

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

969 *Resolución de 16 de diciembre de 2009, de la Universidad de Navarra, 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 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 4 de septiembre de 2009 (publicado en el BOE de 9 de octubre, por Resolución del Secretario General de Universidades de 22 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 por la Universidad de Navarra.

Pamplona, 16 de diciembre de 2009.–El Rector, Ángel José Gómez Montoro.

5. Planificación de las enseñanzas

5.1 Estructura de las enseñanzas.

5.1.1 Resumen del plan de estudios y su distribución en créditos.

Tipo de materia	Créditos
Formación básica.	42 (CSJ)
	18 (OR)
Obligatorias.	135
Optativas.	36
Trabajo de fin de grado.	9
Total.	240

(CSJ: Rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas; OR: Otras Ramas)

5.1.2 Plan de estudios resumido por módulos y materias y organización temporal.

En cada módulo se detallan las asignaturas que constituyen cada materia.

Módulo I. *Fundamentos de la Comunicación, de la Publicidad y de las Relaciones Públicas*

Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter	Curso	Unidad temporal
Teoría e historia de la comunicación		21			
	Teoría de la comunicación	6	Básica (CSJ).	1.º	Semestral.
	Teoría de la publicidad y de las relaciones públicas	6	Obligatoria.	2.º	Semestral.
	Teoría de las relaciones públicas II . .	3	Obligatoria.	3.º	Semestral.
	Fundamentos de comunicación estratégica	3	Obligatoria.	2.º	Semestral.
	Comunicación global	3	Obligatoria.	1.º	Semestral.

Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter	Curso	Unidad temporal
Historia de la comunicación		9			
	Historia de la comunicación	3	Obligatoria.	1.º	Semestral.
	Historia de la publicidad y de las relaciones públicas	6	Obligatoria.	2.º	Semestral.
Habilidades básicas de comunicación		24			
	Lengua y discurso	3	Obligatoria.	1.º	Semestral.
	Comunicación escrita	6	Obligatoria.	1.º	Semestral.
	Comunicación multimedia	6	Obligatoria.	1.º	Semestral.
	Comunicación radiofónica y audiovisual	6	Obligatoria.	1.º	Semestral.
	Retórica de la comunicación	3	Obligatoria.	1.º	Semestral.
Total		54			

Módulo II. *Entornos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas*

Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter	Curso	Unidad temporal
Entorno socio-económico y político		18			
	Sistemas políticos contemporáneos	6	Básica (CSJ).	2.º	Semestral.
	Economía	6	Básica (CSJ).	1.º	Semestral.
	Sociología	6	Básica (CSJ).	2.º	Semestral.
Entorno histórico-cultural		36			
	Historia intelectual y de las ideologías . Humanística*	3	Obligatoria.	3.º	Semestral.
	Historia del pensamiento				
	Cuestiones actuales del pensamiento filosófico				
	Introd. al cristianismo	3	Obligatoria.	3.º	Semestral.
	Literatura	6	Básica (OR).	1.º	Semestral.
	Ética	6	Básica (OR).	2.º	Anual.
	Antropología	6	Básica (CSJ).	1.º	Anual.
	Cultura visual	6	Básica (OR).	2.º	Semestral.
	Historia del mundo actual	6	Básica (CSJ).	1.º	Semestral.
Total		54			

* El alumno cursará de modo obligatorio una de esas tres asignaturas.

Módulo III. *Marketing y comportamiento del consumidor*

Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter	Curso	Unidad temporal
Gestión de marketing y comunicación		15			
	Principios de marketing	3	Obligatoria.	2.º	Semestral.
	Gestión de marketing	6	Obligatoria.	3.º	Semestral.
	Comunicación integrada de marcas	6	Obligatoria.	4.º	Semestral.
Análisis de mercados y comportamientos de consumo		15			
	Investigación de mercados I	3	Obligatoria.	2.º	Semestral.
	Investigación de mercados II	3	Obligatoria.	3.º	Semestral.
	Investigación de mercados aplicada	3	Obligatoria.	4.º	Semestral.
	Comportamiento del consumidor	6	Obligatoria.	3.º	Semestral.
Total		30			

Módulo IV. *Creación y difusión de mensajes*

Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter	Curso	Unidad temporal
Creación y elaboración de mensajes		21			
	Generación de ideas	3	Obligatoria.	2.º	Semestral.
	Redacción creativa	6	Obligatoria.	2.º	Semestral.
	Creatividad	6	Obligatoria.	3.º	Semestral.
	Producción de mensajes	6	Obligatoria.	4.º	Semestral.
Planificación de medios		12			
	Estructura y mercados de la comunicación	6	Básica (CSJ).	2.º	Semestral.
	Análisis de audiencias y medios	6	Obligatoria.	3.º	Semestral.
Total		33			

Módulo V. *Gestión publicitaria y de las relaciones públicas*

Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter	Curso	Unidad temporal
Empresas de comunicación		12			
	Empresa: gestión económica y financiera	6	Obligatoria	3.º	Semestral
	Empresa: dirección estratégica	6	Obligatoria	4.º	Semestral
Derecho y deontología		9			
	Derecho de la comunicación	6	Obligatoria	4.º	Semestral
	Deontología publicitaria	3	Obligatoria	4.º	Semestral
Gestión de proyectos		3			
	Gestión de proyectos de comunicación . .	3	Obligatoria	4.º	Semestral
Total		24			

Módulo VI. *Trabajo fin de grado*

Materias	ECTS	Carácter	Curso	Unidad temporal
Trabajo de fin de grado	9	Obligatorio.	4.º	Semestral.
Total	9			

Módulo VII. *Materias optativas*

Materias	ECTS	Curso
Dirección y producción creativa		3.º-4.º
Comunicaciones de marketing		3.º-4.º
Comunicación institucional		3.º-4.º
Gestión de contenidos		3.º-4.º
Complementos de formación en ciencias y humanidades		3.º-4.º
Idiomas		3.º-4.º
Prácticas externas (1)	Hasta 3	
Otros (ECTS por equivalencia) (2)	Hasta 6	
Total	36	

(1) Se reconocerá hasta un máximo de 3 ECTS a los estudiantes que acrediten haber realizado prácticas en medios de comunicación.

(2) Se reconocerá hasta un máximo de 6 ECTS, a los estudiantes que acrediten su participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.