

UNIVERSIDADES

1473 RESOLUCIÓN de 28 de noviembre de 2003, de la Universidad Miguel Hernández, por la que se ordena la publicación del plan de estudios de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-Valencia).

De conformidad con lo que dispone el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre («Boletín Oficial del Estado» de 14 de diciembre), por el que se establecen las 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 31 de octubre de 2003, ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-Valencia), adscrita a la Universidad Miguel Hernández de Elche.

Elche, 28 de noviembre de 2003.—El Rector, Jesús Rodríguez Marín.

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

PLAN DE ESTUDIOS CONDUENTE AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES

Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	Asignaturas en las que la Universidad, en su caso, organiza o 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	Análisis del entorno social y de su evolución histórica	8T+1A	7,5	1,5	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	LENGUA	Lengua	8T+1A	4,5	4,5	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.
1	1/A	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y TEORÍA DE LA INFORMACIÓN	Teoría de la Comunicación	6	5	1	Estudio de los elementos 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/B		Teoría de la Información	6	5	1	Estudio de las formas y procesos de la comunicación. Evolución histórica.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo. Psicología Social. Sociología.

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

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		
1	1/A	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN ESCRITA	Fundamentos del Periodismo	6	3	3	Estudio y capacitación en el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
	1/B		Tecnología de la Información escrita	6	3	3		
1	1/A	PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	Fundamentos de Publicidad	6	3	3	Introducción teórica y práctica a la publicidad y a sus estructuras organizativas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
	2/A		Fundamentos de las Relaciones Públicas	6	3	3		
1	2	DOCUMENTACIÓN INFORMATIVA	Documentación Informativa	6T+3A	6	3	Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación.	Biblioteconomía y Documentación. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
1	2/A	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN AUDIOVISUAL	Introducción al Periodismo Audiovisual	6	3	3	Estudio y capacitación en el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
	2/B		Tecnología de los Medios Audiovisuales	6	3	3		

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

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	4/A	CREATIVIDAD PUBLICITARIA	Creatividad Publicitaria I: La Estrategia Creativa	10T+2A 6	3	3	Estudio de las estrategias encaminadas a la creación de mensajes en distintos soportes y medios de comunicación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
	5/A		Creatividad Publicitaria II: La Elaboración del Mensaje	6	3	3		
2	4/B	PLANIFICACIÓN Y MEDIOS PUBLICITARIOS	Investigación de Medios	10T+2A 6	3	3	Análisis de audiencias. Motivaciones y Marketing.	Comercialización e Investigación de Mercados. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Sociología.
	5/B		Planificación de Medios	6	3	3		
2	4/A	TEORÍA Y TÉCNICAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	Gestión de la Comunicación Corporativa	10T+2A 6	3	3	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.

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

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	5/A	SISTEMAS Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	Planificación y Gestión de las Relaciones Públicas	6	3	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.
	4/B		Estrategias de la publicidad y de las Relaciones Públicas	6	3	3	Investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias y de relaciones públicas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo. Psicología Social. Sociología.
	5/B		Empresa Publicitaria y de las Relaciones Públicas	6	3	3	Descripción de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades públicas: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo. Psicología Social. Sociología.

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO 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/A	Informática Básica	6	3	3	Introducción a los sistemas, lenguajes y programas informáticos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Lenguajes y Sistemas Informáticos.
1	1/B	Teoría de la Organización	6	4,5	1,5	Estudio de los diversos modelos de organización y de los principios que los sustentan.	Ciencia Política y de la Administración. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Organización de Empresas. Periodismo.
1	2/A	Lenguaje Publicitario	6	4,5	1,5	Descripción y análisis de los discursos publicitarios; sus procesos de elaboración y construcción, estructura interna. Perspectivas metodológicas y de investigación. Casos Prácticos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
1	2/B	Psicología Aplicada a la Publicidad y a las Relaciones Públicas	6	4,5	1,5	Análisis de los procesos psicológicos básicos en la publicidad y en el consumidor. Modelos psicológicos estratégicos desarrollados para la publicidad y las relaciones públicas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Psicología Social.
1	2/B	Principios de la Economía	6	4,5	1,5	Estudio de los conceptos básicos de la macroeconomía y microeconomía.	Economía Aplicada. Historia e Instituciones Económicas. Fundamentos de Análisis Económico.
1	2	Estructura Social	9	6	3	Estudio comparado de las instituciones y de los procesos básicos de la sociedad contemporánea. Estudio especial de la sociedad española actual.	Derecho Civil. Derecho del Trabajo y Seguridad Social. Derecho Financiero y Tributario. Economía Aplicada. Historia del Derecho y de las Instituciones. Sociología.

(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

MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO 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	3/A	Opinión Pública	4,5	3	1,5	Estudio de las formas y procesos mediante los que se configura la opinión pública.	Periodismo. Sociología.
1	3/B	Métodos y Técnicas de Investigación en Información	6	3	3	Estudios de los métodos de investigación de información.	Comercialización e Investigación de Mercados. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo. Sociología.
1	3/B	Humanidades (Movimientos Artísticos Contemporáneos)	4,5	3	1,5	Análisis y evolución de las manifestaciones artísticas producidas tras 1850, con especial referencia a las relacionadas con la comunicación y los mass media.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos.
1	3	Tecnologías Multimedia	9	3	6	Descripción y capacitación práctica en las tecnologías de la información que permiten integrar texto, sonido e imagen. Creación de páginas web.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Lenguajes y Sistemas Informáticos. Periodismo.
1	3/A	Estadística Aplicada a la Publicidad	6	3	3	Estadística básica y distribuciones estadísticas. Conocimiento de las nociones estadísticas necesarias para el marketing, la investigación de audiencias y la planificación de medios.	Comercialización e Investigación de Mercados. Estadística e Investigación Operativa. Sociología.
1	3/A	Fundamentos de Marketing	6	4,5	1,5	Estudio de los métodos y técnicas del marketing.	Comercialización e Investigación de Mercados.
1	3/B	Imagen Corporativa	6	4,5	1,5	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.	Comercialización e Investigación de Mercados. 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

MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO 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/A	Sociología del Consumo	6	4,5	1,5	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.	Comercialización e Investigación de Mercados. Sociología.
2	4/B	Marketing Estratégico	6	3	3	Análisis de la planificación estratégica de los medios de acción de marketing.	Comercialización e Investigación de Mercados.
2	4/A	Derecho de la Publicidad	6	4,5	1,5	Régimen jurídico de la comunicación publicitaria.	Derecho Administrativo Derecho Mercantil
2	4/B	Planificación y Gestión de la Publicidad	6	3	3	Análisis crítico y desarrollo práctico de los métodos y técnicas de organización, investigación, planificación y gestión de la comunicación publicitaria.	Comercialización e Investigación de Mercados. Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2	5	Prácticum	12	0	12	Prácticas en empresas publicitarias y de relaciones públicas o en departamentos de comunicación autónomos. Las prácticas serán evaluadas por sus tutores.	Comercialización e Investigación de Mercados. 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

MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	30
DENOMINACION (2)	CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACION A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos clínicos		
Derecho de la Empresa	6	4,5	1,5	El Ordenamiento jurídico. Instituciones básicas de Derecho Civil. Derecho Mercantil, Derecho Fiscal y Derecho Laboral.	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social. Derecho Financiero y Tributario. Derecho Mercantil. Historia del Derecho y de las Instituciones.
Inglés 1	6	4,5	1,5	Inglés específico. Comprensión de textos, entrevistas y redacción.	Filología Inglesa.
Inglés 2	6	4,5	1,5	Comprensión y utilización del idioma en el lenguaje empresarial moderno.	Filología Inglesa.
Informática Aplicada a la Gestión de las Empresas	6	1,5	4,5	Manejo de tratamiento de textos, bases de datos y hojas de cálculo. Programas aplicados a la gestión de las empresas.	Comercialización e Investigación de Mercados. Economía Financiera y Contabilidad. Lenguajes y Sistemas Informáticos. Organización de Empresas.
Sociología	6	4,5	1,5	Análisis de los principales conceptos y generalizaciones sobre la sociedad humana y sus procesos.	Antropología Social. Sociología.
Comercio Exterior (International Trade)	6	4,5	1,5	Teoría estándar del comercio exterior. Dotación de factores e intercambio. Crecimiento económico y comercio internacional. Restricciones comerciales. Barreras comerciales no arancelarias y neoproteccionismo. Integración económica. Mercados de divisas y tasas de cambio. Integración monetaria y comercio internacional.	Economía Aplicada. Fundamentos de Análisis Económico.
Ética de la Empresa	6	4,5	1,5	Relaciones entre ética y actividad empresarial. Principios éticos y deontológico en publicidad y relaciones públicas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Filosofía moral. Organización de Empresas.

(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 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	30
DENOMINACION (2)	CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACION A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos clínicos		
Dirección de la Innovación y la Tecnología	6	4,5	1,5	Innovación y nuevos productos. Proceso de desarrollo de nuevos productos. Adopción y difusión de innovaciones. Estrategia tecnológica.	Organización de Empresas.
Dirección y Gestión de Personal	6	4,5	1,5	Objetivos, políticas y planificación. Técnicas y sistemas de gestión del personal.	Organización de Empresas. Psicología Social.
Marketing Directo y Relacional (Direct Marketing)	6	4,5	1,5	Estudio y aplicación de técnicas de marketing directo y telemarketing.	Comercialización e Investigación de Mercados. Comunicación Audiovisual y Publicidad.
ORIENTACIÓN: GESTIÓN PUBLICITARIA					
Creación de Empresas	6	4,5	1,5	Creatividad. Iniciativa empresarial. Proceso evolutivo de la creación de la empresa. Plan de negocios.	Organización de Empresas.
Investigación de Mercados	6	4,5	1,5	Estudio de los métodos y las técnicas de investigación de mercados.	Comercialización e Investigación de Mercados.
Gestión de Cuentas	6	4,5	1,5	Estudio teórico y práctico de los procesos de gestión de las cuentas publicitarias.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Fundamentos del Análisis Económico.
Gestión de Nuevos Soportes Publicitarios	6	4,5	1,5	Análisis de los procesos de gestión de los nuevos soportes publicitarios.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Planificación y Evaluación de Campañas Publicitarias	6	4,5	1,5	Profundización en el conocimiento y la aplicación práctica de los procesos estratégicos de planificación de la publicidad. Análisis de las técnicas de evaluación.	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 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 (1)

2. ENSEÑANZAS DE: CICLO (2)

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

4. CARGA LECTIVA GLOBAL: 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	48	12				60
	2º	27	27	6			60
	3º		42	12	6		60
II CICLO	4º	24	24		12		60
	5º	24	12	12	12		60
TOTAL		123	117	30	30		300

(1) Se indicará lo que corresponda.
 (2) Se indicará lo que corresponda según el art. 4º del R.D. 1497/987 (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 estudio 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) PRACTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PUBLICAS 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: 12 CREDITOS.

--EXPRESIÓN DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8): * OBLIGATORIAS (PRÁCTICUM), 29 HORAS EQUIVALEN A 1 CRÉDITO PRACTICO

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

-- 1º CICLO AÑOS

-- 2º CICLO AÑOS

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

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEÓRICOS	PRÁCTICOS/ CLÍNICOS
1º	60	38,5	21,5
2º	60	39	21
3º	54	33	21
4º	48	27	21
5º	48	21	27
Libre Configuración	30		
Totales	300	158,5	111,5

(6) Si 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) Si 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:

- 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
- 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.º R.D. 1497/87)
- Periodo de escolaridad mínimo, en su caso (artículo 9.º 2.º 4.º R.D. 1497/87)
- 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.

1. a) Orden 5 de junio de 1992. (B.O.E. 12/06/1992), por la que se establecen las titulaciones y estudios previos de primer ciclo, así como los complementos de formación con los que se puede acceder a las enseñanzas del segundo ciclo, conducentes a la obtención del título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

a) ORDENACIÓN TEMPORAL DEL APRENDIZAJE

PRIMER CURSO	
Cuatrimestre 1º	Cuatrimestre 2º
Análisis del entorno social y de su evolución histórica (9) T	
Lengua (9) T	
Teoría de la Comunicación (6) T	Teoría de la Información (6) T
Fundamentos del Periodismo (6) T	Tecnología de la Información escrita (6) T
Fundamentos de Publicidad (6) T	Teoría de la Organización (6) Ob.
Informática básica (6) Ob.	

Total créditos curso: 60 créditos

SEGUNDO CURSO	
Cuatrimestre 1º	Cuatrimestre 2º
Documentación Informativa (9) T	
Estructura Social (9) Ob.	
Introd. al Periodismo Audiovisual (6) T	Tecnología de los Medios Audiovisuales (6) T
Fundamentos de las Relaciones Públicas (6) T	Psicología Aplicada a la Publicidad y a las Relaciones Públicas (6) Ob.
Lenguaje Publicitario (6) Ob.	Principios de la Economía (6) Ob.
Optativa (6)	

Total créditos curso: 60 créditos

TERCER CURSO	
Cuatrimestre 1º	Cuatrimestre 2º
Tecnologías Multimedia (9) Ob.	
Estadística aplicada a la Publicidad (6) Ob.	Métodos y técnicas de Investigación en Información (6) Ob.
Fundamentos de Marketing (6) Ob.	Imagen Corporativa (6) Ob.
Opinión Pública (4,5) Ob.	Humanidades (Movimientos Artísticos Contemporáneos) (4,5) Ob.
Optativa (6)	Optativa (6)
Libre Configuración (6)	

Total créditos curso: 60 créditos

CUARTO CURSO	
Cuatrimestre 1º	Cuatrimestre 2º
Creatividad Publicitaria I: La Estrategia Creativa (6) T	Investigación de Medios (6) T
Gestión de la Comunicación Corporativa (6) T	Estrategias de la Publicidad y de las Relaciones Públicas (6) T
Sociología del Consumo (6) Ob.	Marketing Estratégico (6) Ob.
Derecho de la Publicidad (6) Ob.	Planificación y Gestión de la Publicidad (6) Ob.
Libre Configuración (12)	

Total créditos curso: 60 créditos

QUINTO CURSO	
Cuatrimestre 1º	Cuatrimestre 2º
Creatividad Publicitaria II: La elaboración del Mensaje (6) T	Planificación de Medios (6) T
Planificación y Gestión de las Relaciones Públicas (6) T	Empresa Publicitaria y de las Relaciones Públicas (6) T
Optativa (6)	Optativa (6)
Practicum (12) Ob.	
Libre Configuración (12)	

Total crédito curso: 60 créditos