

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

16744 *Resolución de 6 de octubre de 2011, de la Universidad Rovira i Virgili, 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, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de Cataluña, y establecido el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 12 de noviembre de 2010 (publicado en el BOE de 16 de diciembre de 2010).

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas, que quedará estructurado según consta en el anexo I de esta resolución.

Tarragona, 6 de octubre de 2011.–El Rector, Francesc Xavier Grau Vidal.

ANEXO I**Plan de estudios del título de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Rovira i Virgili**

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.

Curso académico de implantación: 2009-10.

Resumen de las materias y distribución en créditos ECTS.

5.1 Estructura de las Enseñanzas:

Tipo de materia	Créditos ECTS
Formación básica (Fb)	60
Obligatorias (Ob)	120
Optativas (Op)	36
Prácticas externas (Ob)	12
Trabajo de fin de grado (Ob)	12
Total créditos	240

Resumen del plan de estudios:

Curso	Materia	ECTS	Asignatura	ECTS	Carácter
1	Sociología.	6	Estructura y Cambio Social.	6	Fb
1	Derecho.	6	Ordenamiento Jurídico y Sistema Político.	6	Fb
1	Psicología.	6	Introducción a la Psicología.	6	Fb
1	Comunicación.	21	Teorías de la Comunicación.	6	Fb
			Opinión Pública.	6	Fb
			Tecnología Audiovisual y de Internet.	9	Fb
1	Historia.	12	Historia del Mundo Actual.	6	Fb
			Corrientes Estéticas Contemporáneas en Comunicación.	6	Fb

Curso	Materia	ECTS	Asignatura	ECTS	Carácter
	A escoger 1 de las 2 asignaturas siguientes:				
1	Lengua.	9	Estándar Oral y Escrito de la Lengua (Catalán).	9	Fb
			Estándar Oral y Escrito de la Lengua (Castellano).	9	
2	Introducción a la Economía y a la Empresa.	9	Introducción a la Economía y a la Empresa.	9	Ob
2	Comunicación y Expresión Oral.	6	Comunicación y Expresión Oral.	6	Ob
2	Lenguaje Audiovisual.	9	Teoría y Técnica del Lenguaje Audiovisual.	9	Ob
2	Fundamentos del Periodismo.	9	Fundamentos del Periodismo.	9	Ob
2	Historia y Estructura de la Comunicación.	9	Historia y Estructura de la Comunicación.	9	Ob
2	Fundamentos de la comunicación Publicitaria y las Relaciones Públicas.	9	Fundamentos de la Comunicación Publicitaria y las Relaciones Públicas.	9	Ob
2	Diseño Gráfico y Multimedia.	9	Diseño Gráfico y Multimedia.	9	Ob
3	Creatividad Publicitaria.	9	Creatividad Publicitaria.	9	Ob
3	Técnicas de las Relaciones Públicas.	9	Técnicas de las Relaciones Públicas.	9	Ob
3	Teoría de la Imagen.	6	Teoría de la Imagen.	6	Ob
3	Derecho de la Comunicación.	6	Derecho de la Comunicación.	6	Ob
3	Técnicas de Marketing y Comunicación.	6	Técnicas de Marketing y Comunicación.	6	Ob
3	Planificación de Medios.	6	Planificación de Medios.	6	Ob
3	Comunicación e Imagen Corporativa.	6	Comunicación e Imagen Corporativa.	6	Ob
3	Dirección de Cuentas en Publicidad y Relaciones Públicas.	6	Dirección de Cuentas en Publicidad y Relaciones Públicas.	6	Ob
3	Ciudadanía.	6	Ciudadanía.	6	Ob
4	Trabajo de Fin de Grado.	12	Trabajo de Fin de Grado.	12	Ob
4	Prácticas Externas.	12	Prácticas Externas.	12	Ob
4	Materias Optativas.	36			Op

Observaciones:

El estudiante escogerá las asignaturas optativas a cursar de la oferta aprobada por la Universidad.

La Universidad establecerá los mecanismos oportunos para garantizar a los estudiantes en el plan de estudios el reconocimiento de créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.