

2094 RESOLUCIÓN de 16 de enero de 2003, de la Universidad de Murcia, por la que se hace público el plan de estudios conducente a la obtención del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, y el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, por el que se establecen directrices generales comunes de los planes de estudios de los títulos universitarios de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional,

Este Rectorado, una vez homologado por la Comisión Académica del Consejo de Coordinación Universitaria en su reunión del día 16 de diciembre de 2002, ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas de esta Universidad, que quedará estructurado conforme figura en el anexo y que tendrá efectos desde su impartición.

Murcia, 16 de enero de 2003.—El Rector, José Ballesta Germán.

ANEXO 2-A. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

MURCIA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS 2º CICLO

| 1. MATERIAS TRONCALES | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------|---|--|----------------------|----------|---------------------|--|--|
| Ciclo | Curso (1) | Denominación (2) | Asignaturas 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 /clínicos | | |
| 2 | 2 | Creatividad publicitaria | Creatividad publicitaria | 10T+2A | 5T+1A | 5T+1A | 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. |
| 2 | 1 | Planificación y medios publicitarios | 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. | Comercialización e Investigación de Mercados. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Sociología. |
| 2 | 2 | Sistemas y procesos de la publicidad y de las relaciones públicas | Sistemas y procesos de la publicidad y de las relaciones públicas I | 5T+1A | 2,5T+1A | 2,5T | Investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias y de relaciones públicas. Transformaciones e influencia en el ámbito publicitario y comunicativo de los contextos sociológicos. | Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo. Psicología Social. Sociología. |
| 2 | 2 | Sistemas y procesos de la publicidad y de las relaciones públicas | Sistemas y procesos de la publicidad y de las relaciones públicas II | 5T+1A | 2,5T+1A | 2,5T | Descripción 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. |

ANEXO 2-A. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

MURCIA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS 2º CICLO

| 1. MATERIAS TRONCALES | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------|--|--|----------------------|----------|---------------------|---|--|
| Ciclo | Curso (1) | Denominación (2) | Asignaturas 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 /clínicos | | |
| 2 | 1 | Teoría y técnicas de las relaciones públicas | Teoría y técnicas de las relaciones públicas I | 5T+1A | 2,5T+1A | 2,5T | Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas. Procesos psicológicos de persuasión social. Interacción e influencia social. | Psicología Social. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo. Sociología. |
| 2 | 1 | Teoría y técnicas de las relaciones públicas | Teoría y técnicas de las relaciones públicas II | 5T+1A | 2,5T+1A | 2,5T | Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas. | Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo. Psicología Social. Sociología. |

ANEXO 2-B. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

MURCIA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS 2º CICLO

| 2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1) | | | | | | | | |
|--|-----------|-----------------------------|------------------|----------|---------------------|---|---|--|
| Ciclo | Curso (2) | Denominación | Créditos Anuales | | | Breve descripción del contenido | Vinculación a áreas de conocimiento (3) | |
| | | | Totales | Teóricos | Prácticos /clínicos | | | |
| 2 | 2 | Proyecto fin de carrera | 20 | 0 | 20 | Planificación y desarrollo de actividades prácticas relacionadas con la actividad profesional en Publicidad y Relaciones Públicas. | Biblioteconomía y Documentación Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial Comercialización e Investigación de Mercados Comunicación Audiovisual y Publicidad Derecho Administrativo Derecho Constitucional Derecho Mercantil Lenguajes y Sistemas Informáticos Periodismo Psicología Social Sociología | |
| 2 | 1 | Derecho de la información I | 5 | 3 | 2 | Información y derechos fundamentales. Plasmación en la Constitución Española. | Derecho Administrativo. Derecho Constitucional. | |
| 2 | 1 | Derecho de la Publicidad | 5 | 3 | 2 | Régimen jurídico de la actividad publicitaria. Contratos y documentación de servicios publicitarios. Competencia desleal y publicidad. | Derecho Mercantil | |

(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

MURCIA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS 2º CICLO

| 3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso) | | | | Créditos totales para optativas (1) - por ciclo 25 | |
|--|----------|----------|---------------------|--|--|
| DENOMINACIÓN (2) | CRÉDITOS | | | BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO | VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3) |
| | Totales | Teóricos | Prácticos/ Clínicos | | |
| Análisis de la Realidad Política | 5 | 3 | 2 | Conceptos políticos fundamentales. El poder formal e informal. Los sistemas políticos. Instituciones políticas. Actores y procesos políticos. Herramientas de análisis de la realidad política. La búsqueda y utilización de los datos sobre la realidad política. | Ciencia Política y de la Administración. |
| Comunicación institucional y corporativa | 5 | 3 | 2 | Estudio de la organización, función y necesidad de los gabinetes de prensa en instituciones y empresas. Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias de comunicación en las instituciones y empresas públicas y privadas. | Periodismo Comunicación Audiovisual y Publicidad |
| Comunicación Interna | 5 | 3 | 2 | Estudio de las funciones, objetivos y principios de la organización de la comunicación en el seno de las organizaciones desde una perspectiva integrada de gestión empresarial. Establecimiento de canales informativos y la definición de estrategias de comunicación. | Periodismo Comunicación Audiovisual y Publicidad Organización de Empresas |
| Construcción de Servicios de Información Digital | 5 | 2 | 3 | Optimización de la creación de contenidos digitales para Internet. Ergonomía y Usabilidad de los sistemas de información digital. Servicios documentales y de valor añadido en los medios digitales de comunicación social. | Biblioteconomía y Documentación Periodismo Comunicación Audiovisual y Publicidad |
| Diseño de la Imagen Corporativa | 5 | 2 | 3 | Estudio de la metodología necesaria para analizar el "estado corporativo" de una organización en cuanto a sus políticas de gestión; y de los instrumentos para evaluar mediante auditoría su imagen corporativa y proponer una estrategia específica para su desarrollo. | Periodismo Comunicación Audiovisual y Publicidad |

ANEXO 2-C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

MURCIA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS 2º CICLO

| 3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso) | | | | Créditos totales para optativas (1) - por ciclo 25 | |
|--|----------|----------|---------------------|---|--|
| DENOMINACIÓN (2) | CRÉDITOS | | | BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO | VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3) |
| | Totales | Teóricos | Prácticos/ Clínicos | | |
| Diseño Gráfico | 5 | 2 | 3 | Estudio de las técnicas y materiales del diseño gráfico. Principios de composición, instrumentos y escuelas que ha determinado su desarrollo e importancia. Influencia de la tecnología. Estudio especial de las técnicas gráficas aplicadas al diseño del producto y de su empaque. | Comunicación Audiovisual y Publicidad Lenguajes y Sistemas Informáticos Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial |
| Diseño Publicitario y Nuevas Tecnologías | 5 | 4 | 1 | Descripción técnica y estética del papel que juega el diseño publicitario dentro del diseño gráfico, detallando materiales, principios de composición, técnicas, instrumentos y escuelas que han determinado su desarrollo e importancia actual. Influencia de las nuevas tecnologías en el desarrollo del diseño publicitario. | Comunicación Audiovisual y Publicidad Lenguajes y Sistemas Informáticos Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial |
| Entornos audiovisuales interactivos | 5 | 2 | 3 | Programación de Nuevos Entornos Audiovisuales Interactivos. Nuevas Tecnologías aplicadas a la Comunicación: Realidad Virtual, entornos de red, Internet, juegos. Manipulación de vídeo y herramientas de postproducción. | Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial Lenguajes y Sistemas Informáticos |
| Estadística Aplicada a la Publicidad | 5 | 3 | 2 | Estadística básica y distribuciones estadísticas. Conocimiento de las nociones estadísticas necesarias para el marketing, la investigación de audiencias y la planificación de medios. | Estadística e Investigación Operativa |
| Ética y Deontología Profesional | 5 | 3 | 2 | Estudio de los principios éticos y de las normas deontológicas del periodismo y de las relaciones públicas. Casos prácticos. | Periodismo Comunicación Audiovisual y Publicidad Derecho Civil |

ANEXO 2-C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

MURCIA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS 2º CICLO

| 3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso) | | | | Créditos totales para optativas (1) | |
|------------------------------------|----------|----------|---------------------|---|---|
| DENOMINACIÓN (2) | CRÉDITOS | | | BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO | VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3) |
| | Totales | Teóricos | Prácticos/ Clínicos | | |
| Fotografía Publicitaria | 5 | 1 | 4 | Incidencia de la fotografía en el universo publicitario. Autores y estilos. La estética publicitaria y su influencia en la consecución de los objetivos comerciales y corporativos. | Periodismo Comunicación Audiovisual y Publicidad |
| Fundamentos de Marketing | 5 | 4 | 1 | Estudio de los métodos y técnicas del marketing. | Comercialización e Investigación de Mercados |
| Historia de la Propaganda | 5 | 4 | 1 | Evolución histórica de la persuasión de masas, sus métodos y fines, y sus medios en las distintas sociedades y épocas con especial atención a la información en tiempo de crisis o en tiempo de guerra. | Historia Contemporánea Historia del Pensamiento y los Movimientos Sociales y Políticos |
| Investigación de Mercados | 5 | 3 | 2 | Estudio de los métodos y las técnicas de investigación de mercados | Comercialización e Investigación de Mercados |
| Marketing Directo y Promocional | 5 | 3 | 2 | Estudio y aplicación práctica de técnicas de marketing directo y telemarketing. Aplicación práctica de las técnicas de promoción de ventas | Comercialización e Investigación de Mercados Comunicación Audiovisual y Publicidad |
| Marketing Estratégico | 5 | 3 | 2 | Análisis de la planificación estratégica de las herramientas de marketing. | Comercialización e Investigación de Mercados Comunicación Audiovisual y Publicidad |

ANEXO 2-C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

MURCIA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS 2º CICLO

| 3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso) | | | | Créditos totales para optativas (1) | |
|---|----------|----------|---------------------|--|---|
| DENOMINACIÓN (2) | CRÉDITOS | | | BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO | VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3) |
| | Totales | Teóricos | Prácticos/ Clínicos | | |
| Marketing institucional, social y político | 5 | 3 | 2 | Estudio de los procesos de construcción de la comunicación de instituciones públicas, no lucrativas y políticas. | Comercialización e Investigación de Mercados Comunicación Audiovisual y Publicidad |
| Nuevas tecnologías para la transmisión de información | 5 | 3 | 2 | Sistemas de comunicación y transmisión de la información. Internet y redes de difusión. Nuevas tecnologías para la transmisión de vídeo y audio en la red. Multidifusión y canales bajo demanda. | Ingeniería Telemática Teoría de la Señal y de las Comunicaciones |
| Organización de Empresas | 5 | 3 | 2 | Empresa y empresario. La empresa y el entorno. Enfoques teóricos en Administración de Empresas. Funciones administrativas (planificación, organización, dirección y control). La toma de decisiones en la empresa. Los subsistemas funcionales | Organización de Empresas |
| Origen y evolución de la Fotografía y de la Imagen | 5 | 4 | 1 | Evolución tecnológica de la fotografía, cine y televisión desde su invención tecnológica hasta la actualidad. La adquisición de valor artístico. | Periodismo Comunicación Audiovisual y Publicidad |
| Protocolo | 5 | 1 | 4 | Exposición y ejercicios prácticos de las reglas del ceremonial, precedencia y cortesía, tanto de orden jurídico como de carácter tradicional, en los ámbitos públicos y privados. | Periodismo Comunicación Audiovisual y Publicidad |

ANEXO 2-C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

MURCIA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS 2º CICLO

| 3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso) | | | | Créditos totales para optativas (1) - por ciclo 25 | |
|---|----------|----------|---------------------|--|--|
| DENOMINACIÓN (2) | CRÉDITOS | | | BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO | VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3) |
| | Totales | Teóricos | Prácticos/ Clínicos | | |
| Semiótica de la Publicidad | 5 | 3 | 2 | Semiótica, retórica y publicidad, lenguaje publicitario, análisis del discurso publicitario, teoría de la comunicación y la información aplicadas a la publicidad, análisis audiovisual, análisis textual. | Lingüística General Periodismo Comunicación Audiovisual y Publicidad |
| Servicios de Información Digital | 5 | 2 | 3 | Introducción a la edición de información digital. Diseño de sistemas de información en Internet. | Biblioteconomía y Documentación Periodismo Comunicación Audiovisual y Publicidad |
| Sociología de la Comunicación y de la Opinión Pública | 5 | 3 | 2 | Sociología de los procesos de comunicación social. Estudio de las formas y procesos mediante los que se configura la opinión pública. Los efectos de los medios de comunicación de masas en la formación de la opinión pública. Los modelos sociológicos en el análisis de la opinión pública. | Ciencia Política y de la Administración Periodismo Comunicación Audiovisual y Publicidad Sociología |
| Sociología del Consumo | 5 | 4 | 1 | Principios básicos de la actual sociología del consumo de bienes y servicios. Estructura social del consumo de la sociedad española, con expresa referencia a los procesos de comunicación de masas. | Periodismo Comunicación Audiovisual y Publicidad Sociología |

ANEXO 2-C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

MURCIA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS 2º CICLO

| 3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso) | | | | Créditos totales para optativas (1) - por ciclo 25 | |
|--|----------|----------|---------------------|---|---|
| DENOMINACIÓN (2) | CRÉDITOS | | | BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO | VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3) |
| | Totales | Teóricos | Prácticos/ Clínicos | | |
| Tecnologías para los Sistemas Multimedia | 5 | 2 | 3 | Sistemas interactivos. Integración de gráficos, animación y audio y vídeo en sistemas multimedia. Sistemas, herramientas y formatos de audio y sonido 3D. | Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial Lenguajes y Sistemas Informáticos |

ANEXO 3: ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD:

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE

2. ENSEÑANZAS DE CICLO (2)

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

Decreto 68/1998 de 13 de noviembre. BORM 23/11/98 (3)

4. CARGA LECTIVA GLOBAL CRÉDITOS (4)

Distribución de los Créditos

| CICLO | CURSO | MATERIAS | | | CRÉDITOS LIBRE CONFIGURACIÓN (5) | TRABAJO FIN DE CARRERA | TOTALES |
|----------|-------|-----------|-----------|--------------|----------------------------------|------------------------|---------|
| | | TRONCALES | OPTATIVAS | OBLIGATORIAS | | | |
| II CICLO | 1ª | 24 | 20 | 10 | 10 | 0 | 64 |
| | 2ª | 24 | 15 | 5 | 5 | 0 | 64 |
| | total | 48 | 35 | 15 | 15 | 0 | 128 |

(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)
 (3) Se indicará el Centro Universitario, con expresión de la 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 estudios del título de que se trate.
 (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 TÍTULO (6).

6. SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CRÉDITOS A:

| (7) | |
|-----|---|
| X | PRÁCTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PÚBLICAS O PRIVADAS, ETC. |
| | TRABAJOS ACADÉMICAMENTE DIRIGIDOS E INTEGRADOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS |
| | ESTUDIOS REALIZADOS EN EL MARCO DE CONVENIOS INTERNACIONALES SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD |
| X | OTRAS ACTIVIDADES |

- EXPRESIÓN, EN SU CASO, DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS: 10 CRÉDITOS

- EXPRESIÓN DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8) Libre Configuración, 20 horas por crédito práctico y 15 horas por crédito teórico.

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

- 2.º CICLO AÑOS

8. DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO*

| AÑO ACADÉMICO | TOTAL | TEÓRICOS | PRÁCTICOS/ CLÍNICOS |
|---------------|-------|----------|---------------------|
| 1 | 54 | 30 | 24 |
| 2 | 59 | 21 | 38 |

* No se incluyen los créditos de las asignaturas de Libre Configuración.

(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.

ORDENACIÓN TEMPORAL DE LAS ENSEÑANZAS

II. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. La Universidad deberá referirse necesariamente a los siguientes extremos:

- Régimen de 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.2 del R.D. 1497/87.
 - 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).
 - Período de escolaridad mínimo, en su caso (artículo 9º.2.4º R.D. 1497/87).
 - En su caso, mecanismos de convalidación y/o adaptación al nuevo plan de estudios para los alumnos que vineran cursando el plan antiguo (artículo 11 R.D. 1497/87).
2. Cuadro de asignación de la docencia de las materias troncales a 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.

COMPLEMENTOS DE FORMACIÓN

Podrán acceder al segundo ciclo de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas, además de quienes cursen el primer ciclo de estos estudios:

- Quienes hayan superado el primer ciclo de la Licenciatura en Periodismo o de la Licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- Quienes estén en posesión de un título universitario de carácter oficial o hayan superado un primer ciclo de estudios universitarios oficiales, cursando, de no haberlo hecho antes, los siguientes complementos de formación:

Complemento de Formación: Publicidad y Relaciones Públicas.

Se considera superado cuando el alumno haya cursado:

Asignatura: **Publicidad y Relaciones Públicas**. 12 créditos (9T + 3P). Específica de complementos de formación. En su momento será troncal del 1er ciclo de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Área de Conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Complemento de Formación: Teoría de la Información y de la Comunicación

Se considera superado cuando el alumno haya cursado:

Asignatura: **Teoría de la Información y de la Comunicación**. 10 créditos (8T + 2P). Específica de complementos de formación. En su momento será troncal del 1er ciclo de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Área de Conocimiento: Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad

Complemento de Formación: Lengua Española.

Se considera superado cuando el alumno haya cursado:

Asignatura: **Lengua Española**. 8 créditos (6T + 2P). Específica de complementos de formación. En su momento será troncal del 1er ciclo de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Área de Conocimiento: Lengua Española

| Curso | Título de la Asignatura | Tipo (*) | Nº créditos | Duración (**) | Cuatrimestre |
|-------|--|----------|-------------|---------------|--------------|
| 1º | Derecho de la Información | Ob | 5 | C | 1 |
| 1º | Planificación y medios publicitarios | T | 12 | A | 1-2 |
| 1º | Teoría y técnicas de las relaciones públicas I | T | 6 | C | 1 |
| 1º | Optativa 1 | Op | 5 | C | 1 |
| 1º | Optativa 2 | Op | 5 | C | 1 |
| 1º | Derecho de la Publicidad | Ob | 5 | C | 2 |
| 1º | Teoría y técnicas de las relaciones públicas II | T | 6 | C | 2 |
| 1º | Optativa 3 | Op | 5 | C | 2 |
| 1º | Optativa 4 | Op | 5 | C | 2 |
| 2º | Creatividad publicitaria | T | 12 | A | 1-2 |
| 2º | Sistemas y procesos de la publicidad y de las relaciones públicas I | T | 6 | C | 1 |
| 2º | Proyecto Fin de Carrera | Ob | 20 | A | 1-2 |
| 2º | Optativa 5 | Op | 5 | C | 1 |
| 2º | Optativa 6 | Op | 5 | C | 1 |
| 2º | Sistemas y procesos de la publicidad y de las relaciones públicas II | T | 6 | C | 2 |
| 2º | Optativa 7 | Op | 5 | C | 2 |

EL ALUMNO CURSARÁ 10 CRÉDITOS DE LIBRE CONFIGURACIÓN EN EL PRIMER CURSO Y 5 CRÉDITOS DE LIBRE CONFIGURACIÓN EN EL SEGUNDO CURSO.