

su opinión de que las estipulaciones del presente Convenio no determinarán alza de precios.

Disposición especial.—Los empleados de las Cajas de Ahorro ratifican su adhesión y respeto a sus respectivas Instituciones y se comprometen a intensificar su esfuerzo y entusiasmo laboral para coadyuvar con la máxima productividad al esplendor y pujanza del ahorro nacional.

Asimismo renuevan su profunda convicción en el espíritu de justicia social de estas Instituciones, en la virtualidad y preponderancia económica de las Cajas de Ahorro como factor esencial del desarrollo económico para la contribución a la grandeza nacional.

Disposiciones varias.—Para la aplicación, interpretación, vigilancia y mejor cumplimiento de las estipulaciones del Convenio se crea una Comisión compuesta por cuatro Vocales en representación de las Entidades y otros cuatro en representación del personal, que se reunirá bajo la presidencia del que lo es del Sindicato.

Corresponderá a esta Comisión examinar y resolver, en vía previa a la administrativa y jurisdiccional, cualquier cuestión que suscite la aplicación del Convenio.

Condiciones superiores.—Las Instituciones que tienen establecidas condiciones más beneficiosas a las fijadas por Reglamentación y Convenios las respetarán, y considerarán la posibilidad, de acuerdo con las circunstancias del momento y las necesidades de la Obra Benéfico-Social y Cultural, de incrementar las percepciones económicas de sus empleados en cuantía aproximada del 15 por 100, siendo absorbibles en su aplicación las mejoras que voluntariamente se hayan concedido durante el periodo de 1 de enero de 1963 a 31 de diciembre de 1964.

MINISTERIO DE INFORMACION Y TURISMO

ORDEN de 31 de julio de 1965 por la que se aprueba el plan definitivo de estudios de la Escuela Oficial de Publicidad.

Ilustrísimos señores:

El Reglamento de la Escuela Oficial de Publicidad, centro docente que depende y forma parte integrante del Instituto Nacional de Publicidad, fué aprobado por Orden ministerial de 24 de agosto de 1964. En el artículo 34 de dicho Reglamento se hacía constar el carácter provisional del plan de estudios de dicha Escuela, habida cuenta de la necesidad de que la misma iniciara su labor y de que, una vez adquirida la experiencia necesaria y establecidos los oportunos contrastes, se pudiera llegar a la fijación de un plan de estudios definitivo y que respondiese a las verdaderas exigencias y necesidades de la formación profesional de los Técnicos de Publicidad.

En consecuencia, con tales propósitos se han analizado los planes de estudios de la misma especialidad vigentes en otros países, se han tenido en cuenta las normas y orientaciones contenidas en el programa elaborado por la Comisión de Publicidad de la Cámara de Comercio Internacional en su reunión del 21 de mayo de 1965, han sido examinadas con todo detenimiento las sugerencias formuladas por los profesionales de la actividad publicitaria y, en especial, por los miembros del Consejo Asesor de la Escuela Oficial de Publicidad, y se ha elaborado un plan de estudios definitivo cuyas líneas maestras son el logro de una formación cíclica, la reducción al mínimo indispensable de las materias de carácter genérico, la selección de las disciplinas que tienden a proporcionar la formación más completa posible dentro del vasto campo de la especialidad, y la atención a las clases prácticas, seminarios y trabajos en equipo hechos por los alumnos.

En su virtud, he tenido a bien disponer:

Artículo 1.º Se aprueba el plan de estudios de la Escuela Oficial de Publicidad que a continuación se inserta, y que pasará a formar parte integrante del Reglamento de dicho Centro docente.

Art. 2.º Las enseñanzas de la Escuela Oficial de Publicidad, previstas en el artículo 34 del Reglamento de dicha Escuela,

aprobado por Orden ministerial de 24 de agosto de 1964, se desarrollarán en tres cursos o años académicos con sujeción al plan de estudios que figura como anejo a la presente Orden.

Art. 3.º Queda derogado el anejo «Plan provisional de estudios» al Reglamento de la Escuela Oficial de Publicidad aprobado por la Orden ministerial citada en el artículo anterior.

Lo digo a VV. II. para su conocimiento y efectos.

Dios guarde a VV. II. muchos años.

Madrid, 31 de julio de 1965.

FRAGA IRIBARNE

Ilmos. Sres. Subsecretario de Información y Turismo y Director del Instituto Nacional de Publicidad.

PLAN DE ESTUDIOS DE LA ESCUELA OFICIAL DE PUBLICIDAD

1. PRIMER CURSO

Primer cuatrimestre

Introducción a la Publicidad.
Elementos de Sociología.
El arte y sus estilos.
Teoría económica.
Estructura económica nacional.
Introducción al Derecho.
Matemáticas aplicadas a la Publicidad.
Inglés.
Francés o alemán.

Segundo cuatrimestre

Historia de la Publicidad.
Elementos de Psicología.
Arte comercial.
Economía de la empresa.
Estructura económica internacional.
Derecho publicitario.
Estadística aplicada a la Publicidad.
Inglés.
Francés o alemán.

2. SEGUNDO CURSO

Primer cuatrimestre

Técnicas de planificación publicitaria.
Técnicas de los medios publicitarios (prensa, exterior, directa, diversos).
Organización y funciones de la Agencia de Publicidad.
Investigación de mercados.
Análisis de motivaciones.
Técnica de composición del anuncio.
Clases prácticas (trabajos en equipo).
Inglés.
Francés o alemán.

Segundo cuatrimestre

Marketing.
Técnicas de los medios publicitarios (cine, radio, televisión).
Estructuración profesional de la Publicidad.
Análisis de mercados.
Semántica aplicada a la Publicidad.
Las artes gráficas.
Clases prácticas (trabajos en equipo).
Inglés.
Francés o alemán.

3. TERCER CURSO

Primer cuatrimestre

Planificación y desarrollo de la campaña de Publicidad.
Concepto, teoría y técnica de las relaciones públicas.
Técnica de redacción publicitaria.
Técnica de creación publicitaria.
Técnicas de medición de eficacia de la Publicidad.
Deontología.
Clases prácticas (trabajos en equipo).
Inglés.
Francés o alemán.

Segundo cuatrimestre

Estudio crítico de campañas.
 Relaciones públicas y de Publicidad.
 Técnica de ilustración publicitaria.
 Técnicas audiovisuales.
 Técnicas de medición de eficacia de la Publicidad.
 Ética publicitaria.
 Clases prácticas (trabajos en equipo).
 Inglés.
 Francés o alemán.

4. ENSEÑANZAS COMPLEMENTARIAS

Para la más completa eficacia de los estudios señalados en los números anteriores, será menester completarlos con una serie de conferencias, seminarios, visitas, viajes y experiencias que doten a los alumnos de la Escuela Oficial de Publicidad de los conocimientos prácticos adecuados para completar su formación. A tal efecto, la Escuela Oficial de Publicidad redactará cada año su plan de tales actividades y procurará, además, facilitar a sus alumnos la realización de periodos de prácticas, mediante un sistema de gestiones con Empresas prestigiosas del sector publicitario, hechas a través de la Oficina de Relaciones Públicas del Instituto Nacional de Publicidad.

ORDEN de 6 agosto de 1965 por la que se crean los Premios Nacionales de Turismo para Estaciones de Servicio en carretera.

Ilustrísimo señor:

El desplazamiento a través de nuestras carreteras, incrementado notablemente por el crecimiento incesante del turismo tanto nacional como extranjero, pone de manifiesto la conveniencia de dedicar una atención preferente a las estaciones de servicio, en orden a su correcto funcionamiento, ornato y adecuadas instalaciones. Para el logro de esos fines parece conveniente establecer los oportunos estímulos, recompensando a quienes destacan en esta línea de fomento del turismo.

En su virtud, he tenido a bien disponer:

Artículo 1.º Se crean los Premios Nacionales de Turismo para Estaciones de Servicio en carretera, con objeto de recompensar su correcto funcionamiento, ornato y adecuadas instalaciones.

Art. 2.º Los premios tendrán carácter anual e indivisible y estarán dotados de la siguiente forma:

Un primer premio de 100.000 pesetas y dos accésits de 50.000 pesetas cada uno.

Art. 3.º Los premios serán convocados durante el segundo semestre de cada año y serán discernidos en el último trimestre del año siguiente.

Art. 4.º Los premios serán otorgados a la vista de los datos, informaciones y elementos de juicio que el Jurado encargado de discernirlos estime suficientes.

Art. 5.º El Jurado se integrará por los siguientes miembros:

Presidente: Ilmo. Sr. Subsecretario de Turismo.

Vicepresidente: Ilmo. Sr. Director general de Empresas y Actividades Turísticas.

Vocales: Ilmos. Sres. Delegados provinciales del Ministerio de Información y Turismo de las zonas afectadas, un representante del Real Automóvil Club de España, otro del Sindicato de Transportes y el Jefe de la Sección de Transportes del Ministerio de Información y Turismo

Art. 6.º Tendrán particular relevancia, a efectos de la concesión de los premios, las siguientes circunstancias:

1. Rapidez y amabilidad en el servicio.
2. Adaptación de las construcciones a las condiciones del paisaje y al tipismo de la región.
3. Esmerada limpieza de los servicios sanitarios y de aseo, cuyo funcionamiento habrá de ser absolutamente correcto.
4. Ornamentación de las estaciones, tanto en lo que se refiere a su aspecto externo como al interno.
5. Existencia de taller y venta de accesorios, de modo que puedan realizarse pequeñas reparaciones en los vehículos, y
6. Existencia de servicios complementarios, como cafeterías, restaurantes, venta de productos típicos, piscina u otros análogos.

DISPOSICION FINAL

Quedan convocados los Premios Nacionales de Turismo para Estaciones de Servicio correspondientes al año 1966 que, en su primera edición, se aplicarán, exclusivamente, a las que se hallen enclavadas en las siguientes carreteras, todas ellas incluidas en la Red Esmeralda:

- E 3—De Irún a Burgos.
- E 25—De Burgos a Algeciras.
- E 26—De Algeciras a Málaga.
- E 103—De Málaga a Motril.
- E 4—De La Junquera a Barcelona.

Lo que comunico a VV. II. para su conocimiento y efectos. Dios guarde a VV. II. muchos años.
 Madrid, 6 de agosto de 1965.

FRAGA IRIBARNE

Ilmos. Sres. Subsecretario de Información y Turismo, Subsecretario de Turismo y Director general de Empresas y Actividades Turísticas.

II. Autoridades y Personal

NOMBRAMIENTOS, SITUACIONES E INCIDENCIAS

PRESIDENCIA DEL GOBIERNO

DECRETO 2333/1965, de 14 de agosto, por el que se dispone el nombramiento como Subcomisario del Plan de Desarrollo Económico y Social de don Tomás Allende y García-Baxter.

A propuesta del Ministro Subsecretario de la Presidencia del Gobierno y previa deliberación del Consejo de Ministros en su

reunión del día trece de agosto de mil novecientos sesenta y cinco,

Vengo en nombrar Subcomisario del Plan de Desarrollo Económico y Social a don Tomás Allende y García-Baxter.

Así lo dispongo por el presente Decreto, dado en La Coruña a catorce de agosto de mil novecientos sesenta y cinco.

FRANCISCO FRANCO

El Ministro Subsecretario de la Presidencia del Gobierno,
 LUIS CARRERO BLANCO