

20308 RESOLUCIÓN de 13 de noviembre de 2008, de la Universidad San Jorge, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo el informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y acordado el carácter oficial del título por

el Consejo de Ministros de 29 de agosto de 2008 (publicado en el BOE de 26 de septiembre de 2008 por Resolución del Secretario de Estado de Universidades de 24 de septiembre),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas.

Zaragoza, 13 de noviembre de 2008.–El Rector, Javier Pérez Herreras.

5.1 Estructura de las enseñanzas

5.1.1 Distribución del plan de estudios en créditos ECTS

Tipo de materia	Créditos ECTS
Formación básica	60
Materias obligatorias	138
Materias optativas	24
Prácticas externas (en su caso)	9
Proyecto Fin de Grado	9
Total	240

5.1.2 Distribución de materias básicas por el plan de estudios

Rama de conocimiento	Materia RD 1393/2007 de 29 de octubre	ASIGNATURAS VINCULADAS	ECTS	Curso
Ciencias Sociales y Jurídicas*	Comunicación	Teoría y Estructura de la comunicación y la información	6	1
Ciencias Sociales y Jurídicas*	Comunicación	Fundamentos de la comunicación e información escrita	6	1
Ciencias Sociales y Jurídicas*	Economía	Introducción a la Economía	6	2
Ciencias Sociales y Jurídicas*	Derecho	Introducción a las ciencias jurídicas	6	1
Ciencias Sociales y Jurídicas*	Comunicación	Planificación y Medios Publicitarios	6	2
Ciencias Sociales y Jurídicas*	Sociología	Sociología de la Publicidad y del Consumo	6	2
Ciencias Sociales y Jurídicas*	Historia	Historia Universal Contemporánea	6	1
Ciencias Sociales y Jurídicas*	Comunicación	Introducción a la Publicidad	6	1
Ciencias Sociales y Jurídicas*	Comunicación	Teoría y Técnica de las RR.PP.	6	2
Artes y Humanidades	Lengua	Lengua	6	1
TOTAL			60	

* La misma rama de conocimiento a la que pertenece el título.

5.1.3 Plan de estudios resumido (por módulo)

Módulo	Materia	Tipo (MB/OB/OP)	Semestre	Créditos ECTS
Módulo 1: Lengua y medios de comunicación 42 ECTS	Lengua	MB	I	6
	Idioma moderno I	OB	I	6
	Fundamentos de la comunicación e información escrita	MB	I	6
	Teoría y estructura de la comunicación y la información	MB	I	6
	Lenguaje audiovisual	OB	II	6
	Redacción	OB	III	6
	Idioma moderno II	OB	III	6
Módulo 2: Tecnología, diseño y cultura visual 18 ECTS	Diseño gráfico aplicado	OB	III	6
	Expresiones artísticas contemporáneas	OB	IV	6
	Documentación publicitaria	OB	II	6
Módulo 3: Dirección responsable 36 ECTS	Introducción a las ciencias jurídicas	MB	II	6
	Ética y deontología de la publicidad y las RRPP	OB	V	6
	Derecho de la publicidad y las RRPP	OB	VII	6
	Métodos y técnicas de la investigación social	OB	VII	6
	Habilidades directivas responsables	OB	VII	6
	Humanismo cívico	OB	VIII	6
Módulo 4: Estructuras socioeconómicas y políticas internacionales de la Publicidad y RR.PP. 30 ECTS	Historia universal contemporánea	MB	II	6
	Introducción a la economía	MB	III	6
	Sociología de la publicidad y del consumo	MB	IV	6
	Dirección y gestión de la empresa de com.	OB	V	6
	Relaciones internacionales, derecho internacional y la diplomacia	OB	VIII	6

Módulo	Materia	Tipo (MB/OB/OP)	Semestre	Créditos ECTS
Módulo 5: Comunicación comercial 54 ECTS	Introducción a la publicidad	MB	I	6
	Fundamentos del marketing	OB	II	6
	Planificación y medios publicitarios	MB	IV	6
	Marketing estratégico y operativo	OB	IV	6
	Identidad e imagen corporativa	OB	V	6
	Taller de creatividad publicitaria	OB	V	6
	Investigación de mercados y estadística	OB	VI	6
	Estrategias creativas aplicadas	OB	VIII	6
	Marketing de guerrilla e internet	OB	VIII	3
	Marketing social y político	OB	VIII	3
Módulo 6: Gestión de Públicos 18 ECTS	Teoría y técnica de las RRPP	MB	III	6
	Protocolo	OB	IV	6
	Planificación y gestión de las RRPP	OB	V	6
Módulo 7: Itinerario de Estrategias Promocionales* 24 ECTS	Marketing promocional	OP	VI	3
	Lobbying, patrocinio y mecenazgo	OP	VI	3
	Guión publicitario	OP	VI	3
	Naming y diseño corporativo	OP	VI	3
	Realización publicitaria	OP	VI	3
	Mix de comunicación	OP	VI	3
	Marketing directo	OP	VI	3
	Semiótica de la publicidad	OP	VI	3
Módulo 8: Itinerario en Comunicación Institucional y Empresarial* 24 ECTS	Reputación y personalidad corporativa	OP	VI	3
	CRM y el marketing de las relaciones	OP	VI	3
	Taller de RRPP y RSC	OP	VI	3
	Gestión de marcas	OP	VI	3
	Video empresarial e institucional	OP	VI	3
	Comunicación externa	OP	VI	3
	Comunicación de crisis	OP	VI	3
	Comunicación interna	OP	VI	3
Módulo 9: Prácticas externas 9 ECTS	Prácticas en empresas	OB	VII y VIII	9
Módulo 10: Trabajo final de grado 9 ECTS	Proyecto final de investigación o aplicado.	OB	VII y VIII	9
				240

* El alumno elige uno de los módulos marcados

5.1.4 Plan de estudios resumido (por curso académico)

Módulo	Materia	Tipo (MB/OB/OP)	Semestre	Créditos ECTS
<i>Primer curso</i>				
Módulo 1: Lengua y medios de comunicación	Teoría y estructura de la comunicación y info.	MB	I	6
Módulo 5: Comunicación comercial	Introducción a la publicidad	MB	I	6
Módulo 1: Lengua y medios de comunicación	Fundamentos de la comunicación e información escrita	MB	I	6
Módulo 1: Lengua y medios de comunicación	Idioma moderno I	OB	I	6
Módulo 1: Lengua y medios de comunicación	Lengua	MB	I	6
Módulo 2: Tecnología, diseño y cultura visual	Documentación publicitaria	OB	II	6
Módulo 3: Dirección responsable	Introducción a las ciencias jurídicas	MB	II	6
Módulo 4: Estructuras socioeconómicas y políticas	Historia universal contemporánea	MB	II	6
Módulo 1: Lengua y medios de comunicación	Lenguaje audiovisual	OB	II	6
Módulo 5: Comunicación comercial	Fundamentos del marketing	OB	II	6
				60
<i>Segundo curso</i>				
Módulo 1: Lengua y medios de comunicación	Idioma moderno II	OB	III	6
Módulo 4: Estructuras socioeconómicas y políticas	Introducción a la economía	MB	III	6

Módulo	Materia	Tipo (MB/OB/OP)	Semestre	Créditos ECTS
Módulo 1: Lengua y medios de comunicación	Redacción	OB	III	6
Módulo 2: Tecnología, diseño y cultura visual	Diseño gráfico aplicado	OB	III	6
Módulo 6: Gestión de Públicos	Teoría y técnica de las RRPP.	MB	III	6
Módulo 2: Tecnología, diseño y cultura visual	Expresiones artísticas contemporáneas	OB	IV	6
Módulo 5: Comunicación comercial	Planificación y medios publicitarios	MB	IV	6
Módulo 4: Estructuras socioeconómicas y políticas	Sociología de la publicidad y del consumo	MB	IV	6
Módulo 5: Comunicación comercial	Marketing estratégico y operativo	OB	IV	6
Módulo 6: Gestión de Públicos	Protocolo	OB	IV	6
<i>Tercer curso</i>				60
Módulo 3: Dirección responsable	Ética y deontología de la publicidad y las RRPP	OB	V	6
Módulo 5: Comunicación comercial	Identidad e imagen corporativa	OB	V	6
Módulo 5: Comunicación comercial	Taller de creatividad publicitaria	OB	V	6
Módulo 4: Estructuras socioeconómicas y políticas	Dirección y gestión de la empresa de com.	OB	V	6
Módulo 6: Gestión de Públicos	Planificación y gestión de las RRPP.	OB	V	6
Módulo 5: Comunicación comercial	Investigación de mercados y estadística	OB	VI	6
Módulo 7: Itinerario de Estrategias Promocionales *	Marketing promocional	OP	VI	24
	Lobbying, patrocinio y mecenazgo	OP	VI	
	Guión publicitario	OP	VI	
	Semiótica de la publicidad	OP	VI	
	Naming y diseño corporativo	OP	VI	
	Realización publicitaria	OP	VI	
	Mix de comunicación	OP	VI	
	Marketing directo	OP	VI	
Módulo 8: Itinerario en Comunicación Institucional y Empresarial*	Reputación y personalidad corporativa	OP	VI	24
	CRM y el marketing de las relaciones	OP	VI	
	Taller de relaciones públicas y RSC	OP	VI	
	Gestión de marcas	OP	VI	
	Video empresarial e institucional	OP	VI	
	Comunicación interna	OP	VI	
	Comunicación externa	OP	VI	
	Comunicación de crisis	OP	VI	
<i>Cuarto curso</i>				60
Módulo 3: Dirección responsable	Métodos y técnicas de la investigación social	OB	VII	6
Módulo 3: Dirección responsable	Derecho de la publicidad y las RRPP	OB	VII	6
Módulo 3: Dirección responsable	Habilidades directivas responsables	OB	VII	6
Módulo 9: Prácticas externas	Prácticas en empresas	OB	VII/ VIII	9
Módulo 10: Trabajo final de grado	Proyecto final de investigación o aplicado	OB	VII/ VIII	9
Módulo 4: Estructuras socioeconómicas y políticas	Relaciones internacionales, derecho internacional y diplomacia	OB	VIII	6
Módulo 3: Dirección responsable	Humanismo cívico	OB	VIII	6
Módulo 5: Comunicación comercial	Estrategias creativas aplicadas	OB	VIII	6
Módulo 5: Comunicación comercial	Marketing social y político	OB	VIII	3
Módulo 5: Comunicación comercial	Marketing de guerrilla e internet	OB	VIII	3
60				

El alumno elige uno de los módulos marcados