

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre,

Este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación del acuerdo del Consejo de Universidades, que literalmente se transcribe:

«Este Consejo, por acuerdo de su Comisión Académica de fecha 18 de septiembre de 1997, ha resuelto homologar el plan de estudios objeto de este expediente, estructurado como figura en el anexo que se adjunta.»

Alicante, 13 de octubre de 1997.—El Rector, Andrés Pedreño Muñoz.

UNIVERSIDAD

ALICANTE

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/ diversifica la materia troncal (3)	Créditos Anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Teóricos	Prácticos		
1		Análisis del Entorno Social y de su Evolución Histórica		8T + 1A	7T	1T + 1A	Profundización en las realidades del mundo Contemporáneo en sus dimensiones política, económica y social. Evolución histórica.	070 Ciencia Política y de Administración 450 Historia Contemporánea 470 Hª del Derecho y las Instituciones Hª del Pensamiento y Movimientos Sociales y Políticos 480 Hª e Instituciones Económicas 775 Sociología
	1/1		Historia del Mundo Contemporáneo I	4T + 0.5A	3.5T	0.5T + 0.5A		
	2/2		Estructura Social	4T + 0.5A	3.5T	0.5T + 0.5A		
1		Comunicación e Información Escrita		12T	6T	6T	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios impresos y electrónicos.	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad 675 Periodismo
	1/1		Comunicación e Información Escrita	6T	3T	3T		
	1/2		Análisis y expresión en comunicación e información escritas	6T	3T	3T		
1		Comunicación e Información Audiovisual		12T	6T	6T	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad 675 Periodismo
	2/1		Comunicación e Información Audiovisual	6T	3T	3T		
	2/2		Análisis y expresión en comunicación e información audiovisuales	6T	3T	3T		
1	2/2	Documentación Informativa	Documentación Informativa	6T	3T	3T	Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación.	040 Biblioteconomía y Documentación 105 Comunicación Audiovisual y Publicidad 675 Periodismo
1		Lengua		8T + 1A	4T + 1A	4T	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española o de la Lengua Catalana, a elección del alumno.	330 Lengua Española 325 Filología Catalana
	1/2		Lengua Española I / Lengua Catalana I	4T + 0.5A	2T + 0.5 A	2T		
	2/1		Lengua Española II / Lengua Catalana II	4T + 0.5A	2T + 0.5 A	2T		

1. MATERIAS TRONCALES							
Ciclo	Curso	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/ diversifica la materia troncal (3)	Créditos Anuales			Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos	Prácticos	
1		Publicidad y Relaciones Públicas		12T	6T	6T	Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.
	1/1		Introducción a la Publicidad	6T	3T	3T	
	2/1		Introducción a las Relaciones Públicas	6T	3T	3T	
1		Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información		10+2A	8T	2T + 2A	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.
	1/1		Bases Psicosociales de la Comunicación	5T + 1A	4T	1T + 1A	
	1/2		Historia General de la Comunicación Social	5T + 1A	4T	1T + 1A	
2		Creatividad Publicitaria		10T+0.5A	5T + 0.5A	5T	Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.
	3/1		Creatividad Publicitaria I	6T	3T	3T	
	3/2		Creatividad Publicitaria II	4T + 0.5A	2T+0.5A	2T	
2		Planificación y Medios Publicitarios		10T+2A	5T + 1A	5T + 1A	Análisis de Audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.
	4/1		Introducción a la investigación de Medios Publicitarios	5T + 1A	3	3	
	3/2		Estrategia, conceptualización y redacción del Mensaje Público	5T + 1A	3	3	
2		Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas		10T+2A	5T + 1A	5T + 1A	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias y de relaciones públicas: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores.
	3/1		Influencia social	5T + 1A	3	3	
	4/2		Sistemas y procesos en Publicidad y en las Relaciones Públicas	5T + 1A	3	3	
2		Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas		10T+0.5A	5T + 0.5A	5T	Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas.
	4/1		Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas I	6T	3T	3T	
	4/2		Teoría y Técnicas de las Rel. Públicas II	4T + 0.5A	2T+0.5A	2T	

2. MATERIAS OBLIGATORIAS							
Ciclo	Curso (2)	Denominación (3)	Créditos Anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a área de conocimiento (5)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1	1/1	Sociología	4,5	3	1,5	Análisis de las dimensiones básicas de la vida social y sus procesos.	775 Sociología
1	1/1	Introducción a la Economía	6	4	2	Introducción a los mecanismos básicos del equilibrio económico, tanto a nivel de mercado como de conjunto.	Fundamentos del Análisis Económico
1	1/1	Derecho de la Publicidad	4,5	3	1,5	Estudio de la normativa legal internacional, nacional y autonómica relativa a la actividad publicitaria.	Derecho Mercantil
1	1/2	Comunicación Global	6	4	2	Estudio teórico-práctico de los distintos procesos de comunicación en el ámbito de las organizaciones.	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad
1	1/2	Historia del Mundo Contemporáneo II	4,5	3	1,5	Ampliación del estudio de la evolución histórica del mundo contemporáneo.	480 Historia e Instituciones Económicas
1	1/2	Deontología de la publicidad y de las Relaciones Públicas	4,5	3	1,5	Bases éticas que deben regular la actividad publicitaria y las relaciones públicas, más allá del marco legal.	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad
1	1/2	Técnicas de Investigación Social.	6	4	2	Conocimiento y dominio de la metodología elemental de las Ciencias Sociales y de sus técnicas de investigación.	775 Sociología
1	2/1	Semiótica de la Comunicación de Masas	6	4	2	Estudio de los elementos, formas procesos y estructuras signicas en el ámbito de la comunicación de masas. Cultura de masas y creación de mitos.	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad
1	2/1	Técnicas cualitativas de Investigación Social	6	4	2	Observación, entrevista, grupo de discusión y análisis de contenido.	775 Sociología
1	2/2	Introducción al Marketing	6	4	2	El mercado. La demanda y el consumidor. Estrategias comerciales de producto, precio, distribución y promoción..	095 Comercialización e Investigación de Mercados
1	2/2	Lenguaje Publicitario	6	4	2	Descripción y análisis de los discursos publicitarios. Incidencia del discurso publicitario en los medios y en el ámbito de los discursos sociales. Perspectivas metodológicas y de investigación.	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad
2	3/1	Imagen y Publicidad	6	4	2	Análisis del componente icónico-iconográfico del manifiesto publicitario.	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad
2	3/1	Sociolingüística	6	4	2	Descripción y explicación de la covariación de los hechos lingüísticos y sociales.	--- Lingüística General
2	3/1	Semiótica de la Publicidad	4,5	3	1,5	Análisis de las estructuras signicas del manifiesto publicitario.	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad

2. MATERIAS OBLIGATORIAS

Ciclo	Curso (2)	Denominación (3)	Créditos Anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a área de conocimiento (5)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
2	3/2	Imagen Corporativa	6	4	2	Estudio teórico-práctico de la identidad corporativa de las organizaciones. La gestión estratégica de la imagen corporativa.	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad
2	3/2	Sociología de la Comunicación de Masas	6	4	2	Relación entre el mundo de la comunicación y la información desde la perspectiva sociológica: clase social y acceso a los medios, instituciones, profesionales, audiencias, contenidos. Comunicación y socialización.	775 Sociología
2	3/2	Elaboración de Textos Publicitarios	4,5	3	1,5	Estudio teórico-práctico de los procesos de elaboración y construcción de textos publicitarios.	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad
2	4/1	Realización y Producción en Medios Impresos	6	3	3	Realización y producción de mensajes publicitarios en los distintos medios impresos.	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad
2	4/1	Diseño Publicitario	4,5	3	1,5	Fundamentos de composición, forma y color. Introducción a los sistemas de representación.	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad ---- Dibujo
2	4	Practicum	9		9	Trabajo de investigación bajo la dirección de un profesor de la áreas de conocimiento correspondientes.	095 Comercialización e Investigación de Mercados 105 Comunicación Audiovisual y Publicidad 775 Sociología
2	4/2	Narrativa Audiovisual Aplicada	6	3	3	Estudio teórico-práctico de los contenidos y formas de expresión del relato audiovisual en los mensajes publicitarios	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad
2	4/2	Realización y Producción en Medios Audiovisuales	6	3	3	Realización y Producción de mensajes publicitarios en los distintos medios audiovisuales	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad

2. MATERIAS OPTATIVAS

Ciclo	Curso (2)	Denominación (3)	Créditos Anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a área de conocimiento (5)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1		Movimientos Artísticos Contemporáneos	4,5	3	1,5	Análisis y evolución de las manifestaciones artísticas desde mediados del s. XIX, con especial atención a sus relaciones con la comunicación y los mass-media.	--- Historia del Arte
1		Historia de la Publicidad	4,5	3	1,5	Evolución histórica de la actividad publicitaria desde sus orígenes: manifestaciones, tendencias, corrientes ...	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad
1		Estadística Descriptiva Aplicada a la Publicidad	4,5	3	1,5	Conocimiento de las herramientas estadísticas básicas para el desarrollo de las materias de marketing, planificación de medios e investigación de audiencias.	--- Estadística e Investigación Operativa
2		Conducta del consumidor y Gestión Comercial	4,5	3	1,5	Modelos globales de comportamiento del consumidor. Influencia del entorno sobre el comportamiento del consumidor. Desarrollo de actitudes. Formación de preferencias. Satisfacción del consumidor. Estrategias de la empresa para la solución de problemas del consumidor.	095 Comercialización e Investigación de Mercados
2		Patrocinio y Mecenazgo	4,5	3	1,5	Técnicas de comunicación "por acontecimientos" en el marco de la comunicación cultural y publicitaria.	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad
2		Comunicación política y propaganda	4,5	3	1,5	Procesos y construcción de la comunicación política. Formas directas e indirectas de la propaganda. Campañas electorales.	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad
2		Investigación de mercados	4,5	3	1,5	Proceso de investigación comercial. Técnicas cualitativas y cuantitativas de recogida de información. Cuestionario. Test de audiencias	095 Comercialización e Investigación de mercados
2		Organización y Dirección del Gabinete de Comunicación	4,5	3	1,5	Estudio de la organización y de los procesos de dirección específicos de un gabinete de comunicación	105 Comunicación Audiovisual y Publicidad
1		Español Técnico	4,5	2	2,5	Descripción de la variedad científico-técnica en los aspectos relacionados con la morfología, la sintaxis y el léxico	--- Lengua Española
1		Valencià Tècnic	4,5	2	2,5	Descripción de la variedad científico-técnica de la lengua y aplicación a los aspectos morfológicos, sintácticos y léxicos.	--- Filología Catalana
2		Sociología del Consumo	4,5	3	1,5	La sociedad de consumo. Análisis sociológico de la estructura y cambio en los comportamientos de los consumidores. Estilos de vida	775 Sociología
2		Comportamiento político	4,5	3	1,5	Análisis de las estructuras electorales contemporáneas en relación con los procesos de cambio social y político.	775 Sociología
1		Análisis de textos	4,5	2	2,5	Análisis y composición de textos y documentos en lengua española o lengua catalana, a elección del alumno. Usos instrumentales. Tipología de textos.	--- Lengua Española --- Filología Catalana
2		Marketing político y electoral	4,5	3	1,5	Relación de intercambio: producto ofertado y voto solicitado. Estrategias de marketing político. Encuestas electorales.	095 Comercialización e investigación de mercados.
2		El cartel publicitario	4,5	2,5	2	Estudio teórico-práctico de las técnicas que configuran el cartel. Historia del cartelismo.	105 Comunicación audiovisual y publicidad.

ANEXO 3: ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD DE ALICANTE

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCTENTE A LA OBTENCION DEL TITULO OFICIAL DE

(1) Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas

2. ENSEÑANZAS DE

Primer y Segundo

CICLO (2)

3. CENTRO UNIVERSITARIO RESPONSABLE DE LA ORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIOS

(3) FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES (LEY 29/1979, DE 30 DE OCTUBRE)

4. CARGA LECTIVA GLOBAL

300

CREDITOS (4)

Distribución de los créditos

Ciclo	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CREDITOS LIBRE CONFIGURACION (5)	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
I CICLO	1º	39	36	0	0		75
	2º	33	24	9	9		75
II CICLO	3º	22,5	33	9	9		73,5
	4º	22,5	31,5	9	13,5		76,5
		117	124,5	27	31,5		300

(1) Se indicará lo que corresponda.

(2) Se indicará lo que corresponda según el art. 4.º del R.D. 1497/87 (de 1.º ciclo; de 1.º y 2.º ciclo; de sólo 2.º ciclo) y las previsiones del R.D. de directrices generales propias del título que se trata.

(3) Se indicará el Centro Universitario, con expresión de norma de creación del mismo o de la decisión de la Administración correspondiente por la que se autoriza la impartición de las enseñanzas por dicho Centro.

(4) Dentro de los límites establecidos por el R.D. de directrices generales propias de los planes de estudio del título de que se trata.

(5) Al menos el 10% de la carga lectiva "global".