17686 RESOLUCIÓN de 29 de agosto de 2003, de la Universidad Ramón Llull, por la que se ordena la publicación de la modificación del plan de estudios conducente al título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas que se imparte en la Facultad de Ciencias de la Comunicación Blanquerna.

Aprobada la adaptación a la normativa vigente del plan de estudios de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas que se imparte en la Facultad de Ciencias de la Comunicación Blanquerna de la Universidad Ramón Llull en la sesión de la Junta Académica de fecha 20 de febrero de 2003; emitido informe favorable por acuerdo de la Subcomisión de Evaluación de Ciencias Sociales y Jurídicas en su reunión del día 25 de marzo de 2003; subsanadas las deficiencias en dicho informe referenciadas; y homologado por acuerdo de la Comisión Académica del Consejo de Coordinación Universitaria de fecha 17 de junio de 2003, la Rectora ha resuelto ordenar la publicación de dicho plan de estudios conforme a lo establecido en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre («Boletín Oficial del Estado» de 14 de diciembre), que sustituirá al plan de estudios anterior publicado en el Real Decreto 408/1995, de 17 de marzo («Boletín Oficial del Estado» número 100, de 27 de abril).

El plan de estudios al que se refiere la presente Resolución quedará estructurado conforme a lo que figura en el anexo de la misma.

Barcelona, 29 de agosto de 2003.—La Rectora, Esther Giménez Salinas Colomer.

ANEXO

Anexo 2-A. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

1. Materias troncales

Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	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/ clínicos		
1	1	Análisis del entorno social y de su evolución histórica	Historia político social contemporánea	5	4	1	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.
1	1		Sociología general	5 (3T+2A)	5	0	Profundización en las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones política 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.
1	1	Comunicación e información audiovisual	Teoría y retórica de la imagen y el sonido	6	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales. (I Parte)	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo
1	2		Introducción a la Comunicación Audiovisual	6	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales. (II Parte)	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo
1	1	Comunicación e información escrita	Seminario I: Comunicación lingüística	8 (7T+1A)	3	5	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos. (I parte)	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
1	2		Introducción al Periodismo	5	4	1	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos. (II parte)	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.

Anexo 2-A. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

1. Materias troncales

Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	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/diarios		
1	1	Documentación informativa	Documentación informativa	6	3	3	Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación	Biblioteconomía y Documentación. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
1	1	Lengua	Teoría de la comunicación y la información	5	3	2	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.	Lengua Española. Filología Catalana.
1	1		Ortografía y gramática	5 (3T+2A)	3	2	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.	Lengua española. Filología Catalana.
1	2	Publicidad y Relaciones Públicas	Introducción al marketing	6	3	3	Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
1	2		Introducción a la Publicidad y a las Relaciones Públicas	6	3	3	Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.

Anexo 2-A. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

1. Materias troncales

Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	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/diarios		
1	2	Teoría de la Comunicación y teoría de la información	Retórica aplicada a la comunicación	5	4	1	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo. Sociología. Psicología Social.
1	2		Sociología de la Comunicación	5	4	1	Métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.	Psicología Social. Sociología. Periodismo. Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2	3	Creatividad Publicitaria	Creatividad Publicitaria I	5	3	2	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	3		Creatividad Publicitaria II	5	2	3	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	3	Planificación y medios publicitarios	Medios Publicitarios I	5	3	2	Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Sociología. Comercialización e investigación de Mercados.
2	3		Medios Publicitarios II	5	2	3	Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Sociología. Comercialización e investigación de Mercados.

Anexo 2-A. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

1. Materias troncales

Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	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/clínicos		
2	3	Teoría y técnicas de las relaciones públicas	Teoría y técnicas de las relaciones públicas I	5	2	3	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.
2	4		Teoría y técnicas de las relaciones públicas II	5	3	2	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
2	4	Sistemas y procesos de la publicidad y las relaciones públicas	Marketing estratégico	5	3	2	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.
2	4		Organización de empresas publicitarias: gestión de agencia	5	2	3	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.

Anexo 2-B. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

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		
1	1	Historia del pensamiento contemporáneo	5	5	0	Entorno social y pensamiento contemporáneo. La filosofía del siglo XX. La posmodernidad. Problemas del pensamiento contemporáneo.	Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos. Historia Contemporánea. Sociología.
1	1	Inglés nivel I	5	2	3	Lengua inglesa	Filología Inglesa.
1	2	Estadística aplicada	5	4	1	Métodos estadísticos aplicados a las Ciencias Sociales y de la Comunicación.	Sociología. Estadística e Investigación Operativa. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
1	1	Inglés nivel II	5	2	3	Lengua inglesa	Filología Inglesa
1	2	Inglés nivel III	5	2	3	Lengua inglesa	Filología Inglesa
1	2	Inglés nivel IV	5	2	3	Lengua inglesa	Filología Inglesa
1	1	Seminario II: Estrategias narrativas	9	2	7	Profundización teórico-práctica de estructuras narrativas aplicadas a los discursos de los medios de comunicación de masas	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-B. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

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		
1	2	Seminario III: Estructuras comunicativas	9	2	7	Introducción a los fundamentos prácticos de la comunicación de masas: periodismo, comunicación audiovisual y publicidad y relaciones públicas. El concepto de comunicación a partir de la interrelación de los tres campos anteriores.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
1	2	Seminario IV: Comunicación aplicada	9	2	7	Profundización de las bases teórico-prácticas de cada una de las tres especialidades de comunicación de masas: periodismo, comunicación audiovisual y publicidad y relaciones públicas, a partir del análisis y la elaboración de casos concretos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo
2	3	Cristianismo y cultura contemporánea	5	5	0	Originalidad del mensaje cristiano. Función soteriológica de la Iglesia. Comunidades cristianas y sociedades de masas. El pensamiento cristiano contemporáneo. Creatividad y cristianismo.	Historia Contemporánea. Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos.
2	3	Historia de la publicidad	5	5	0	Estudio del fenómeno publicitario desde su origen hasta la publicidad audiovisual y multimedia. Publicitarios que han hecho escuela.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2	3	Seminario VI: Practicum	10	0	10	Trabajo práctico: Análisis de la producción en la comunicación y practicum en las empresas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
2	4	Ética de la comunicación	5	5	0	Objeto y método de la reflexión ética. Problemas éticos contemporáneos. Medios de comunicación social, publicidad y valores morales. El secreto profesional y el bien común. Los límites de la información. La comunicación pública de la información privada. Integridad profesional, honradez y códigos deontológicos.	Periodismo. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Filosofía Moral.

(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-B. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

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	4	Investigación y metodología	5	4	1	Principales paradigmas teóricos en la investigación de la comunicación de masas. Metodología aplicada a casos concretos. Preparación de trabajos de investigación.	Estadística e Investigación Operativa. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo
2	4	Seminario VII: Especialización profesional I	10	5	5	Trabajo práctico: orientación y supervisión de un proyecto de investigación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2	4	Seminario VIII: Especialización profesional II	10	0	10	Trabajo práctico: orientación y supervisión de un proyecto de investigación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2	4	Seminario V: Entornos profesionales	10	5	5	Trabajo práctico: Las relaciones profesionales entre las agencias y los anunciantes.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2	3	Derecho de la información	5	4	1	Información y derechos fundamentales. Plasmación en la Constitución Española. Régimen jurídico de la información y de la comunicación. Estudio teórico y supuestos prácticos en mensajes, medios y sujetos	Derecho Administrativo. Derecho Constitucional.

(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

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) _____ - por ciclo _____ - curso _____	
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/clínicos		
Historia general de la comunicación	5	5	0	Introducción a la historia de la prensa, de la radio y de la televisión. La prensa escrita en Cataluña. Radio y televisión en el estado español.	Historia Contemporánea. Sociología. Periodismo. Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos.
Estética	5	5	0	Introducción a la historia de la estética. Arte contemporáneo. Grafismo. Arte y nuevas tecnologías.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
Diseño gráfico	5	3	2	Diseño y prensa escrita. Teoría y práctica del grafismo. Antecedentes, dibujo litográfico, retoques e ilustración fotográfica. La fotocomposición.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Instituciones religiosas	5	5	0	Instituciones comunitarias del cristianismo. La Iglesia católica como institución mundial. Universalidad y particularidad de las instituciones comunitarias católicas. Repertorios en el lenguaje cristiano.	Sociología. Historia del Derecho y de las Instituciones. Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos.
Fotografía	5	2	3	Bases técnicas y conceptuales de la fotografía. El manejo de la cámara. Elaboración de la imagen. Equipo y técnicas profesionales. La fotografía en color.	Comunicación Audiovisual y publicidad. Periodismo.
Informática	5	2	3	Introducción a la informática. Programas de tratamiento de textos. Bases de datos. Programa de autoedición.	Periodismo. Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Entornos Multimedia	5	2	3	Teoría de la narrativa hipertextual. Sistemas interactivos. Usos y recursos de los procesos multimedia.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Lenguajes y sistemas informáticos.
Técnicas de la entrevista	5	2	3	La entrevista como especialización periodística. Psicología del entrevistador y del entrevistado. Tipos de entrevista. La rueda de prensa. Análisis de modelos. Ejercicios prácticos.	Periodismo. Comunicación Audiovisual y Publicidad.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclos o cursos.

(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) Libremente decidida por la Universidad.

Anexo 2-C. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) _____ - por ciclo _____ - curso _____	
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/clínicos		
Periodismo religioso	5	4	1	El periodismo religioso como especialización periodística. El lenguaje religioso en una sociedad secular. Cultura religiosa. Fuentes de información religiosa.	Periodismo. Psicología Social. Sociología. Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Periodismo de opinión	5	2	3	Estilos periodísticos. Redacción de trabajos. Análisis de modelos.	Periodismo.
Fotoperiodismo	5	1	4	Teoría y práctica del periodismo gráfico. El lenguaje fotográfico. Maestros catalanes del reportaje gráfico.	Periodismo.
Estructura de la comunicación en Catalunya	5	4	1	Introducción a la historia de la prensa, de la radio y de la televisión. La prensa en Catalunya desde las primeras publicaciones periódicas en el siglo XVII. La prensa en lengua catalana a partir de Almirall. El retorno después de la guerra civil. Historia de la radio. La televisión en Catalunya y la televisión en lengua catalana. Índices de audiencia. Prensa y conciencia nacional.	Historia Contemporánea. Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos. Historia e Instituciones Económicas. Sociología.
Radio creativa	5	2	3	Estudio del lenguaje radiofónico y su aplicación. La creatividad en la radio. Los formatos y géneros clásicos y las nuevas tendencias.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
Prensa no diaria	5	4	1	Estudio de las características propias de la prensa escrita de publicación no diaria. Criterios de contenido y de formato según las diferentes tipologías.	Periodismo.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclos o cursos.

(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) Libremente decidida por la Universidad.

Anexo 2-C. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) _____ - por ciclo _____ - curso _____	
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Dirección de arte en Publicidad	5	1	4	La dirección de arte en publicidad. La composición gráfica y la imagen publicitaria en los medios impresos, audiovisuales e interactivos. Bocetos, originales y control del proceso de producción. Evolución y perspectivas del grafismo, su importancia económica y su dimensión artística.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Economía y consumo	5	4	1	Descripción de los niveles microeconómicos y macroeconómicos del consumo. Sociedad, cultura y consumo. Globalización y valores de la economía local. Resultados de las empresas a nivel financiero, ecológico y de responsabilidad social. Derechos del consumidor y legislación.	Historia e instituciones económicas. Economía Aplicada. Comercialización e investigación de mercados.
Investigación motivacional	5	4	1	Psicología del consumo. Estudios del comportamiento. Motivaciones, valores, actitudes, hábitos, tendencias sociales y estilos de vida. Investigación, métodos cualitativos y cuantitativos, análisis y lectura de datos. Segmentación y fuentes esenciales para elaborar estrategias de marketing y de comunicación publicitaria.	Psicología Social. Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Redacción publicitaria	5	1	4	Redacción Publicitaria. Lenguaje, publicidad y marketing. Cualidades y funciones del redactor publicitario. Creación de marcas y eslóganes. La redacción creativa en los medios convencionales impresos, radiofónicos y audiovisuales y en los no convencionales o below the line, publicidad directa, promociones e interactivos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Marketing relacional	5	2	3	Marketing directo, publicidad directa y promociones. CRM (Customer Relationship Management). Planteamiento, concepción, ideación y expresión de los mensajes, realización, fulfillment y servicio de atención a los clientes. Bases de datos y su utilización comunicacional y legalmente.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Comercialización e investigación de mercados.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclos o cursos.

(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) Libremente decidida por la Universidad.

Anexo 2-C. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) _____ - por ciclo _____ - curso _____	
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Análisis de las representaciones icónicas	5	4	1	Análisis iconográfico como medio para llegar a las fuentes, las funciones y la comunicación de ideas y de valores. Tradición y reinterpretación en la cultura audiovisual.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Diseño Audiovisual	5	2	3	Arte Audiovisual. Análisis de las estrategias, procesos y técnicas del diseño de imágenes electrónicas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Crítica de Cine y Televisión	5	3	2	La crítica del arte y la crítica sociológica. Crítica formal y crítica de valores. Diferencias entre la televisión y el cine. Crítica y contexto. Ejercicios prácticos de crítica de cine y de crítica televisiva.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
Producción cinematográfica	5	3	2	Técnicas y procesos de creación y difusión en cada una de las fases de la producción cinematográfica.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Marketing y finanzas audiovisuales	5	2	3	Gestión financiera y marketing de la empresa audiovisual.	Organización de Empresas. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Historia e Instituciones Económicas. Sociología.
Uso pedagógico de los audiovisuales	5	3	2	Estudio de las técnicas y métodos de enseñanza basada en el audiovisual.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Tecnología del sonido	5	1	4	La conceptualización del sonido en el audiovisual. Ambientes sonoros y técnicas y procesos de captación del sonido. La postproducción del sonido.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclos o cursos.

(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) Libremente decidida por la Universidad.

Anexo 2-C. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) _____ - por ciclo _____ - curso _____	
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Música y audiovisual	5	3	2	Evolución histórica de las relaciones entre música y audiovisual. Análisis de la significación y expresividad de la música en su interacción con el lenguaje audiovisual.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Música.
Dirección artística	5	1	4	Estudio de los criterios estéticos y la puesta en escena de una obra audiovisual. Tratamiento del espacio y del tiempo. Análisis del diseño escenográfico y la ambientación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Dirección de actores	5	1	4	Análisis de los métodos y estilos de la dirección de actores para cine y televisión.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Dirección de fotografía	5	1	4	Estudio del espacio escénico y la iluminación. La iluminación como recurso expresivo. Análisis de los diferentes estilos y tipos de iluminación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Técnicas de investigación de la opinión pública	5	4	1	Investigación experimental y ciencias sociales. Instrumentos para la investigación. Análisis estadístico de los datos. Interpretación de los resultados. Informe de la investigación.	Sociología. Psicología Social. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo. Comercialización e investigación de mercados.
Sistemas políticos contemporáneos	5	5	0	Sistemas políticos comparados. Los sistemas democráticos occidentales: tipología. La democracia en los países en procesos de desarrollo. La organización política en los diversos países árabes. Prospectiva.	Historia del pensamiento y de los movimientos sociales y políticos. Ciencias políticas de la Administración.
Difusión de las ideas religiosas	5	4	1	Evangelización y catequesis. Estudio y análisis de los aspectos publicitarios en la difusión de las ideas religiosas. Análisis de experiencias.	Filosofía moral. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclos o cursos.

(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) Libremente decidida por la Universidad.

Anexo 2-C. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) _____ - por ciclo _____ - curso _____	
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Educación de la voz	5	1	4	Técnicas de modulación de la voz. Fluidez verbal. Corrección de defectos de dicción.	Periodismo. Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Antropología cultural	5	5	0	Diversas escuelas antropológicas. Malinowski. Levi-Strauss. Ecologismo cultural y nuevas tendencias. Etnolingüística: lenguaje, cultura, mito. Etnopsicología: personalidad y cultura. Etnopsiquiatría: enfermedad mental y cultura. Etnohistoria: cambio cultural. Antropología social: incesto, matrimonio, sistemas de parentesco, organizaciones sociales y políticas, sistemas religiosos.	Antropología Social. Sociología. Psicología Social. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
Transmisión del mensaje cristiano	5	5	0	La experiencia religiosa. Fe y religiosidad. La culturación de la fe. El mensaje cristiano a través de la prensa escrita y del audiovisual.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
Cultura de masas	5	4	1	Sociedad de masas y cultura popular. La cultura urbana. El audiovisual y las culturas étnicas.	Sociología. Psicología Social. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
Inglés especializado en periodismo	5	5	0	Inglés avanzado. Terminología periodística. Gramática inglesa. Prácticas orales. Medios de comunicación en inglés.	Filología inglesa. Periodismo.
Inglés especializado en publicidad	5	1	4	Inglés avanzado. Terminología de la publicidad y las relaciones públicas. Gramática inglesa. Prácticas orales. Medios de comunicación en inglés.	Filología inglesa. Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Inglés especializado en comunicación audiovisual	5	1	4	Inglés avanzado. Terminología de la comunicación audiovisual. Gramática inglesa. Prácticas orales. Medios de comunicación en inglés.	Filología inglesa. Comunicación Audiovisual y Publicidad.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclos o cursos.

(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) Libremente decidida por la Universidad.

Anexo 2-C. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) _____ - por ciclo _____ - curso _____	
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Ciencia y comunicación	5	1	4	Los paradigmas científicos contemporáneos en diálogo con las ciencias humanas. El papel de los medios de comunicación en la divulgación y en el conocimiento científicos.	Lógica y Filosofía de la ciencia.
Historia de la literatura	5	4	0	Principales corrientes literarias contemporáneas. Literatura comparada. Estudio del tránsito de textos literarios a otros lenguajes.	Teoría de la literatura y literatura comparada.
Estética en los media	5	3	2	Aplicación de las principales corrientes estéticas contemporáneas a los medios de comunicación. El papel de los medios de comunicación como vanguardia estética.	Estética y teoría de las artes. Comunicación audiovisual y Publicidad. Periodismo.
Filosofía y comunicación	5	5	0	Principales modelos filosóficos de análisis de los medios de comunicación desde su nacimiento. El papel de la reflexión sobre la sociedad de masas dentro de los paradigmas filosóficos contemporáneos.	Filosofía. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
Programas televisivos de actualidad	5	3	2	Diseño de programas de televisión de actualidad. Contenidos y géneros. Técnicas narrativas, argumentales y de realización. Planificación de medios técnicos y humanos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Oratoria	5	2	3	Fundamentos teórico-prácticos de la oratoria. Oratoria aplicada al mundo de la comunicación	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Derecho constitucional	5	4	1	Principales corrientes del derecho constitucional. Derecho comparado y su evolución aplicados al entorno occidental. Análisis de casos concretos	Derecho constitucional.
Relaciones internacionales	5	5	0	Teoría de las relaciones internacionales y análisis de las principales corrientes. Sistema político contemporáneo: del sistema bipolar de la guerra fría al sistema de hegemonía de potencia única.	Historia del pensamiento y de los movimientos sociales y políticos. Historia e instituciones económicas. Ciencias políticas de la Administración.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclos o cursos.

(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) Libremente decidida por la Universidad.

Anexo 2-C. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

RAMON LLULL

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) _____ - por ciclo _____ - curso _____	
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Estructura económica mundial	5	5	0	Teoría del sistema económico internacional. Instituciones y organismos económicos mundiales. Evolución de la estructura económica mundial. Análisis de la globalización económica.	Historia e Instituciones Económicas. Economía Aplicada.
Edición de textos	5	1	4	Teoría y práctica de la preparación de todo tipo de textos antes de su publicación. Profundización en elementos de ortotipografía. Libros de estilo.	Lengua Española. Filología Castellana.
Dirección de cuentas	5	2	3	El departamento de cuentas y las relaciones entre el cliente y la agencia a través de los diferentes servicios ofrecidos por ésta. Aspectos estratégicos, ejecucionales y funcionales de la gestión y dirección de cuentas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Psicología de la comunicación social	5	4	1	Lenguaje y comunicación. La cultura en el desarrollo de los procesos mentales superiores. Valores y perjuicios en la comunicación interpersonal y la comunicación de masas	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo. Psicología Social. Sociología.
Prácticas en empresas	5	0	5	Practicum: Práctica profesional.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
Fundamentos culturales del derecho	5	5	0	Fuentes históricas y dogmáticas del derecho. Costumbre y Ley. Influencia del orden político en el derecho. Legitimidad de los principios generales del derecho.	Historia del Derecho y de las Instituciones. Ciencia Política y de la Administración. Sociología.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclos o cursos.

(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) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 3: ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD RAMON LLULL

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

(6) LICENCIATURA DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. ENSEÑANZAS DE PRIMER Y SEGUNDO CICLO (2)

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

(6) FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ BLANQUERNA

4. CARGA LECTIVA GLOBAL 310 CRÉDITOS (4)

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CRÉDITOS DE LIBRE CONFIGURACIÓN (5)	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
I CICLO	1	40	24	5	10		79
	2	33	33	5	5		76
II CICLO	3	25	35	10	5		75
	4	15	30	20	15		80

- (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 trate.
- (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 Nº (6)

6. SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CRÉDITOS A:
- (7) 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
 - OTRAS ACTIVIDADES

- EXPRESIÓN, EN SU CASO, DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS: _____ CRÉDITOS
 - EXPRESIÓN DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8) _____

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

- 1.º CICLO 2 AÑOS

- 2.º CICLO 2 AÑOS

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

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEÓRICOS	PRÁCTICOS/CLINICOS
1	69	37	32
2	71	37	34
3	70	35	35
4	65	32	33

275+35 (libre configuración) = 310

- (6) Si o No. Es decisión potestiva 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) Si o No. Es decisión potestiva 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 del que se trate.

II. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

a) Régimen de acceso al 2.º ciclo. Aplicable sólo al caso de enseñanzas de 2.º ciclo o al 2.º ciclo de enseñanzas de 1.º y 2.º ciclo, teniendo en cuenta lo dispuesto en los artículos 5.º y 8.º 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 9.º, 1.ª R.D. 1497/87).

c) Período de escolaridad mínimo, en su caso (artículo 9.º, 2.ª, 4.º 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 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.

Ordenación temporal del aprendizaje

Primer curso

Primer cuatrimestre			
Historia político-social contemporánea	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Documentación informativa	Troncal	6 cr.	Cuatrimestral
Teoría de la comunicación y la información	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Seminario I: Comunicación lingüística	Troncal	8 cr.	Cuatrimestral
Historia del pensamiento contemporáneo	Obligatoria	5 cr.	Cuatrimestral
Inglés I	Obligatoria	5 cr.	Cuatrimestral
Segundo cuatrimestre			
Teoría y retórica de la imagen y el sonido	Troncal	6 cr.	Cuatrimestral
Ortografía y gramática	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Sociología general	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Inglés II	Obligatoria	5 cr.	Cuatrimestral
Seminario II: Estrategias narrativas	Obligatoria	9 cr.	Cuatrimestral
Optativa I	Optativa	5 cr.	Cuatrimestral

Segundo curso

Primer cuatrimestre			
Introducción a la comunicación audiovisual	Troncal	6 cr.	Cuatrimestral
Introducción al periodismo	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Retórica aplicada a la comunicación	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Introducción al marketing	Troncal	6 cr.	Cuatrimestral
Inglés III	Obligatoria	5 cr.	Cuatrimestral
Seminario III: Estructuras comunicativas	Obligatoria	9 cr.	Cuatrimestral
Segundo cuatrimestre			
Sociología de la comunicación	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Introducción a la publicidad y las RR.PP.	Troncal	6 cr.	Cuatrimestral
Inglés IV	Obligatoria	5 cr.	Cuatrimestral
Seminario IV: Comunicación aplicada	Obligatoria	9 cr.	Cuatrimestral
Estadística aplicada	Obligatoria	5 cr.	Cuatrimestral
Optativa II	Optativa	5 cr.	Cuatrimestral

Tercer curso

Primer cuatrimestre			
Creatividad publicitaria I	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Medios publicitarios I	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Teoría y técnicas de las RR.PP. I	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Seminario V: Entornos profesionales	Obligatoria	10 cr.	Cuatrimestral
Cristianismo y cultura contemporánea	Obligatoria	5 cr.	Cuatrimestral
Optativa III	Optativa	5 cr.	Cuatrimestral
Segundo cuatrimestre			
Creatividad publicitaria II	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Medios publicitarios II	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Historia de la publicidad	Obligatoria	5 cr.	Cuatrimestral
Derecho de la información	Obligatoria	5 cr.	Cuatrimestral
Seminario VI: Prácticum	Obligatoria	10 cr.	Cuatrimestral
Optativa IV	Optativa	5 cr.	Cuatrimestral

Cuarto curso

Primer cuatrimestre			
Teoría y técnicas de las RR.PP. II	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Marketing estratégico	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Ética de la comunicación	Obligatoria	5 cr.	Cuatrimestral
Seminario VII: Especialización profesional I	Obligatoria	10 cr.	Cuatrimestral
Optativa V	Optativa	5 cr.	Cuatrimestral
Optativa VI	Optativa	5 cr.	Cuatrimestral
Segundo cuatrimestre			
Organización de empresas publicitarias:	Troncal	5 cr.	Cuatrimestral
Gestión de agencia	Obligatoria	5 cr.	Cuatrimestral
Investigación y metodología	Obligatoria	10 cr.	Cuatrimestral
Seminario VIII: Especialización profesional II	Obligatoria	5 cr.	Cuatrimestral
Optativa VII	Optativa	5 cr.	Cuatrimestral
Optativa VIII	Optativa	5 cr.	Cuatrimestral

ANEXO 4

CUADRO DE CONVALIDACIONES

LICENCIATURA DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Plan vigente (Resolución de 17 de Marzo de 1995, BOE núm 100 de 27 de abril de 1995)		Adaptación del plan vigente	
Equivalencia de asignaturas y creditaje			
Asignaturas	Créditos	Asignaturas	Créditos
Historia Política de los siglos XIX y XX	5	Historia político-social contemporánea	5
Comunicación e información audiovisual (I parte)	6	Teoría y retórica de la imagen y el sonido	6
Comunicación e información audiovisual (II parte)	6	Introducción a la comunicación audiovisual	6
Estructuras socioeconómicas	5	Sociología general	5
Comunicación e información escrita	6	Retórica aplicada a la comunicación	5
Introducción al periodismo	6	Introducción al periodismo	5
Documentación informativa	6	Documentación informativa	6
Teoría de la comunicación lingüística	5	Seminario I: Comunicación lingüística	8
Lengua	5	Ortografía y gramática	5
Publicidad y Relaciones Públicas	12	Introducción al marketing	6
		Introducción a la Publicidad y las RR.PP.	6
Teoría de la comunicación de masas y de la inform.	5	Teoría de la comunicación y de la información	5
Historia del pensamiento contemporáneo	5	Historia del pensamiento contemporáneo	5
Inglés I nivel	5	Inglés nivel I	5
Inglés II nivel	5	Inglés nivel II	5
Inglés III nivel	5	Inglés nivel III	5
Inglés IV nivel	5	Inglés nivel IV	5
Cristianismo y cultura contemporánea	5	Cristianismo y cultura contemporánea	5
Seminario I	10	Seminario II: Estrategias narrativas	10
Seminario II	10	Seminario III: Estructuras comunicativas	10
Estadística Aplicada	5	Estadística Aplicada	5
Comunicación aplicada	10	Seminario IV: Comunicación aplicada	10
Creatividad publicitaria (I parte)	5	Creatividad publicitaria I	5
Creatividad publicitaria (II parte)	5	Creatividad publicitaria II	5
Planificación y medios publicitarios (I parte)	5	Medios publicitarios I	5
Planificación y medios publicitarios (II parte)	5	Medios publicitarios II	5
Teoría y técnicas de las Relaciones Públicas	10	Teoría y técnicas de las Relaciones Públicas I	5
		Teoría y técnicas de las Relaciones Públicas II	5
Sistemas y procesos de la publicidad y las Relaciones públicas (I parte)	5	Márketing estratégico	5
Sistemas y procesos de la publicidad y las Relaciones públicas (II parte)	5	Organización de empresas publicitarias: gestión de agencia	5
Ética profesional	5	Ética de la comunicación	5
Seminario V	10	Seminario V: Entornos profesionales	10
Seminario VI	10	Seminario VI: Practicum	10

Nota: De las materias *Optativas* y de *Libre configuración*, se convalidarán tantos créditos como se hayan realizado