

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

2449 *Resolución de 14 de enero de 2021, de la Universidad Europea de Madrid, por la que se publica el plan de estudios de Graduado o Graduada en Publicidad.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Fundación para el Conocimiento madrid+d, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo de Consejo de Ministros de 5 de octubre de 2018, por el que se establece el carácter oficial de determinados títulos de Grado y su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (publicado en el BOE de 21 de diciembre de 2018, por Resolución de 26 de noviembre de 2018, de la Secretaría General de Universidades),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Grado en Publicidad por la Universidad Europea de Madrid quedando el plan de estudios estructurado según consta en esta Resolución.

Villaviciosa de Odón, 14 de enero de 2021.–La Rectora, Elena Gazapo Carretero.

**PLAN DE ESTUDIOS DEL TÍTULO DE GRADO EN PUBLICIDAD POR LA
UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID**

Estructura de créditos del plan de estudios	ECTS
Materias Básicas.	60
Materias Obligatorias (excepto Prácticas y Trabajo Fin de Grado).	75
Materias Optativas.	90
Prácticas Profesionales/Externas.	6
Trabajo Fin de Grado.	9
Créditos totales.	240

Módulo	Materias	Curso	Carácter	Cr_ECTS	Org_temporal
Fundamentos de la Comunicación y la Publicidad.	Teoría de la Comunicación.	1.º	Básica.	6	Semestre 1.
	Historia de la publicidad.	1.º	Obligatoria.	3	Semestre 1 y 2.
	Ecosistema publicitario.	1.º	Obligatoria.	3	Semestre 1 y 2.
	Retórica y oratoria.	1.º	Obligatoria.	6	Semestre 2.
	Pensamiento creativo.	1.º	Básica.	6	Semestre 1.
	Comunicación Persuasiva.	1.º	Básica.	6	Semestre 2.
	Procesos de trabajo en agencias de publicidad.	2.º	Básica.	6	Semestre 3.
	Psicosociología del consumidor.	2.º	Obligatoria.	6	Semestre 4.
	Legislación Profesional.	2.º	Obligatoria.	3	Semestre 4.
	Medios, soportes y formatos.	2.º	Básica.	6	Semestre 3.

Módulo	Materias	Curso	Carácter	Cr_ECTS	Org_temporal
Marketing.	Fundamentos de marketing.	1.º	Básica.	6	Semestre 2.
	Neuromarketing.	3.º	Optativa.	6	Semestre 5.
	Marketing Digital.	3.º	Optativa.	6	Semestre 6.
	Retail marketing (shopper marketing).	4.º	Optativa.	6	Semestre 8.
	Marketing directo y promocional.	4.º	Optativa.	6	Semestre 7.
Comunicación Corporativa.	Comunicación corporativa.	1.º	Básica.	6	Semestre 2.
	Dirección de Comunicación.	3.º	Optativa.	6	Semestre 5.
	Comunicación en vivo (organización de eventos).	4.º	Optativa.	3	Semestre 7.
	Eventos y patrocinios.	3.º	Optativa.	3	Semestre 6.
	Relaciones Públicas e Institucionales.	4.º	Optativa.	6	Semestre 7.
Tecnologías de la Comunicación.	Edición y diseño gráfico.	1.º	Obligatoria.	6	Semestre 1.
	Tecnología Audiovisual.	1.º	Obligatoria.	6	Semestre 1.
	Fotografía y artes visuales.	1.º	Obligatoria.	6	Semestre 2.
	Edición y diseño gráfico 2.	2.º	Obligatoria.	6	Semestre 3 y 4.
	Edición de vídeo.	2.º	Obligatoria.	3	Semestre 4.
	Big data y procesamiento de datos.	3.º	Optativa.	6	Semestre 5.
	Diseño y programación on-line.	3.º	Optativa.	6	Semestre 6.
	Edición de vídeo 2.	3.º	Optativa.	6	Semestre 6.
	Fotografía publicitaria.	4.º	Optativa.	6	Semestre 8.
	Diseño de usabilidad (UX).	4.º	Optativa.	6	Semestre 7.
	Postproducción de vídeo.	4.º	Optativa.	6	Semestre 7.
	Infografía y visualización de datos.	4.º	Optativa.	3	Semestre 7.
Creatividad.	Storytelling (narrativa trasmedia).	2.º	Básica.	6	Semestre 3 y 4.
	Nuevas tendencias artísticas en publicidad.	2.º	Obligatoria.	6	Semestre 3.
	Producción publicitaria (digital, audiovisual, gráfica).	3.º	Optativa.	6	Semestre 5.
	Neurocreatividad.	3.º	Optativa.	3	Semestre 5.
	Identidad visual corporativa.	3.º	Optativa.	6	Semestre 5.
	Copy.	3.º	Optativa.	6	Semestre 5.
	Dirección de Arte.	3.º	Optativa.	6	Semestre 5.
	Laboratorio de creatividad.	3.º	Optativa.	6	Semestre 6.
	Portfolio.	4.º	Optativa.	6	Semestre 8.
	Dirección de Arte 2 (packaging, promocional y directo).	4.º	Optativa.	6	Semestre 8.
Laboratorio de creatividad digital.	4.º	Optativa.	6	Semestre 7.	

Módulo	Materias	Curso	Carácter	Cr_ECTS	Org_temporal
Estrategia.	Estrategia de marca.	2.º	Básica.	6	Semestre 3.
	Estrategia Publicitaria.	2.º	Básica.	6	Semestre 4.
	Planificación de medios.	3.º	Optativa.	6	Semestre 5.
	Dirección de Cuentas.	3.º	Optativa.	6	Semestre 5.
	Laboratorio de Estrategia I.	3.º	Optativa.	6	Semestre 6.
	Innovación y emprendimiento.	3.º	Optativa.	6	Semestre 5 y 6.
	Investigación de tendencias.	4.º	Optativa.	6	Semestre 7.
	Laboratorio de estrategia II.	4.º	Optativa.	3	Semestre 8.
	Laboratorio de medios.	4.º	Optativa.	3	Semestre 8.
	Modelos de negocios digitales.	4.º	Optativa.	6	Semestre 7.
Desarrollo Competencial.	Ética y eficacia profesional.	2.º	Obligatoria.	6	Semestre 4.
	Métodos de investigación social.	3.º	Obligatoria.	3	Semestre 6.
	Influencia e impacto relacional.	3.º	Obligatoria.	6	Semestre 5 y 6.
	Liderazgo emprendedor.	4.º	Obligatoria.	6	Semestre 7 y 8.
	Actividades Universitarias.	4.º	Optativa.	6	Semestre 7 y 8.
Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado.	4.º	TFG.	9	Semestre 7 y 8.
Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	3.º	Prácticas.	6	Semestre 7 y 8.