

24708 RESOLUCIÓN de 30 de octubre de 2002, de la Universidad «Rovira i Virgili», por la que se establece el plan de estudios de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Homologado por el Consejo de Universidades por acuerdo de la Comisión Académica, de fecha 26 de noviembre de 2001, el plan de estudios de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas de esta Universidad, de conformidad con lo previsto en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987 («Boletín Oficial del Estado» de 14 de diciembre), se procede a su publicación, el cual queda configurado como figura en el anexo de esta Resolución. Los efectos de su implantación son a partir del curso 2001-2002.

Tarragona, 30 de octubre de 2002.—El Rector, Lluís Arola i Ferrer.

ANEXO 2-A Contenido de Plan de estudios.

UNIVERSIDAD	ROVIRA I VIRGILI - Tarragona
PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE	
LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	

I. MATERIAS TRONCALES

Cicl	Curs	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Téoricos	Práct./C. lnicos		
I	1	Análisis del entorno social y de su evolución histórica	Historia del Mundo Actual	12 (8T+4A)	9	3	Profundización en las realidades del mundo contemporáneo, en sus dimensiones política, económica y social. Evolución histórica	- Ciencia Política y de la Administración - Historia Contemporánea - Historia del Derecho y de las Instituciones - Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos - Historia e Instituciones Económicas - Sociología
			Historia de la política internacional en la época contemporánea	6 (4T+2A)	4,5	1,5		
I	1	Comunicación e Información Audiovisual	Tecnología audiovisual y de la red	24 (12T+12A)	12	12	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales	- Comunicación Audiovisual y Publicidad - Periodismo
			Teoría y Técnica del Lenguaje Audiovisual (Radio y TV)	12 (6T+6A)	6	6		
			Géneros Informativos Escritos y Audiovisuales I	16,5 (12T+4,5A)	7,5	9		
I	2	Comunicación e Información Escrita	Géneros Informativos Escritos y Audiovisuales I	4,5 (3T+1,5A)	1,5	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos	- Comunicación Audiovisual y Publicidad - Periodismo
			Géneros Informativos Escritos y Audiovisuales II	13 (9T+4A)	6	6		

ANEXO 2-A Contenido de Plan de estudios.

UNIVERSIDAD

ROVIRA I VIRGILI - Tarragona

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

I. MATERIAS TRONCALES

Cicl	Curs	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos	Prácticos		
I	3	Documentación Informativa	- Documentación Informativa	6 (6T)	3	3	Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación	- Biblioteconomía y Documentación - Comunicación Audiovisual y Publicidad - Periodismo
I		Lengua		12 (8T+4A)	6	6	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española o de la otra lengua oficial propia de la Comunidad Autónoma donde radique la Universidad, a elección del alumno	- Filología Catalana - Lengua Española
	1		- Estándar escrito de la lengua catalana	6 (4T+2A)	3	3		
	1		- Estándar oral de la lengua catalana	6 (4T+2A)	3	3		
	1		- Estándar escrito de la lengua española	6 (4T+2A)	3	3		
	1		- Estándar oral de la lengua española	6 (4T+2A)	3	3		
I	3	Publicidad y Relaciones Públicas	- Publicidad y Relaciones Públicas	12 (12T)	6	6	Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas	- Comunicación Audiovisual y Publicidad

ANEXO 2-A Contenido de Plan de estudios.

UNIVERSIDAD

ROVIRA I VIRGILI - Tarragona

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

I. MATERIAS TRONCALES

Cicl	Curs	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos	Prácticos		
I	2	Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información	- Teorías de la Información I	10,5 (10T+0,5)	7,5	3	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica	- Comunicación Audiovisual y Publicidad - Periodismo - Psicología Social - Sociología
	1		- Historia de la Comunicación	4,5 (4T+0,5A)	3	1,5		
				6	4,5	1,5		
II	4	Creatividad publicitaria	- Creatividad Publicitaria	12 (10T+2A)	6	6	Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación	- Comunicación Audiovisual y Publicidad
				12 (10T+2A)	6	6		

ANEXO 2-A Contenido de Plan de estudios.

UNIVERSIDAD

ROVIRA I VIRGILI - Tarragona

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES

Cicl	Curs	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos	Practic./c. línico/s		
II	4	Planificación y Medios Publicitarios	- Planificación publicitaria y Medios publicitarios de	12 (10T+2A)	6	6	Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria	Comercialización e Investigación de Mercados Comunicación Audiovisual y Publicidad Sociología
			- Investigación de Mercados	6 (5T+1A)	3	3		
II	5	Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas	- Estructura de la Comunicación Publicitaria	24 (10T+14A)	12	12	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	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo Psicología Social Sociología
			- Formas de Marketing y Publicidad I	12 (6T+6A)	6	6		
			- Formas de Marketing y Publicidad II	6 (2T+4A)	3	3		
	5		- Formas de Marketing y Publicidad II	6 (2T+4A)	3	3		

ANEXO 2-A Contenido de Plan de estudios.

UNIVERSIDAD

ROVIRA I VIRGILI - Tarragona

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES

Cicl	Curs	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos	Practic./c. línico/s		
II	4	Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas	- Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas	12 (10T+2A)	6	6	Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo Psicología Social Sociología
			- Publicidad y Relaciones Públicas en el ámbito local	6 (5T+1A)	3	3		
	5			6 (5T+1A)	3	3		

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD **ROVIRA I VIRGILI Tarragona**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)**

Cicl	Curs	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
			Totales	Teóricos	Práct./clín.		
I	1	Estructura de la comunicación	6	4,5	1,5	Definición y análisis de las formas en las que se estructuran las relaciones entre los diversos sujetos protagonistas de la comunicación de masas a diversos niveles geográficos (local, estatal, autonómico, internacional...)	- Comunicación Audiovisual y Publicidad - Periodismo
I	1	Teoría y Práctica de la Redacción y la Locución	12	3	9	Introducción a la teoría y la práctica de los procesos básicos que capacitan para la redacción y la locución de textos específicos para distintos medios de comunicación	- Comunicación Audiovisual y Publicidad - Periodismo
I	2	Estrategias discursivas en los medios de comunicación	4,5	1,5	3	Estudio de la lengua de los medios de comunicación y de las estrategias y recursos discursivos propios de cada género	- Filología Catalana - Lengua Española

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD **ROVIRA I VIRGILI Tarragona**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)**

Cicl	Curs	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
			Totales	Teóricos	Práct./clín.		
I	2	Teorías de la Información II	4,5	3	1,5	Análisis de la investigación desarrollada desde los distintos paradigmas en los aspectos básicos del proceso de comunicación	- Comunicación Audiovisual y Publicidad - Periodismo - Psicología Social - Sociología
I	3	Diseño Multimedia I	4,5	1,5	3	Introducción al estudio de las técnicas y procesos de diseño y composición propios de la comunicación multimedia	- Comunicación Audiovisual y Publicidad - Periodismo
I	2	Diseño gráfico y Composición visual	4,5	1,5	3	Estudio de las técnicas y procesos de composición visual que permiten la materialización de la información y los mensajes publicitarios en soportes impresos	- Comunicación Audiovisual y Publicidad - Periodismo
I	2	Introducción a la creatividad publicitaria	4,5	1,5	3	Aproximación a la teoría y práctica del proceso creativo y su aplicación a la elaboración del mensaje publicitario	- Comunicación Audiovisual y Publicidad - Periodismo

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD **ROVIRA I VIRGILI Tarragona**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)**

Cicl	Curs	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
			Totales	Teóricos	Práct./clín.		
I	3	Imagen Corporativa	6	4,5	1,5	Análisis de las técnicas y los procesos de definición, comunicación y gestión de la propia imagen utilizados por las empresas	- Comunicación Audiovisual y Publicidad - Periodismo
I	3	Prácticas externas I	4,5		4,5	Parte de la formación práctica del alumnado adquirida a través del conocimiento por observación participante de las rutinas productivas en distintas empresas de comunicación	- Comunicación Audiovisual y Publicidad - Periodismo
II	4	Métodos cuantitativos en investigación social	6	1,5	4,5	Estudio de los métodos y técnicas cuantitativas de investigación social. Distribución, concentración y dispersión de frecuencias. Técnicas de muestreo y tratamiento estadístico de las encuestas	- Sociología - Psicología Social
II	5	Prácticas externas II	6		6	Parte de la formación práctica del alumnado adquirida a través del conocimiento por observación participante de las rutinas productivas en distintas empresas de publicidad y relaciones públicas	- Comunicación Audiovisual y Publicidad - Periodismo

(1) Libremente incluidas por la Universidad en el plan de estudios como obligatorias para el alumno

(2) La especificación por cursos es opcional para la Universidad

(3) Libremente decidida por la Universidad

ANEXO 2-C Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD **ROVIRA I VIRGILI - Tarragona**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)**

DENOMINACIÓN	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO
	Totales	Teóric.	Práct./clín.		
Retórica, argumentación y comunicación (I)	6	4,5	1,5	Estudio de las operaciones de organización y expresión del pensamiento en la comunicación pública. Análisis de los procedimientos discursivos y argumentativos	Filología Latina Filología Griega Filología Catalana Lengua Española Literatura Española Lingüística General
Pensamiento político contemporáneo (I)	6	4,5	1,5	Descripción de los elementos teóricos que informan al pensamiento político contemporáneo y los efectos éticos y sociales que de ellos se derivan	Historia contemporánea Sociología Historia del pensamiento y de los movimientos sociales y políticos
Políticas de Comunicación (I)	6	4,5	1,5	Estudio del impacto que las diversas normas ejercen sobre la estructuración y desarrollo del ecosistema comunicativo en diversos ámbitos (local, estatal, europeo, americano...)	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo
Opinión Pública (I)	4,5	3	1,5	Análisis de la formación de la conciencia colectiva ante un hecho social y de la formación de opinión desde las bases sociales y como resultado de la publicidad y la propaganda	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo Sociología

Créd totales

51

opt. (1)

- por ciclo

I/

II/

- curso

21

30

ANEXO 2-C Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD **ROVIRA I VIRGILI - Tarragona**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCTENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créd totales opt. (1)		51	
				- por ciclo		I/	II/
				- curso		21	30
DENOMINACIÓN	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO		
	Totales	Teóric.	Práct. /clín.				
Historia del Audiovisual (I)	4,5	3	1,5	Estudio y análisis evolutivo de la conformación del audiovisual como industria cultural, desde los orígenes cinematográficos (1895) y radiotelevisivos (años 20) hasta nuestros días	Comunicación Audiovisual y Publicidad Historia del Arte Periodismo		
La lengua de los medios audiovisuales (I)	4,5	3	1,5	Estudio del uso de todas las posibilidades de un idioma en el proceso de creación del mensaje audiovisual para su adecuación a distintas realidades sociales y culturales	Comunicación Audiovisual y Publicidad Filología Catalana Lengua Española		
Fotoperiodismo (I)	6	3	3	Teoría y práctica de la función y producción de la fotografía en medios escritos	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo		

ANEXO 2-C Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD **ROVIRA I VIRGILI - Tarragona**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCTENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créd totales opt. (1)		51	
				- por ciclo		I/	II/
				- curso		21	30
DENOMINACIÓN	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO		
	Totales	Teóric.	Práct. /clín.				
Globalización, Economía y cambios sociales (I)	6	4,5	1,5	Análisis crítico del fenómeno de la globalización: sus raíces económicas, los cambios sociales asociados a ella y su vinculación con lo local	Historia contemporánea Sociología Antropología Social		
Deontología profesional (Periodismo y Publicidad) (I)	4,5	3	1,5	Estudio del código deontológico que rige a la profesión periodística y a la profesión publicitaria en Cataluña y España. Comparación con otros países	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo Filosofía		
Comunicación y Cultura (I)	6	4,5	1,5	Códigos culturales y códigos de comunicación. Lengua, sociedad y cultura. Sistemas clasificatorios y visión del mundo. Los sistemas simbólicos	Antropología Social		
Animación Audiovisual (I)	6	3	3	Marco teórico y fundamentos prácticos para el conocimiento del proceso de producción de la animación audiovisual	Comunicación Audiovisual y Publicidad		
Teoría y crítica del film (I)	4,5	3	1,5	Aproximación histórica a las diferentes teorías fílmicas y su aplicación crítica al análisis de films (en medios especializados y generalistas)	Comunicación Audiovisual y Publicidad Historia del Arte		

ANEXO 2-C Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD ROVIRA I VIRGILI - Tarragona

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créd totales opt.(1)	51	
				- por ciclo	I/21	II/30
				- curso		
DENOMINACIÓN	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO	
	Totales	Teóric.	Práct./clín.			
Comunicación de Crisis y de Riesgo (I)	6	3	3	Teoría y práctica de las formas comunicativas empleadas para afrontar empresarial e institucionalmente una situación de crisis o de riesgo así como la preparación de campañas informativas	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo	
Taller de Gabinetes de Comunicación (I)	4,5	1,5	3	Experimentación y práctica guiada sobre las rutinas productivas de funcionamiento de un Gabinete de Comunicación	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo	
Conflictos territoriales (I)	6	4,5	1,5	Estudio de las nociones básicas relacionadas con los conflictos derivados de la pugna por los usos del territorio, los recursos escasos y el deterioro y la contaminación medioambientales. Análisis de casos del entorno geográfico	Geografía Física Geografía Humana Análisis Geográfico Regional	
Comunicación no verbal (I)	6	4,5	1,5	Principios teóricos básicos y aplicación de la comunicación no verbal, en especial a las distintas formas de comunicación mediada y comunicación publicitaria	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo Lingüística General Filología Catalana Lengua Española	

ANEXO 2-C Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD ROVIRA I VIRGILI - Tarragona

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créd totales opt.(1)	51	
				- por ciclo	I/21	II/30
				- curso		
DENOMINACIÓN	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO	
	Totales	Teóric.	Práct./clín.			
Industrias culturales (II)	6	4,5	1,5	Estudio de la génesis, evolución y estructura de las industrias culturales como productoras y gestoras de bienes simbólicos	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo	
Taller de Música aplicada a la Publicidad (II)	6	3	3	Análisis de la evolución y resultados de las aplicaciones musicales a la publicidad en radio, TV y cine	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo Música	
Ortotipografía (II)	6	4,5	1,5	Estudio de los recursos propios de la escritura tipográfica para la redacción de originales y la edición de textos	Filología Catalana Lengua Española	
Tecnología de la Comunicación y Sociedad (II)	6	4,5	1,5	Análisis de la interacción de los diferentes actores y fuerzas sociales que influyen en los procesos de generación, difusión y usos sociales de las tecnologías de la comunicación	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo Sociología Antropología Social	

ANEXO 2-C Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD ROVIRA I VIRGILI - Tarragona

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créd totales opt.(1)	51
				- por ciclo	I/ II/
				- curso	21 30
DENOMINACIÓN	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO
	Totales	Teóric.	Práct. /clín.		
Vídeo empresarial e institucional (II)	6	3	3	Teoría y práctica del vídeo como forma de comunicación de las empresas e instituciones para reforzar su imagen y dar a conocer su propia organización y funcionamiento	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo
Comunicación Política (II)	6	4,5	1,5	Análisis de las técnicas, las estrategias y los actores que intervienen en la actividad comunicativa de las organizaciones e instituciones políticas y los procesos electorales	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo
Gestión del Patrimonio Cultural (II)	6	3	3	Teoría y práctica de las formas de gestión del Patrimonio Cultural	Comunicación Audiovisual y Publicidad Prehistoria Arqueología Historia del Arte

ANEXO 2-C Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD ROVIRA I VIRGILI - Tarragona

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créd totales opt.(1)	51
				- por ciclo	I/ II/
				- curso	21 30
DENOMINACIÓN	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO
	Totales	Teóric.	Práct. /clín.		
Lenguaje publicitario y construcción social de la realidad (II)	6	4,5	1,5	Fundamentos teóricos y aproximación crítica al lenguaje publicitario y su papel activo en la construcción social de la realidad	Comunicación Audiovisual y Publicidad Filología Catalana Lengua Española
Psicología de la percepción (II)	6	4,5	1,5	Análisis de la aportación de la Psicología al estudio de la percepción y su aplicación a la comunicación audiovisual y la publicidad	Psicología Básica
Sociología del consumo (II)	6	4,5	1,5	Análisis y estudio evolutivo del consumo como práctica social reflejo de la propia estructuración de la sociedad en clases	Sociología Antropología Social
Taller de creatividad (II)	6	3	3	Experimentación y práctica guiada sobre las rutinas productivas y el proceso creativo que desemboca en la elaboración de mensajes publicitarios	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo

ANEXO 2-C Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD ROVIRA I VIRGILI - Tarragona

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créd totales opt.(1)		
				- por ciclo	I/ 21	II/ 30
				- curso		
DENOMINACIÓN	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO	
	Totales	Teóric.	Práct./clín.			
Teoría de la Imagen (II)	6	4,5	1,5	Análisis crítico de la imagen fija y la imagen secuencial: estructuras espaciales, estructuras temporales, la perspectiva, la percepción del movimiento ...	Comunicación Audiovisual y Publicidad Historia del Arte	
Tradición literaria y Publicidad (II)	6	4,5	1,5	Reescritura de tramas narrativas y significados consolidados de la tradición literaria con nuevas interpretaciones connotativas aplicadas a la Publicidad	Filología Latina Filología Griega Literatura Española Filología Catalana Filología Francesa Filología Inglesa Filología Alemana	
Patrocinio y mecenazgo (II)	6	4,5	1,5	Promoción del patrimonio cultural: pasado, presente y futuro	Comunicación Audiovisual y Publicidad Historia del Arte Derecho Civil Derecho Administrativo	
Conservación del material audiovisual (II)	6	3	3	Estudio de los criterios y procesos operativos de intervención en la protección y restauración de las obras audiovisuales	Historia del Arte	

ANEXO 2-C Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD ROVIRA I VIRGILI - Tarragona

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créd totales opt.(1)		
				- por ciclo	I/ 21	II/ 30
				- curso		
DENOMINACIÓN	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A AREAS DE CONOCIMIENTO	
	Totales	Teóric.	Práct./clín.			
Dirección de Arte (II)	6	4,5	1,5	Estudio de la forma de presentar gráficamente ideas publicitarias en medios impresos y electrónicos	Comunicación Audiovisual y Publicidad Historia del Arte	
Fotografía publicitaria (II)	6	3	3	Principios básicos de la técnica fotográfica aplicada a la comunicación publicitaria	Comunicación Audiovisual y Publicidad	
Cine y Publicidad (II)	6	4,5	1,5	Análisis de la evolución y resultados estéticos, ideológicos y empresariales del encuentro entre las industrias culturales cinematográfica y publicitaria	Comunicación Audiovisual y Publicidad Historia del Arte	
Diseño Multimedia II (II)	6	3	3	Profundización en el dominio de las técnicas y procesos de diseño y composición propios de la comunicación multimedia	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo	

ANEXO 2-C Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD ROVIRA I VIRGILI - TARRAGONA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créd totales opt. (1)	51	
				- por ciclo	I/21	II/30
				- curso		
DENOMINACIÓN	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO	
	Totales	Teóric.	Fráct. /clín.			
Historia de los movimientos artísticos contemporáneos (II)	6	4,5	1,5	Análisis de las principales tendencias y movimientos artísticos contemporáneos	Historia del Arte	
Derecho de la Publicidad (II)	6	4,5	1,5	Derecho de la Publicidad, Derecho de la competencia desleal y Derecho del consumo	Derecho Mercantil Derecho Civil Derecho Administrativo Derecho Constitucional	
Empresa publicitaria tradicional y on-line (II)	6	4,5	1,5	Teoría y práctica de la estructura, organización y políticas gestoras de la empresa publicitaria, tradicional y on-line	Comunicación Audiovisual y Publicidad	
Estudios en el Marco de Convenios Internacionales (II)	6	4,5	1,5	Créditos obtenidos al cursar asignaturas en otras Universidades como ampliación de procesos de intercambio de estudiantes	Comunicación Audiovisual y Publicidad	

- (1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclo o curso.
 (2) Se mencionará entre paréntesis, tras la denominación de la optativa, el curso o ciclo que corresponda si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso o ciclo.
 (3) Librementemente decidida por la Universidad.

ANEXO 3: ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD: ROVIRA I VIRGILI - Tarragona

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

(1) LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

2. ENSEÑANZAS DE PRIMER Y SEGUNDO CICLO CICLO (2)

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

(3) FACULTAD DE LETRAS

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	42	18				60
	2º	21	18	15	6		60
	3º	30	15	9	6		60
II CICLO	1º	30	6	18	6		60
	2º	30	6	12	12		60

(1) Se indicará lo que corresponda.

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

(3) Se indicará el Centro Universitario, con expresión de la norma de creación del mismo o de la dirección 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 estudios del título de que se trata.

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

5. SE EXIGE TRABAJO O PROYECTO FIN DE CARRERA, O EXAMEN O PRUEBA GENERAL NECESARIA PARA OBTENER EL TITULO NO (6)

6. SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CREDITOS A:

(7) SÍ NO PRACTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PUBLICAS O PRIVADAS, ETC.

TRABAJOS ACADEMICAMENTE DIRIGIDOS E INTEGRADOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS

SÍ NO ESTUDIOS REALIZADOS EN EL MARCO DE CONVENIOS INTERNACIONALES SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD

OTRAS ACTIVIDADES

- EXPRESION, EN SU CASO, DE LOS CREDITOS OTORGADOS: Prácticas Externas: 20 h / 1 crédito
Estudios en el Marco de Convenios Internacionales: 10 h / 1 crédito

- EXPRESION DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8): Prácticas Externas I: 4,5 créditos (obligatoria);
Prácticas Externas II: 6 créditos (obligatoria); Estudios en el Marco de Convenios Internacionales: 6 créditos (optativa)

7. AÑOS ACADÉMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN, POR CICLOS: (9)

- 1º CICLO 3 AÑOS

- 2º CICLO 2 AÑOS

8. DISTRIBUCION DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO.

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEORICOS	PRACTICOS/ CLINICOS
1º	60		
2º	60	45	15
3º	60	45	15
4º	60	45	15
5º	60	45	15

(6) Sí o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En caso afirmativo, se consignarán los créditos en el precedente cuadro de distribución de los créditos de la carga lectiva global.

(7) Sí o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En el primer caso se especificará la actividad a la que se otorgan créditos por equivalencia.

(8) En su caso, se consignará "materias troncales", "obligatorias", "optativas", "trabajo fin de carrera", etc., así como la expresión del número de horas atribuido, por equivalencia, a cada crédito, y el carácter teórico o práctico de éste.

(9) Se expresará lo que corresponda según lo establecido en la directriz general segunda del R.D. de directrices generales propias del título de que se trate.

II. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. La Universidad deberá referirse necesariamente a los siguientes extremos:
 - a) Régimen del acceso al 2º ciclo. Aplicable sólo al caso de enseñanzas de 2º ciclo o al 2º ciclo de enseñanzas de 1º y 2º ciclo, teniendo en cuenta lo dispuesto en los artículos 5º y 8º del R.D. 1497/87.
 - b) Determinación, en su caso de la ordenación temporal en el aprendizaje, fijando secuencias entre materias o asignaturas o entre conjuntos de ellas (artículo 9º, 1.R.D. 1497/87).
 - c) Período de escolaridad mínimo, en su caso (artículo 9º, 2, 4º R.D. 1497/87).
 - d) En su caso, mecanismos de convalidación y/o adaptación al nuevo plan de estudios para los alumnos que vinieran cursando el plan antiguo (artículo 11 R.D. 1497/87).
2. Cuadro de asignación de la docencia de las materias troncales áreas de conocimiento. Se cumplimentará en el supuesto a) de la Nota (5) del Anexo 2-A.
3. La Universidad podrá añadir las aclaraciones que estime oportunas para acreditar el ajuste del plan de estudios a las previsiones del R.D. de directrices generales propias del título de que se trate (en especial, en lo que se refiere a la incorporación al mismo de las materias y contenidos troncales y de los créditos y áreas de conocimiento correspondientes según lo dispuesto en dicho R.D.), así como especificar cualquier decisión o criterio sobre la organización de su plan de estudios que estime relevante. En todo caso, estas especificaciones no constituyen objeto de homologación por el Consejo de Universidades.
6. Ordenación temporal de las asignaturas: por semestres
7. Especificaciones particulares del Plan de Estudios:
 1. La docencia de las materias troncales se asigna a las áreas de conocimiento según se especifica en el R.D. 1386/1991 que establece las directrices propias del Título de Publicidad y Relaciones Públicas.
 2. Tal como prevé el R.D. 1497/1987 de directrices generales comunes, para los Planes de estudio de dos ciclos, la carga lectiva se sitúa entre 60 y 90 créditos por año, y cumple, en total, el requisito mínimo de 300 créditos.
 3. En lo que hace referencia a los créditos de libre elección, se considera el número mínimo del 10%, que resulta ser 30.
 4. Los créditos asignados a cada una de las asignaturas se dividen en teóricos y prácticos de acuerdo con los porcentajes marcados por la ley.
 5. Las asignaturas optativas que ofrece este Plan de Estudios se activarán periódicamente.
 6. Contenido concreto del Plan de Estudios: La distribución particularizada de las materias troncales, las obligatorias de Universidad y las optativas tal y como sigue:

MATERIAS TRONCALES				
Cl.	Curso/Período	Materia	Asignatura	Cr.
I	1/1 1/2	Análisis del entorno social y de su evolución histórica contemporánea	Historia del Mundo Actual Historia de la política internacional en la época contemporánea	6 6
I	1/A 2/A	Comunicación e Información Audiovisual	Tecnología audiovisual y de la red Teoría y técnica del Audiovisual (Radio y TV)	12 12
I	2/2 3/A	Comunicación e Información Escrita	Géneros Informativos Escritos y Audiovisuales I Géneros Informativos Escritos y Audiovisuales II	4,5 12
I	3/1	Documentación Informativa	Documentación Informativa	6
I	1/1 1/2	Lengua	Estándar escrito de la Lengua Catalana Estándar oral de la Lengua Catalana	6 6
I	1/1 1/2	Lengua	Estándar escrito de la Lengua Española Estándar oral de la Lengua Española	6 6
I	3/A	Publicidad y Relaciones Públicas	Publicidad y Relaciones Públicas	12
I	2/1 1/1	Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información	Teorías de la Información I Historia de la Comunicación	4,5 6
II	4/A	Creatividad publicitaria	Creatividad publicitaria	12
II	4/2 5/2	Planificación y Medios Publicitarios	Planificación publicitaria y Medios publicitarios Medios publicitarios Investigación de Mercados	6 6
II	5/A 4/2 5/1	Sistemas y Procesos de la Publicidad y las Relaciones Públicas	Estructura de la comunicación publicitaria Formas de Marketing y Below the Line I Formas de Marketing y Below the Line II	12 6 6
II	4/1 5/1	Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas	Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas Publicidad y Relaciones Públicas en el ámbito local	6 6

MATERIAS OBLIGATORIAS			
Cl.	Curso/Período	Materia	Cr.
I	1/2	Estructura de la comunicación	6
I	1/A	Teoría y Práctica de la Redacción y de la Locución	12
I	2/1	Estrategias discursivas en los medios de comunicación	4,5
I	2/2	Teorías de la Información II	4,5
I	3/1	Diseño Multimedia I	4,5
I	2/2	Diseño gráfico y composición visual	4,5
I	2/1	Introducción a la creatividad publicitaria	4,5
I	3/2	Imagen Corporativa	6
I	3/2	Prácticas externas I	4,5
II	4/1	Métodos cuantitativos investigación social	6
II	5/2	Prácticas externas II	6

MATERIAS OPTATIVAS			
Cl.	Curso/Período	Materia	Cr.
I		Retórica, argumentación y comunicación	6
I		Pensamiento político contemporáneo	6
I		Políticas de Comunicación	6
I		Opinión Pública	4,5
I		Historia del Audiovisual	4,5
I		La lengua de los medios audiovisuales	4,5
I		Animación Audiovisual	6
I		Fotoperiodismo	6
I		Deontología profesional (Periodismo y Publicidad)	4,5
I		Comunicación y Cultura	6
I		Teoría y Crítica del film	4,5
I		Globalización, Economía y Cambios Sociales	6
I		Comunicación de crisis y de riesgo	6
I		Taller de Gabinetes de comunicación	4,5
I		Conflictos Territoriales	6
I		Comunicación no verbal	6

MATERIAS OPTATIVAS			
Cl.	Curso/Período	Materia	Cr.
II		Comunicación Política	6
II		Gestión del Patrimonio Cultural	6
II		Historia de los movimientos artísticos contemporáneos	6
II		Derecho de la Publicidad	6
II		Empresa publicitaria tradicional y on-line	6
II		Estudios en el marco de convenios internacionales	6

La distribución de períodos se ajusta a lo establecido, dado que no se impartirán simultáneamente más de seis asignaturas.

MATERIAS OPTATIVAS			
Cl.	Curso/Período	Materia	Cr.
II		Lenguaje publicitario y construcción social de la realidad	6
II		Psicología de la percepción	6
II		Sociología del consumo	6
II		Taller de creatividad	6
II		Teoría de la Imagen	6
II		Tradicción literaria y Publicidad	6
II		Patrocinio y Mecenazgo	6
II		Conservación del material audiovisual	6
II		Diseño Multimedia II	6
II		Cine y Publicidad	6
II		Dirección de Arte	6
II		Fotografía publicitaria	6
II		Industrias culturales	6
II		Taller de Música aplicada a la Publicidad	6
II		Ortotipografía	6
II		Tecnología de la comunicación y sociedad	6
II		Video Empresarial e Institucional	6