

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

5067 *Resolución de 20 de abril de 2015, de la Universidad a Distancia de Madrid, 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 favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación y declarado el carácter oficial del Título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 26 de septiembre de 2014 (publicado en el «BOE» de 18 de octubre de 2014, por Resolución de la Secretaría General de Universidades, de 2 de octubre de 2014),

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

El plan de estudios a que se refiere la presente Resolución quedará estructurado conforme figura en el Anexo de la misma.

Collado Villalba, 20 de abril de 2015.–El Rector, José Andrés Sánchez Pedroche.

ANEXO**ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS**

El Título de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA) comprende 240 créditos ECTS repartidos de la siguiente forma:

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS*Grado en Publicidad y Relaciones Públicas*

Tipo de materia	Créditos ECTS
Formación básica	60
Obligatorias	150
Optativas	24
Trabajo fin de grado	6
Total	240

Las asignaturas que componen los 60 créditos de formación básica, según lo establecido en el Anexo de la Orden ECI/3854/2007, de 27 de diciembre, por la que se establecen los requisitos para la verificación de los títulos, se detallan a continuación en una tabla con los siguientes contenidos:

Asignatura	Rama de Conocimiento	Materia	Créditos ECTS
Lengua Española.	Artes y Humanidades.	Lengua.	6
Teoría de la Comunicación Social.	Ciencias Sociales y Jurídicas.	Comunicación.	6
Sociología General.	Ciencias Sociales y Jurídicas.	Sociología.	6
Introducción al Derecho.	Ciencias Sociales y Jurídicas.	Derecho.	6
Tecnología y Gestión de la Información y del Conocimiento.	Ingeniería y Arquitectura.	Informática.	6
Introducción a la Economía.	Ciencias Sociales y Jurídicas.	Economía.	6

Asignatura	Rama de Conocimiento	Materia	Créditos ECTS
Estadística.	Ciencias Sociales y Jurídicas.	Estadística.	6
Comunicación Escrita.	Ciencias Sociales y Jurídicas.	Comunicación.	6
Introducción a la Psicología de la Comunicación.	Ciencias Sociales y Jurídicas.	Psicología.	6
Marketing y Globalización.	Ciencias Sociales y Jurídicas.	Comunicación.	6
Total créditos ECTS			60

Las asignaturas que componen los 150 créditos de formación obligatoria se detallan a continuación en la siguiente tabla:

Asignatura	Módulo	Créditos ECTS
Teoría de la Publicidad.	Teoría, Estructura y Organización Publicitaria y de las Relaciones Públicas.	6
Fundamentos de las Relaciones Públicas.	Teoría, Estructura y Organización Publicitaria y de las Relaciones Públicas.	6
Publicidad y Manifestaciones Culturales.	Publicidad, Relaciones Públicas y Sociedad.	6
Creatividad en Comunicación.	Teoría, Estructura y Organización Publicitaria y de las Relaciones Públicas.	6
Narrativa Audiovisual.	Fundamentos Comunicativos para la Publicidad y las Relaciones Públicas.	6
Lenguaje Publicitario.	Teoría, Estructura y Organización Publicitaria y de las Relaciones Públicas.	6
Comunicación Institucional.	Procesos y Técnicas de las Relaciones Públicas.	6
Fundamentos de la Comunicación en el Entorno Digital.	Comunicación y Nuevas Tecnologías.	6
Fundamentos del Diseño Gráfico.	Procesos de Creación Publicitaria.	6
Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas.	Publicidad, relaciones públicas y sociedad.	6
Creatividad Publicitaria I: Redacción.	Procesos de Creación Publicitaria.	6
Publicidad Audiovisual.	Procesos de Creación Publicitaria.	6
Empresa Publicitaria y de las Relaciones Públicas.	Teoría, Estructura y Organización Publicitaria y de las Relaciones Públicas.	6
Planificación de Medios Publicitarios.	Investigación, Planificación y Compra de Medios y Soportes Publicitarios.	6
Gestión de Eventos y Protocolo.	Procesos y Técnicas de las Relaciones Públicas.	6
Investigación en Medios Digitales.	Investigación, Planificación y Compra de Medios y Soportes Publicitarios.	6
Creatividad Publicitaria II: Dirección de Arte.	Procesos de Creación Publicitaria.	6
Identidad Corporativa.	Procesos y Técnicas de las Relaciones Públicas.	6
Opinión Pública.	Fundamentos Comunicativos para la Publicidad y las Relaciones Públicas.	6
Investigación de Mercados.	Investigación, Planificación y Compra de Medios y Soportes Publicitarios.	6

Asignatura	Módulo	Créditos ECTS
Estructura de la Comunicación.	Fundamentos Comunicativos para la Publicidad y las Relaciones Públicas.	6
Redes sociales y Community Management.	Procesos y Técnicas de las Relaciones Públicas.	6
Grupos de Presión y Persuasión.	Procesos y Técnicas de las Relaciones Públicas.	6
Derecho de la Publicidad.	Publicidad, Relaciones Públicas y Sociedad.	6
Taller de Publicidad y Relaciones Públicas.	Taller de Publicidad y Relaciones Públicas.	6
Total créditos ECTS		150

A estas asignaturas obligatorias hay que sumar el Trabajo Fin de Grado, con 6 créditos ECTS, también de carácter obligatorio.

Las asignaturas optativas, de carácter multidisciplinar más las Prácticas Externas, son las siguientes:

Materias optativas de carácter multidisciplinar y prácticas externas

Asignaturas	Módulo	Créditos ECTS
Dirección de Cuentas.	Formación Multidisciplinar.	6
Gestión de Portavoces y Relaciones Institucionales.	Formación Multidisciplinar.	6
Diseño y Gestión de Campañas Online y Offline.	Formación Multidisciplinar.	6
Comunicación Política.	Formación Multidisciplinar.	6
Marketing Estratégico.	Formación Multidisciplinar.	6
Propaganda Política.	Formación Multidisciplinar.	6
Psicología Económica.	Formación Multidisciplinar.	6
Literatura y Creación Literaria.	Formación Multidisciplinar.	6
Movimientos Artísticos y Tendencias Estéticas.	Formación Multidisciplinar.	6
Inglés.	Formación Multidisciplinar.	6
Fotografía Publicitaria.	Formación Multidisciplinar.	6
Comunicación Televisiva.	Formación Multidisciplinar.	6
Comunicación Radiofónica.	Formación Multidisciplinar.	6
Historia de la Comunicación Social.	Formación Multidisciplinar.	6
Historia del Cine.	Formación Multidisciplinar.	6
Documentación Informativa.	Formación Multidisciplinar.	6
Teoría de la Comunicación Interpersonal.	Formación Multidisciplinar.	6
Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	6

Para cursar las asignaturas de materias optativas, en cada curso académico la universidad hará una oferta suficiente de asignaturas que permitan a todos sus estudiantes superar los 24 créditos ECTS previstos para las mismas.

Asimismo, los estudiantes, de conformidad con lo establecido en la normativa vigente, podrán solicitar el reconocimiento de un máximo de 6 créditos en materias optativas por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.

Explicación general de la planificación de estudios

Como paso previo a describir en detalle el plan de estudios y facilitar la comprensión del mismo, y siguiendo la recomendación de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), se incluye a continuación una explicación sobre la manera en la que se van a estructurar las enseñanzas.

Así mismo, antes de desarrollar la planificación de las enseñanzas, conviene aclarar que la estructura del plan de estudios se presenta desglosada por módulos, en la forma establecida por la Orden ECI/3854/2007, de 27 de diciembre, por la que se establecen los requisitos para la verificación de los títulos, y en la medida que sea aplicable tal como permite el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, así como la «Guía de Apoyo para la Elaboración de la Memoria de Solicitud de Verificación de Títulos Oficiales» diseñada por la ANECA. En concreto, esta guía aconseja distinguir entre las unidades administrativas de matrícula (asignaturas) y las unidades académicas de enseñanza-aprendizaje (que pueden expresarse en términos de módulos o materias). Al mismo tiempo, se recomienda no desarrollar el modelo de ordenación de las enseñanzas en términos demasiado detallados, que puedan dificultar la realización de pequeños ajustes y mejoras una vez implantado el título. Atendiendo a estas recomendaciones, aunque se ha partido del módulo como unidad básica de planificación de las enseñanzas, al mismo tiempo se ha tratado de concretar lo más posible los contenidos formativos del plan de estudios, según las diferentes asignaturas que forman los conjuntos de las materias de formación básica y de las materias obligatorias, con su correspondiente carga en créditos ECTS.

En consonancia con las ideas anteriores, las actividades formativas, la metodología de enseñanza y aprendizaje y los sistemas de evaluación se refieren siempre a los módulos correspondientes, procurando proporcionar información suficientemente específica para facilitar la verificación del título propuesto, pero sin concretar aquellos detalles que deberán ser objeto de un desarrollo posterior, en las guías académicas y en los programas de las asignaturas.

La totalidad de las materias básicas, que sirven para que el estudiante alcance un nivel adecuado, que le permita comprender y asimilar las materias de los cursos sucesivos, se imparten en el primer curso, por tanto, su distribución temporal queda ajustada a lo que señalan la Orden ECI/3854/2007 y el Real Decreto 1393/2007.

Junto a las materias básicas (60 ECTS), se ha establecido un total de 150 créditos (incluido el Taller de Publicidad y Relaciones Públicas) de materias de carácter obligatorio.

Las materias optativas desglosadas por asignaturas, se pueden cursar a partir del primer semestre del tercer curso, buscando que su aprendizaje capacite al estudiante para el desempeño de los perfiles profesionales perseguidos en este Grado.

Finalmente, en el cuarto año se incluye el Taller de Publicidad y Relaciones Públicas, que se compone de 6 créditos, y el Trabajo Fin de Grado (TFG) con otros 6 créditos ECTS. Ambas materias permiten al estudiante consolidar las habilidades y destrezas, prácticas y técnicas, que deben adquirir los alumnos en su capacitación como profesionales de la publicidad y las relaciones públicas en los distintos ámbitos de actuación. Para lograr los objetivos marcados para los estudios de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se presentan a continuación los módulos (y su distribución en créditos) en que se agrupan todas las materias del plan de estudios.

Del total de asignaturas optativas ofertadas, diecisiete (102 créditos ECTS), el estudiante deberá cursar únicamente cuatro de ellas (24 créditos ECTS).

Distribución del Plan por cursos y semestres (unidad temporal), créditos (ECTS), carácter básico, obligatorio u optativo

La siguiente tabla presenta la composición del plan de estudios y su organización temporal por semestres y asignaturas, estructurado en cuatro años. Cada curso

académico consta de un total de 10 asignaturas (60 créditos ECTS); a su vez, dichas asignaturas se dividen en dos semestres por curso, de modo que el estudiante puede obtener hasta 30 créditos en cada semestre:

Denominación	Carácter	ECTS	Denominación	Carácter	ECTS
Primer curso. Primer semestre			Primer curso. Segundo semestre		
Teoría de la Publicidad.	Obligatoria.	6	Fundamentos de las Relaciones Públicas.	Obligatoria.	6
Teoría de la Comunicación Social.	Básica.	6	Creatividad en Comunicación.	Obligatoria.	6
Lengua Española.	Básica.	6	Marketing y Globalización.	Básica.	6
Introducción a la Economía.	Básica.	6	Introducción al Derecho.	Básica.	6
Tecnologías y Gestión de la Información y del Conocimiento.	Básica.	6	Comunicación Escrita.	Básica.	6
Total primer curso, primer semestre		30	Total primer curso, segundo semestre		30
Segundo curso. Primer semestre			Segundo curso. Segundo semestre		
Sociología General.	Básica.	6	Estadística.	Básica.	6
Introducción a la Psicología de la Comunicación.	Básica.	6	Empresa Publicitaria y de las Relaciones Públicas.	Obligatoria.	6
Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas.	Obligatoria.	6	Investigación de Mercados.	Obligatoria.	6
Narrativa Audiovisual.	Obligatoria.	6	Fundamentos del Diseño Gráfico.	Obligatoria.	6
Comunicación Institucional.	Obligatoria.	6	Lenguaje Publicitario.	Obligatoria.	6
Total segundo curso, primer semestre		30	Total segundo curso, segundo semestre		30
Tercer curso. Primer semestre			Tercer curso. Segundo semestre		
Creatividad Publicitaria I: Redacción.	Obligatoria.	6	Publicidad y Manifestaciones Culturales.	Obligatoria.	6
Publicidad Audiovisual.	Obligatoria.	6	Creatividad Publicitaria II: Dirección de Arte.	Obligatoria.	6
Fundamentos de la Comunicación en el Entorno Digital.	Obligatoria.	6	Identidad Corporativa.	Obligatoria.	6
Planificación de Medios Publicitarios.	Obligatoria.	6	Opinión Pública.	Obligatoria.	6
Optativa 1.	Optativa.	6	Optativa 2.	Optativa.	6
Total tercer curso, primer semestre		30	Total tercer curso, segundo semestre		30
Cuarto curso. Primer semestre			Cuarto curso. Segundo semestre		
Estructura de la Comunicación.	Obligatoria.	6	Derecho de la Publicidad.	Obligatoria.	6
Redes Sociales y Community Management.	Obligatoria.	6	Investigación en Medios Digitales.	Obligatoria.	6
Grupos de Presión y Persuasión.	Obligatoria.	6	Optativa 4.	Optativa.	6
Gestión de Eventos y Protocolo.	Obligatoria.	6	Trabajo Fin de Grado.	Obligatoria.	6
Optativa 3.	Optativa.	6	Taller de Publicidad y Relaciones Públicas.	Obligatoria.	6
Total cuarto curso, primer semestre		30	Total cuarto curso, segundo semestre		30
Total del grado					
					240