del aprendizaje (*)

Asignatura	Créditos
Primer curso	
Teoría y Estructura de los Medios de Comunicación	1er. Cuatrimestre 6
Lengua Catalana	1er. Cuatrimestre 6
Evolución del Pensamiento Contemporáneo	1er. Cuatrimestre 6
Informática	1er. Cuatrimestre 6
Introducción a la Economía	1er. Cuatrimestre 6
Inglés I	1er. Cuatrimestre 6
Teoría y Técnica de los Medios Escritos	2o. Cuatrimestre 6
Lengua Española	2o. Cuatrimestre 6
Teorías de la Comunicación	2o. Cuatrimestre 6
Estadística aplicada a la Comunicación	2o. Cuatrimestre 6
Organización y Gestión de Empresa I	2o. Cuatrimestre 6
Inglés II	2o. Cuatrimestre 6
	Créditos totales 72
Segundo curso	
Teoría y Técnica del Lenguaje Radiofónico	1er. Cuatrimestre 6
Teoría y Estructura de la Comunicación de Empresa I	1er. Cuatrimestre 6
Documentación Informativa	1er. Cuatrimestre 6
Sociología General y del Consumidor	1er. Cuatrimestre 6
Organización y Gestión de Empresa II	1er. Cuatrimestre 6
Inglés III	1er. Cuatrimestre 6
Teoría y Técnica del Lenguaje Televisivo	2o. Cuatrimestre 6
Teoría y Estructura de la Comunicación de Empresa II	2o. Cuatrimestre 6
Métodos de Investigación en Comunicación	2o. Cuatrimestre 6
Introducción al Márketing	2o. Cuatrimestre 6
Psicología Social General y del Consumidor	2o. Cuatrimestre 6
Inglés IV	2o. Cuatrimestre 6
	Créditos Totales 78

(*) No se incluyen los créditos de libre configuración

Tercer curso	Créditos
Creatividad Publicitaria I	1er. Cuatrimestre 6
Estrategia y Planificación de Medios I	1er. Cuatrimestre 6
Relación con los Medios de Comunicación	1er. Cuatrimestre 4,5
Taller de Comunicación Gráfica	1er. Cuatrimestre 6
Diseño y Comunicación Gráfica	1er. Cuatrimestre 4,5
Creatividad Publicitaria II	2o. Cuatrimestre 6
Estrategia y Planificación de Medios II	2o. Cuatrimestre 6
Organización de Eventos	2o. Cuatrimestre 4,5
Fundamentos de la Comunicación Digital	2o. Cuatrimestre 4,5
Taller de Comunicación Interactiva	2o. Cuatrimestre 6
Optativas	1er y 2o. Cuatrimestre 12
Créditos totales	66

Cuarto curso	
Técnicas de comunicación "Below the Line"	1er. Cuatrimestre 4,5
Investigación en Comunicación Empresarial	1er. Cuatrimestre 4,5
Comunicación Interna	1er. Cuatrimestre 4,5
Márketing Directo, Relacional e Interactivo	1er. Cuatrimestre 6
Patrocinio y Mecenazgo	1er. Cuatrimestre 4,5
Proyecto de Comunicación Global	2o. Cuatrimestre 6
Aspectos Jurídicos y Éticos de la Comunicación Empresarial	2o. Cuatrimestre 4,5
Prácticas en Empresas	2o. Cuatrimestre 9
Campañas Globales de Comunicación	2o. Cuatrimestre 4,5
Optativas	1er. y 2o. Cuatrimestre 12
Créditos totales	60

(*)No se incluyen los créditos de libre configuración