4951 *RESOLUCIÓN de 20 de febrero de 2004, de la Universidad Abat Oliba CEU, por la que se ordena la publicación del Plan de Estudios conducente al título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.*

Habiendo sido notificado por la Secretaría General del Consejo de Coordinación Universitaria, en fecha 18-II-2004, el acuerdo de la Comisión Académica de 17 de febrero de 2004, por el cual se homologa el Plan de Estudios conducente al título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universitat Abat Oliba CEU, y en virtud de las competencias asignadas por el artículo 35.1 de las Normas de Organización y Funcionamiento, aprobadas por el Patronato Universitario en fecha 10 de octubre de 2003, este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación en el «Boletín Oficial del Estado» del mencionado plan de estudios, tal y como figura en el anexo, a los efectos de lo dispuesto en el artículo 10.2 del Real Decreto 1.497/1987, de 27 de noviembre.

Barcelona, 20 de febrero de 2004.—El Rector, Juan F. Corona Ramón.

ANEXO 2-A: CONTENIDO DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD **ABAT OLIBA CEU**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES

CICLO	DENOMINACIÓN[5]	ASIGNATURAS[6]	CURSO[7]	CR. TOTAL[8]	CR. TEÓRICO	CR. PRÁCTICO	BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A LAS ÁREAS DE CONOCIMIENTO[9]
I	ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIAL Y DE SU EVOLUCIÓN HISTÓRICA	*Análisis del entorno social y de su evolución histórica*	1	8	7	1	Profundización en las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones política, económica y social. Evolución histórica.	Historia Contemporánea, Sociología, Ciencia Política y de la Administración, Historia del Derecho y de las Instituciones, Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos, Historia e Instituciones Económicas.
	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN AUDIOVISUAL	*Comunicación e Información Audiovisual 1*	2	6	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios audiovisuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo
		Comunicación e Información Audiovisual 2	2	6	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios audiovisuales (cont).	
	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN ESCRITA	*Comunicación e Información Escrita 1*	1	6	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.	Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad
		Comunicación e Información Escrita 2	1	6	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos (cont.).	
	DOCUMENTACIÓN INFORMATIVA	*Documentación Informativa*	2	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
	LENGUA	*Lengua*	1	8	4	4	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española o de la catalana.	Filología catalana, Lengua Española
	PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	*Introducción a la Publicidad*	1	6	3	3	Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
		Introducción a las Relaciones Públicas	1	6	3	3	Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas (cont.).	
	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y TEORÍA DE LA INFORMACIÓN	*Teoría de la Comunicación*	1	5	4	1	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evaluación histórica.	Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo, Psicología Social, Sociología
		Teoría de la Información	2	5	4	1	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evaluación histórica (cont.).	
II	CREATIVIDAD PUBLICITARIA	*Creatividad publicitaria*	4	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
		Estrategias creativas y dirección de Arte	4	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 (cont.).	

[5] La relación de materias troncales repetirá la contenida en el R.D. de Directrices generales propias del título de que se trate.

[6] La Universidad cumplimentará este apartado en el caso de que opte por la posibilidad de organización / diversificación de la materias troncales en asignaturas.

[7] La especificación por cursos es opcional para la Universidad.

[8] La Universidad consignará los créditos correspondientes establecidos para la troncal en el R.D. de directrices propias. Si organiza / diversifica la troncal en asignaturas, distribuirá tales créditos entre las asignaturas resultado de la diversificación. En el caso de que la Universidad impute los créditos utilizables para materias obligatorias u optativas, a la enseñanza de las materias troncales, lo consignará en los siguientes términos:

a) Si la Universidad no organiza / diversifica la troncal en asignaturas, imputará a ella los créditos suplementarios respecto a los establecidos para la troncal en el R.D. de directrices generales propias, haciendo constar la distinción entre los créditos troncales (T) y los adicionales (A), con la mención correspondiente (p.ej. 2T+2A).

b) Si la Universidad organiza / diversifica la troncal en asignaturas, distribuirá el total de créditos (T+A) entre las asignatura resultado de la diversificación, consignando los créditos correspondientes a cada asignatura mediante la distribución T+A.

[9] La vinculación de las materias troncales a áreas de conocimiento, que corresponderá a la establecida en el R.D. de directrices Generales propias del Título de que se trate, se hará constar en los siguientes términos.

a) Si la Universidad no organiza / diversifica la Materia troncal en asignaturas, repetirá en este apartado la vinculación troncales - áreas de conocimiento establecida en el Real Decreto de Directrices Generales aplicable, y consignará en el anexo 3, apartado II.2, la asignación de su docencia al área o áreas (Departamento/s), de las vinculadas a la troncal por dicho Real Decreto, que haya decidido.

b) Si la Universidad ha optado por organizar/diversificar la materia troncal en asignaturas, consignará en este apartado el área o áreas (Departamento/s), de las vinculadas a la troncal por el Real Decreto de Directrices Generales propias, a las que asigna la docencia de cada asignatura.

	PLANIFICACIÓN Y MEDIOS PUBLICITARIOS	*Planificación publicitaria*	3	5	2	3	Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing.	Comercialización e Investigación de mercados, Comunicación Audiovisual y Publicidad, Sociología
		Medios publicitarios	3	5	3	2	Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.	
	SISTEMAS Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	*Sistemas y procesos de la publicidad*	4	5	2	3	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores.	Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo, Psicología social, Sociología
		Sistemas y procesos de las relaciones públicas	4	5	3	2	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades de relaciones públicas: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores.	
	TEORÍA Y TÉCNICAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	*Teoría y técnicas de las relaciones públicas 1*	3	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
		Teoría y técnicas de las relaciones públicas 2	3	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 (cont.).	

ANEXO 2-B: CONTENIDO DEL PLAN DE ESTUDIOS

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD

Curso	Denominación	Cr. Totales	Cr. Teórico	Cr. Práctic.	Breve descripción del contenido	Vinculación a las áreas de conocimiento
3	*Doctrina Social de la Iglesia*	9	6	3	Elementos de doctrina social de la Iglesia Católica.	Filosofía Moral
4	*Practicum*	14	0	14	Practicum en organizaciones y entidades publicitarias.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
4	*Trabajo Fin de Carrera*	10	0	10	Trabajo fin de carrera.	Comunicación Audiovisual y Publicidad

ANEXO 2-C: CONTENIDO DEL PLAN DE ESTUDIOS

3. MATERIAS OPTATIVAS

Denominación	Cr. Totales	Cr. Teórico	Cr. Práctic.	Breve descripción del contenido	Vinculación a las áreas de conocimiento
Auditoría de la imagen corporativa	7	4	3	Concepto y técnicas de la auditoría aplicada a la imagen de empresas y corporaciones.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Comunicación en las nuevas tecnologías	7	4	3	Introducción a las estrategias de comunicación en las nuevas tecnologías.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Comunicación institucional y corporativa	7	4	3	Introducción a la teoría y la técnica aplicada a la comunicación corporativa.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Comunicación y propaganda política	7	4	3	Introducción a la teoría y la técnica aplicada a la comunicación y la propaganda política.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Creación y gestión de marcas	7	2	5	Introducción a las marcas comerciales: creación y gestión publicitaria.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Derecho de la Publicidad	7	4	3	Introducción al régimen jurídico de la publicidad.	Derecho Mercantil
Diseño gráfico publicitario	7	2	5	Introducción a las técnicas del diseño gráfico publicitario.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Empresa de Comunicación	6	3	3	Teoría y práctica de la organización y gestión de la empresa de comunicación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad, Organización de Empresas
Empresa Publicitaria	6	3	3	Teoría y práctica de la organización y gestión de la empresa publicitaria.	Comunicación Audiovisual y Publicidad, Organización de Empresas
Estadística para Publicistas 1	7	4	3	Conceptos fundamentales de las ciencias estadísticas.	Estadística e Investigación Operativa
Estadística para Publicistas 2	6	3	3	Métodos y técnicas estadísticas aplicados a la publicidad.	Estadística e Investigación Operativa
Estructura del sistema audiovisual	8	4	4	Estructura del sistema audiovisual.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Ética y Deontología Profesional	6	4	2	Elementos de deontología profesional aplicada a las ciencias de la comunicación y la información.	Filosofía Moral, Comunicación Audiovisual y Publicidad
Introducción a la Contabilidad	6	3	3	Conceptos fundamentales de la contabilidad empresarial.	Economía Financiera y Contabilidad
Investigación de Mercados	8	4	4	Elementos fundamentales de la comercialización e investigación de mercados.	Comercialización e Investigación de Mercados
Lengua Avanzada	8	2	6	Conocimiento y uso avanzado de la lengua española o catalana aplicada a la comunicación.	Filología Catalana, Lengua Española
Lengua Extranjera 1	5	1	4	Introducción básica al conocimiento de una lengua extranjera.	Filología correspondiente
Lengua Extranjera 2	5	1	4	Introducción teórico-práctica al uso de una lengua extranjera.	Filología correspondiente
Lengua Extranjera 3	5	1	4	Introducción teórico-práctica al uso de una lengua extranjera.	Filología correspondiente
Lengua Extranjera 4	5	1	4	Conocimiento y uso avanzado de una lengua extranjera.	Filología correspondiente

Mercadotecnia 1	8	4	4	Estudio avanzado de las técnicas y estrategias aplicadas a la mercadotecnia.	Comercialización e Investigación de Mercados
Mercadotecnia 2	8	4	4	Estudio avanzado de las técnicas y estrategias aplicadas a la mercadotecnia (cont.).	Comercialización e Investigación de Mercados
Metodología del Trabajo Científico	9	2	7	Elementos fundamentales de la metodología del trabajo científico aplicado a los estudios universitarios.	Estadística e Investigación Operativa
Narrativa audiovisual 1	6	2	4	Fundamentos de la narrativa audiovisual.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Narrativa audiovisual 2	6	2	4	Narrativa audiovisual especializada.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Opinión Pública	7	4	3	Análisis de la construcción y expresión de la opinión pública.	Comunicación Audiovisual y Publicidad, Sociología
Políticas Publicitarias Corporativas	9	5	4	Estudio de la dirección estratégica de la publicidad en las corporaciones.	Comercialización e Investigación de Mercados, Economía Financiera y Contabilidad
Producción audiovisual	7	3	4	Fundamentos de la producción audiovisual.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Psicosociología del consumo	5	2	3	Elementos fundamentales de la psicosociología del consumo.	Comercialización e Investigación de Mercados
Publicidad y globalización	6	3	3	La publicidad ante el entorno económico mundial de la globalización.	Comunicación Audiovisual y Publicidad, Economía Aplicada, Fundamentos del Análisis Económico
Publicidad y entorno económico	6	3	3	La publicidad ante el entorno económico español y su proceso de integración comunitaria.	Comunicación Audiovisual y Publicidad, Economía Aplicada, Fundamentos del Análisis Económico
Realización audiovisual	8	3	5	Fundamentos de la realización audiovisual.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Redacción publicitaria	7	2	5	Introducción a las técnicas de la redacción publicitaria.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Seminario 1	9	5	4	Seminario de prospectiva sobre la evolución de la empresa publicitaria.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Seminario 2	9	5	4	Seminario de especialización sobre la evolución de la profesión publicitaria.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Taller	9	5	4	Taller de prospectiva sobre las nuevas tecnologías publicitarias.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Técnicas de protocolo	7	2	5	Introducción a la teoría y la técnica aplicada al protocolo institucional y corporativo.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Teoría de la Comunicación audiovisual	7	5	2	Teoría de la comunicación audiovisual.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Teoría y técnica cinematográfica	7	3	4	Introducción a la teoría y la técnica de la cinematografía.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Teoría y técnica del lenguaje fotográfico	9	4	5	Introducción a la teoría y la técnica del lenguaje fotográfico.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Teoría y técnica del lenguaje radiofónico	9	4	5	Introducción a la teoría y la técnica del lenguaje radiofónico.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Teoría y técnica del lenguaje televisivo	9	4	5	Introducción a la teoría y la técnica del lenguaje televisivo.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Teoría y técnicas de negociación	9	6	3	Dinámica y gestión del conflicto. Estrategias de prevención y reducción del conflicto. Fundamentos y técnicas de negociación.	Psicología Social

ANEXO 3: ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD **ABAT OLIBA CEU**

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

[10]**LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

2. ENSEÑANZAS DE

[11]**PRIMER** y **SEGUNDO** CICLO

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

[12]**FACULTAT DE CIÈNCIES SOCIALS** (Llei 20/2003, de 4 de julio, del Parlament de Catalunya)

4. CARGA LECTIVA GLOBAL

[13]**300** CRÉDITOS

Distribución de los créditos

Ciclo	Curso	Materias Troncales	Materias Obligatorias	Materias Optativas	Créditos de Libre Configuración[14]	Totales
Primero	**Primero**	**45**	**0**	**20**	**10**	**75**
Primero	**Segundo**	**23**	**0**	**42**	**10**	**75**
Segundo	**Tercero**	**20**	**9**	**31**	**15**	**75**
Segundo	**Cuarto**	**20**	**24**	**21**	**10**	**75**
	Totales	**108**	**33**	**114**	**45**	**300**

5. **SI** SE EXIGE TRABAJO, PROYECTO FIN DE CARRERA, EXAMEN O PRUEBA GENERAL NECESARIA PARA OBTENER EL TÍTULO[15]

6. **SI** SE OTORGAN POR EQUIVALENCIA CRÉDITOS A:[16]

X	Prácticas en empresas, instituciones públicas o privadas, etc.
X	Trabajos académicamente dirigidos
X	Estudios realizados en el marco de convenios internacionales suscritos por la universidad
X	Otras actividades

Expresión, en su caso, de los créditos otorgados: **30 (prácticos)**

Expresión del referente de la equivalencia:[17] **Optativas (20 horas por crédito)**

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

[18]**2** AÑOS (PRIMER CICLO)
2 AÑOS (SEGUNDO CICLO)

8. DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO

Año académico	Créditos Teóricos	Créditos prácticos/clínicos	Total créditos
Primero	**45**	**30**	**75**
Segundo	**40**	**35**	**75**
Tercero	**35**	**40**	**75**
Cuarto	**30**	**45**	**75**

CONSEJO DE COORDINACIÓN UNIVERSITARIA
SECRETARIA GENERAL

[10] Se indicará lo que corresponda.

[11] Se indicará lo que corresponda según el artículo 4º del RD 1497/87 (de 1º ciclo; de 1º y 2º ciclo; de sólo 2º ciclo) y las previsiones del RD de directrices generales propias del título de que se trate.

[12] Se indicará el Centro Universitario, con expresión de la norma de creación del mismo o de la decisión de la Administración correspondiente por el que se autoriza la impartición de enseñanzas por dicho centro.

[13] Dentro de los límites establecidos por el RD de directrices generales propias de los planes de estudios del título de que se trate.

[14] Al menos el 10% de la carga lectiva "global".

[15] 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.

[16] Si o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En el primer caso se especificará la actividad a la que se otorgan los créditos por equivalencia.

[17] En su caso, se consignará "materias troncales", "obligatorias", "optativas", "Trabajo fin de carrera", etc., así como la expresión del numero de horas atribuido, por equivalencia, a cada crédito y el carácter teórico o práctico de éste.

[18] Se expresará lo que corresponda según lo establecido en la directriz general segunda del RD de directrices generales propias del título de que se trate

II. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. La Universidad deberá referirse necesariamente a los siguientes extremos:
a) Régimen 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 5 y 8.2 del RD1497/87.
b) Determinación, en su caso de la ordenación temporal del aprendizaje, fijando secuencias entre materias o asignaturas o entre conjuntos de ellas (art. 9.1 RD 1497/87).
c) Periodo de escolaridad mínimo, en su caso (art. 9.2.4 RD 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 (art. 11 RD 1497/87).
2. Cuadro de asignación de la docencia de las materias troncales a áreas de conocimiento. A cumplimentar 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 RD 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 RD), así como especificar cualquier decisión o criterio sobre la organización de su plan de estudios que estime relevante. En tordo caso, estas especificaciones no constituyen objeto de homologación por el Consejo de Coordinación Universitaria).

1.a) Régimen de acceso al 2º Ciclo de la licenciatura (arts. 5 y 8.2 RD 1497/87):
De acuerdo con la definición de los objetivos de la licenciatura así como con la previsión académica del perfil profesional de los titulados, se requerirá la superación del 80% de las asignaturas correspondientes a las materias troncales del primer ciclo de la titulación.

1.b) Ordenación temporal del aprendizaje (art. 9.1 RD 1497/87):
Todas las asignaturas son de duración semestral. La suma de asignaturas troncales y obligatorias de la Universidad a cursar por el alumnado en ningún caso podrá superar las seis asignaturas de impartición simultánea, de acuerdo con el RD 779/1998, de 30 de abril. No se fijan secuencias entre asignaturas ni, por tanto, incompatibilidades para su curso.

CICLO I	PRIMER CURSO						SEGUNDO CURSO					
	SEMESTRE 1			SEMESTRE 2			SEMESTRE 3			SEMESTRE 4		
	Asignatura	M.	Cr	Asignatura	M.	Cr	Asignatura	M.	Cr	Asignatura	M.	Cr
	Comunicación e información escrita 1	TR	6	*Comunicación e información escrita 2*	TR	6	*Comunicación e información audiovisual 1*	TR	6	*Comunicación e información audiovisual 2*	TR	6
	Introducción a la Publicidad	TR	6	*Introducción a la Relaciones Públicas*	TR	6	*Documentación Informativa*	TR	6	Asignatura Optativa	OP	7
	Lengua	TR	8	*Teoría de la Comunicación*	TR	5	*Teoría de la Información*	TR	5	Asignatura Optativa	OP	7
	Asignatura Optativa	OP	6	*Análisis del entorno social y de su evolución histórica*	TR	8	Asignatura Optativa	OP	7	Asignatura Optativa	OP	7
	Asignatura Optativa	OP	7	Asignatura Optativa	OP	7	Asignatura Optativa	OP	7	Asignatura Optativa	OP	7
	Materias Libre Elección	LE	5	Materias Libre Elección	LE	5	Materias Libre Elección	LE	5	Materias Libre Elección	LE	5
		Total:	38		Total:	37		Total:	36		Total:	39
CICLO II	TERCER CURSO						CUARTO CURSO					
	SEMESTRE 5			SEMESTRE 6			SEMESTRE 7			SEMESTRE 8		
	Asignatura	M.	Cr	Asignatura	M.	Cr	Asignatura	M.	Cr	Asignatura	M.	Cr
	Planificación Publicitaria	TR	5	*Medios Publicitarios*	TR	5	*Creatividad Publicitaria*	TR	5	*Estrategias creativas y dirección de arte*	TR	5
	Teoría y técnicas de las Relaciones Públicas 1	TR	5	*Teoría y técnicas de las Relaciones Públicas 2*	TR	5	*Sistemas y procesos de la Publicidad*	TR	5	*Sistemas y procesos de las Relaciones Públicas*	TR	5
	Asignatura Optativa	OP	8	*Doctrina Social de la Iglesia*	OB	9	Asignatura Optativa	OP	7	*Trabajo Fin de Carrera*	OB	10
	Asignatura Optativa	OP	8	Asignatura Optativa	OP	7	Asignatura Optativa	OP	7	*Practicum*	OB	14
	Materias Libre Elección	LE	5	Asignatura Optativa	OP	8	Asignatura Optativa	OP	7	Materias Libre Elección	LE	5
	Materias Libre Elección	LE	5	Materias Libre Elección	LE	5	Materias Libre Elección	LE	5			
		Total:	36		Total:	39		Total:	36		Total:	39

1.c) Periodo de escolaridad mínimo (art. 9.2.4 RD 1497/87):
No se establece.

1.d) Mecanismos de adaptación y/o convalidación en caso de plan antiguo (art. 11 RD 1497/87):
No es el caso.

2. Cuadro de asignación de la docencia de las materias troncales a áreas de conocimiento.
A cumplimentar en el supuesto a) de la Nota 5 del Anexo 2-A.

3. Aclaraciones.
No se adjuntan.