

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

7575 *Resolución de 25 de junio de 2013, de la Universidad San Jorge, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas.*

De conformidad con lo que dispone el artículo 28 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se establece el procedimiento para la modificación de planes de estudio ya verificados, y tras haber obtenido informe en términos favorables de la ANECA a dicha solicitud, este Rectorado ha resuelto publicar la modificación del plan de estudios de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas que queda estructurado conforme figura en el anexo de esta Resolución.

Zaragoza, 25 de junio de 2013.–El Rector, Carlos Pérez Caseiras.

ANEXO

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Plan de estudios 2013

Plan de estudios (por módulo)

Módulo	Materia	Tipo (MB/ OB/OP)	Semestre	Créditos ECTS
Módulo 1: Lengua y comunicación 48 ECTS	Lengua.	MB	I	6
	Escritura creativa.	MB	II	6
	Teoría de la comunicación.	MB	II	6
	English I.	OB	II	6
	Lenguaje audiovisual.	OB	III	6
	Textos literarios modernos.	OB	V	3
	Historia de la comunicación.	MB	I	6
	Semiótica.	OB	VI	3
Módulo 2: Tecnología, diseño y cultura visual 21 ECTS	English II.	OB	IV	6
	Expresión gráfica y dibujo.	OB	IV	6
	Diseño y dirección de arte.	OB	V	6
	Arte y cultura contemporáneos.	OB	III	6
Módulo 3: Dirección responsable 36 ECTS	Fotografía publicitaria.	OB	V	3
	Innovación y empresa.	OB	VII	6
	Ética y deontología.	OB	VI	6
	Derecho de la comunicación publicitaria.	OB	V	6
	Métodos de investigación social.	OB	III	6
Módulo 4: Estructuras socioeconómicas y psicológicas de la publicidad y relaciones públicas 30 ECTS	Liderazgo y desarrollo personal.	OB	VIII	6
	Humanismo cívico.	OB	VII	6
	Historia de las ideas contemporáneas.	MB	II	6
	Economía.	MB	III	6
	Sociología aplicada.	MB	III	6
Antropología.	MB	I	6	
Psicología de la Comunicación.	MB	II	6	

Módulo	Materia	Tipo (MB/ OB/OP)	Semestre	Créditos ECTS
Módulo 5: Comunicación comercial y publicitaria 54 ECTS	Fundamentos de la Publicidad y las RR.PP.	MB	I	6
	Fundamentos del marketing.	OB	I	6
	Planificación de medios.	OB	V	6
	Marketing estratégico.	OB	VII	6
	Creatividad publicitaria.	OB	VI	6
	Estadística e Investigación de Mercados.	OB	IV	6
	Planificación estratégica publicitaria.	OB	IV	6
	Comercio electrónico.	OB	VIII	3
	Publicidad audiovisual.	OB	VI	6
	Marketing relacional.	OB	VI	3
Módulo 6: Gestión de Públicos 24 ECTS	Planificación de las RRPP.	OB	V	6
	Branding.	OB	VIII	3
	Identidad e imagen corporativa.	OB	IV	6
	Comunicación y marketing político.	OB	VI	6
	Responsabilidad social corporativa.	OB	VIII	3
Módulo 7: Estrategias Publicitarias 12 ECTS *	Publicidad interactiva.	OP	VII	3
	Retail marketing.	OP	VII	3
	Coolhunting.	OP	VIII	3
	Nuevas formas de marketing.	OP	VIII	3
Módulo 8: Comunicación Corporativa 12 ECTS *	Issues management.	OP	VII	3
	Comunicación interna.	OP	VII	3
	Media training.	OP	VIII	3
	Protocolo y gestión de eventos.	OP	VIII	3
Módulo 9: Prácticas externas 6 ECTS	Prácticas en empresas e instituciones.	OB	Anual	6
Módulo 10: Proyecto final de grado 9 ECTS	Proyecto final de grado.	OB	Anual	9
Total				240

* El alumno elige entre el módulo 7 y 8.

Plan de estudios (por curso académico)

Materia	Tipo (MB/ OB/OP)	Semestre	Créditos ECTS
<i>Primer curso</i>			
Lengua	MB	I	6
Historia de la comunicación	MB	I	6
Antropología	MB	I	6
Fundamentos de la Publicidad y las RR.PP.	MB	I	6
Fundamentos del marketing	OB	I	6
English I	OB	II	6
Teoría de la comunicación	MB	II	6
Escritura creativa	MB	II	6
Historia de las ideas contemporáneas	MB	II	6
Psicología de la Comunicación	MB	II	6
			60
<i>Segundo curso</i>			
Lenguaje audiovisual	OB	III	6
Arte y cultura contemporáneos	OB	III	6
Métodos de investigación social	OB	III	6
Economía	MB	III	6

Materia	Tipo (MB/ OB/OP)	Semestre	Créditos ECTS
Sociología aplicada	MB	III	6
English II	OB	IV	6
Expresión gráfica y dibujo	OB	IV	6
Estadística e Investigación de Mercados	OB	IV	6
Planificación estratégica publicitaria	OB	IV	6
Identidad e imagen corporativa	OB	IV	6
			60
<i>Tercer curso</i>			
Textos literarios modernos	OB	V	3
Fotografía publicitaria	OB	V	3
Derecho de la comunicación publicitaria	OB	V	6
Diseño y dirección de arte	OB	V	6
Planificación de medios	OB	V	6
Planificación de las RRPP	OB	V	6
Ética y deontología	OB	VI	6
Creatividad publicitaria	OB	VI	6
Publicidad audiovisual	OB	VI	6
Marketing relacional	OB	VI	3
Semiótica	OB	VI	3
Comunicación y marketing político	OB	VI	6
			60
<i>Cuarto curso</i>			
Innovación y empresa	OB	VII	6
Humanismo cívico	OB	VII	6
Marketing estratégico	OB	VII	6
Materias optativas	OP	Anual	12
Prácticas en empresas e instituciones	OB	Anual	6
Proyecto final de grado	OB	Anual	9
Liderazgo y desarrollo personal	OB	VIII	6
Comercio electrónico	OB	VIII	3
Responsabilidad social corporativa	OB	VIII	3
Branding	OB	VIII	3
			60
Total			240

Itinerarios optativos

Módulo	Materia	Tipo	Semestre	ECTS
Módulo 7: Estrategias Publicitarias 12 ECTS *	Publicidad interactiva.	OP	VII	3
	Retail marketing.	OP	VII	3
	Coolhunting.	OP	VIII	3
	Nuevas formas de marketing.	OP	VIII	3
Módulo 8: Comunicación Corporativa 12 ECTS *	Issues management.	OP	VII	3
	Comunicación interna.	OP	VII	3
	Media training.	OP	VIII	3
	Protocolo y gestión de eventos.	OP	VIII	3

* El alumno elige uno de los dos itinerarios.