

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

16732 *Resolución de 15 de octubre de 2010, de la Universidad de Vigo, 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 (ANECA),

Acordado el carácter oficial del título por acuerdo del Consejo de Ministros de 30 de octubre de 2009 (publicado en el BOE de 5 de enero de 2010, por resolución de la Secretaría de Estado de Universidades de 13 de noviembre de 2009),

Y a efectos de cumplimiento de lo previsto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, y en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, que establecen que los Rectores y las Rectoras de las universidades deberán ordenar la publicación en el «Boletín Oficial del Estado» (BOE) y en el «Diario Oficial de Galicia» (DOG), en este caso, del primer inciso del apartado 5.1 de la Memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales, según el anexo I del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, según comunicado de 14 de octubre de 2008 de la Subdirección General de Coordinación Académica y Régimen Jurídico del Ministerio de Ciencia e Innovación, relativo a la estructura de las enseñanzas, y según el artículo 26 del Real Decreto 861/2010 de 2 de julio,

Este Rectorado resuelve publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Vigo, que se recoge en el anexo a esta Resolución.

Vigo, 15 de octubre de 2010.—El Rector, Salustiano Mato de la Iglesia.

ANEXO I (hoja 1 de 3)

Resolución de 15 de octubre de 2010, por la que se publica el Plan de Estudios de la Titulación de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Vigo

Denominación del Título:

**GRUADO O GRUADA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
POR LA UNIVERSIDADE DE VIGO**

Rama de conocimiento a la que se adscribe el Título (RD 1393/2007 de 29 de octubre):

CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

Código de la Titulación: P04G190 (Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.
Campus de Pontevedra)

Distribución del Plan de Estudios en créditos ECTS:

Tipo de materia	Créditos ECTS
Formación básica	60
Materias obligatorias	132
Materias optativas Incluye Prácticas externas (Proyecto Práctico Profesional) o Taller de Prácticas Profesionales (a elegir una) (12 ECTS optativos)	36
Trabajo de Fin de Grado	12
Total	240

Distribución de los créditos de la Formación Básica del Plan de Estudios:

Rama de conocimiento	Materia de la Rama (RD 1393/2007 de 29 de octubre)	Asignaturas vinculadas del plan de estudios	ECTS		
			MATERIA	RAMA	
CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS	ECONOMÍA	ECONOMÍA: ECONOMÍA	6	54	
	EMPRESA	EMPRESA: FUNDAMENTOS DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL	6		12
		EMPRESA: FUNDAMENTOS DE MARKETING	6		
	SOCIOLOGÍA	SOCIOLOGÍA: ESTRUCTURA SOCIAL, CONSUMO Y ESTILOS DE VIDA	6		
	COMUNICACIÓN	COMUNICACIÓN: TEORÍA Y TÉCNICA DE LA IMAGEN	6		30
		COMUNICACIÓN: IMAGEN CORPORATIVA	6		
		COMUNICACIÓN: COMUNICACIÓN ESCRITA	6		
COMUNICACIÓN: TEORÍA E HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN		6			
	COMUNICACIÓN: HISTORIA DE LA PROPAGANDA Y LA PUBLICIDAD	6			
ARTES Y HUMANIDADES	LENGUA	LENGUA: LENGUAJE PUBLICITARIO	6	6	
Total ECTS			60		

ANEXO I (hoja 2 de 3)

Resolución de 15 de octubre de 2010, por la que se publica el Plan de Estudios de la Titulación de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Vigo

**ORGANIZACIÓN TEMPORAL DEL PLAN DE ESTUDIOS
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN. CAMPUS DE PONTEVEDRA**

CURSO	SEM.	ASIGNATURA	TIPO	ECTS	CURSO	SEM.	ASIGNATURA	TIPO	ECTS
1	1	ECONOMÍA: ECONOMÍA	FB	6	1	2	COMUNICACIÓN: COMUNICACIÓN ESCRITA	FB	6
1	1	LENGUA: LENGUAJE PUBLICITARIO (en español o en gallego, a elegir uno)	FB	6	1	2	EMPRESA: FUNDAMENTOS DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL	FB	6
1	1	COMUNICACIÓN: TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA	OB	6	1	2	SOCIOLOGÍA: ESTRUCTURA SOCIAL, CONSUMO Y ESTILOS DE VIDA	FB	6
1	1	COMUNICACIÓN: TEORÍA Y TÉCNICA DE LA IMAGEN	FB	6	1	2	COMUNICACIÓN: HISTORIA DE LA PROPAGANDA Y LA PUBLICIDAD	FB	6
1	1	COMUNICACIÓN: TEORÍA E HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN	FB	6	1	2	TEORÍA Y PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	OB	6

2	1	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y ANÁLISIS ESTADÍSTICO	OB	6	2	2	ELABORACIÓN DEL MENSAJE PUBLICITARIO	OB	6
2	1	EMPRESA: FUNDAMENTOS DE MARKETING	FB	6	2	2	ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA	OB	6
2	1	CREATIVIDAD PUBLICITARIA	OB	6	2	2	ESTRUCTURAS Y ACTIVIDAD DE LA AGENCIA PUBLICITARIA	OB	6
2	1	TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	OB	6	2	2	REDACCIÓN Y LOCUCIÓN PUBLICITARIA	OB	6
2	1	COMUNICACIÓN: IMAGEN CORPORATIVA	FB	6	2	2	TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN TELEVISIVA	OB	6

3	1	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MEDIOS Y AUDIENCIAS	OB	6	3	2	EVALUACIÓN DE LA EFICACIA PUBLICITARIA	OB	6
3	1	DEONTOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	OB	6	3	2	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS AUDIOVISUALES	OB	6
3	1	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	OB	6	3	2	PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS	OB	6
3	1	TÉCNICAS DE PROPAGANDA POLÍTICA	OB	6	3	2	TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN ELECTORAL E INSTITUCIONAL	OB	6
3	1	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA IMPRESA	OB	6	3	2	TÉCNICAS DE RELACIONES PÚBLICAS	OB	6

4	1	OPINIÓN PÚBLICA	OP	6	4	2	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA EN LA WEB Y MULTIMEDIA	OB	6
4	1	TEORÍA Y TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA	OP	6	4	2	PRÁCTICAS EXTERNAS: PROYECTO PRÁCTICO PROFESIONAL (*)	OP	12
4	1	CINE Y PUBLICIDAD	OP	6	4	2	TALLER DE PRÁCTICAS PROFESIONALES (SEMINARIOS DE EXPERIENCIAS PROFESIONALES) (*)	OP	12
4	1	COMUNICACIÓN ALTERNATIVA: MEDIOS VIRTUALES Y NUEVOS SOPORTES PUBLICITARIOS	OP	6	4	2	TRABAJO DE FIN DE GRADO	OB	12
4	1	PUBLICIDAD, ARTES GRÁFICAS Y TIPOGRAFÍA	OP	6					
4	1	PUBLICIDAD INTERNACIONAL	OP	6					
4	1	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN	OB	6					
4	1	CAMPAÑAS DE IMAGEN Y DE RELACIONES PÚBLICAS	OP	6					
4	1	COMUNICACIÓN DE CRISIS	OP	6					
4	1	RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN SOLIDARIA	OP	6					
4	1	RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO	OP	6					

Optativas: A escoger un total de 36 ECTS de una oferta de doce asignaturas (84 ECTS).

(*) Prácticas externas (Proyecto Práctico Profesional) o Taller de Prácticas Profesionales: a elegir una (12 ECTS optativos).

SEM.: SEMESTRE

FB	Formación básica	OB	Obligatoria	OP	Optativa
----	------------------	----	-------------	----	----------

ORGANIZACIÓN DE LA OFERTA DE CRÉDITOS ECTS DEL PLAN DE ESTUDIOS POR MÓDULOS Y MATERIAS GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN. CAMPUS DE PONTEVEDRA				
MÓDULO	ECTS	MATERIAS	ECTS	DISTRIBUCIÓN
FUNDAMENTOS Y CONTEXTO DE LA COMUNICACIÓN	66		66	42 FORMACIÓN BÁSICA, 12 OBLIGATORIOS Y 12 OPTATIVOS
COMUNICACIÓN PUBLICITARIA	120		120	12 FORMACIÓN BÁSICA, 84 OBLIGATORIOS Y 24 OPTATIVOS
RELACIONES PÚBLICAS, COMUNICACIÓN CORPORATIVA E INSTITUCIONAL	66		66	6 FORMACIÓN BÁSICA, 36 OBLIGATORIOS Y 24 OPTATIVOS
PRÁCTICAS	24	PRÁCTICAS EXTERNAS: PROYECTO PRÁCTICO PROFESIONAL	12	24 OPTATIVOS
		TALLER DE PRÁCTICAS PROFESIONALES (SEMINARIOS DE EXPERIENCIAS PROFESIONALES)	12	
TRABAJO DE FIN DE GRADO	12	TRABAJO DE FIN DE GRADO	12	12 OBLIGATORIOS
OFERTA TOTAL ECTS	288		288	
OFERTA TOTAL ECTS (YA QUE SE DEBEN ELEGIR LAS PRÁCTICAS EXTERNAS O EL TALLER DE PRÁCTICAS PROFESIONALES)	276		276	