

7316 RESOLUCIÓN de 4 de abril de 2006, de la Universidad Oberta de Catalunya, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Una vez comprobada la propuesta por el Consejo de Coordinación Universitaria, en sesión celebrada el día 9 de marzo de 2006, se acuerda la aprobación de la propuesta de modificación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas de esta Universidad, publicado en el Boletín Oficial del Estado de 17 de marzo de 2006,

Este Rectorado, en cumplimiento de lo previsto en el artículo 6.2 del Real Decreto 49/2004, de 19 de enero, en la nueva redacción dada por el

Real Decreto 55/2005, de 21 de enero (BOE de 25 de enero), ha resuelto ordenar su publicación de la modificación consistente en incluir en la lista de optativas las asignaturas Comunicación de crisis, de 4,5 créditos; Comunicación persuasiva en los medios digitales, de 6 créditos; Ética y régimen jurídico de la publicidad y las relaciones públicas, de 6 créditos; Fuentes de información en economía y empresa, de 4,5 créditos; Fundamentos de la fotografía publicitaria digital, de 4,5 créditos; Lobbismo y grupos de influencia, de 4,5 créditos; Protocolo y organización de eventos, de 4,5 créditos; Redacción periodística, de 4,5 créditos. Y eliminar de la lista de optativas las siguientes asignaturas: Inglés I, de 4,5 créditos, e Inglés II, de 4,5 créditos.

Barcelona, 4 de abril de 2006.—La Rectora, Imma Tubella Casadevall.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

OBERTA DE CATALUNYA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	42,5
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Arte y estética digital	4,5	2,5	2	Concepto de arte interactivo. Tipos de arte interactivo. Arte y tecnología. Análisis de formas y técnicas artísticas donde creador y espectador interaccionan con la obra a partir de las tecnologías audiovisuales. Casos prácticos: museografía, pintura, escultura, animación interactiva y otros artes virtuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Estética y Teoría de las Artes Lenguajes y Sistemas Informáticos
Comunicación corporativa	4,5	2,5	2	Comunicación corporativa. Comunicación interna. Gabinetes de prensa. Comunicación en situaciones de crisis. Plan de comunicación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Organización de Empresas
Comunicación de crisis	4,5	2	2,5	Estudio y capacitación en las estrategias y técnicas que permiten gestionar la comunicación de las organizaciones en situaciones de crisis.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Comunicación del patrimonio cultural	4,5	2,5	2	Introducción y teoría del patrimonio cultural. Planificación, diseño y gestión de proyectos de comunicación del patrimonio cultural. Técnicas de comunicación aplicadas a la difusión del patrimonio cultural.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Historia del Arte
Comunicación y información audiovisuales I	6	4	2	Fundamentos de teoría de la comunicación audiovisual. Proceso comunicativo. Comunicación y comunicación de masas. Lenguaje audiovisual. Elementos tecnológicos y lenguaje audiovisual.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Comunicación y información audiovisuales II	6	4	2	Fundamentos teóricos del montaje. El proyecto audiovisual. Fases de la producción audiovisual. Fundamentos de análisis de productos audiovisuales. Percepción, espectadores, perspectivas metodológicas. Análisis de casos de proyectos audiovisuales reales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Comunicación interna	4,5	2,5	2	Estudio de los procesos de comunicación interna de las empresas e instituciones. Análisis del impacto de los flujos de comunicación internos en la organización. Gestión de la comunicación interna.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Organización de Empresas
Comunicación organizativa en sectores especializados	4,5	2,5	2	Análisis de los procesos de comunicación interna específicos de sectores singulares de la actividad económica, social o política.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Organización de Empresas
Comunicación política y de instituciones públicas	4,5	2,5	2	Estudio de los procesos de comunicación propios de las organizaciones políticas y las instituciones públicas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Ciencia Política y de la Administración
Comunicación persuasiva en los medios digitales	6	3	3	Estudio y capacitación en el uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación en el ámbito de la publicidad y de las relaciones públicas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad

UNIVERSIDAD

OBERTA DE CATALUNYA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TITULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	42,5
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Dirección de cuentas	4,5	2,5	2	La función de dirección de cuentas en el sector publicitario. Fundamentos teóricos de la dirección de cuentas. Desarrollo operativo y práctica de la dirección de cuentas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Organización de Empresas
Diseño visual	4,5	2,5	2	Conceptos básicos de diseño en entornos multimedia. El espacio. Colores y formas gráficas. Estructura de la imagen. Movimiento y animación. Tipografía. Diseño sonoro en productos multimedia. Manipulación de imagen fija. Fundamentos de animación digital.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Lenguajes y Sistemas Informáticos
Documentación audiovisual	4,5	2,5	2	Gestión documental en el campo audiovisual. Fuentes de información. Análisis documental. Clasificación e indexación. Descripción de contenidos. Servicios de documentación en programas informativos. Funcionalidad y preservación de los recursos de información. Digitalización de fuentes documentales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Bibliotecología y Documentación Periodismo
Economía de la empresa	6	4	2	Los agentes económicos. La empresa y sus áreas funcionales: Producción, inversión, financiación y comercialización. Estructura empresarial española y de su entorno.	Economía Aplicada. Economía Financiera y Contabilidad. Fundamentos de Análisis Económico. Organización de Empresas
Estrategias de producción y distribución multiplataforma	4,5	2,5	2	Producción industrial multimedia. Contexto de la producción multimedia. Tecnología de la producción multimedia. Confección y elaboración de productos multimedia. Soportes, modas de producción y distribución. Dirección del proceso de producción.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Organización de Empresas Lenguajes y Sistemas Informáticos
Estructura del sistema audiovisual	4,5	2,5	2	Descripción e investigación de la naturaleza y las interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores. Introducción histórica al sistema audiovisual en Europa. Modelos de gestión en televisión. Programación y audiencias. Actores en la industria televisiva. Géneros televisivos. Sectores audiovisuales emergentes en la Sociedad de la Información. Concentración de medios. Convergencia de medios.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Organización de Empresas. Periodismo.

UNIVERSIDAD

OBERTA DE CATALUNYA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TITULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	42,5
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Ética y régimen jurídico de la comunicación	6	4	2	Profundización en el marco jurídico y en los principios éticos vinculados al ejercicio de las actividades propias de la comunicación persuasiva.	Comunicación Audiovisual y Publicidad; Derecho Administrativo; Derecho Constitucional, y Derecho Mercantil Bibliotecología y documentación. Economía aplicada. Organización de empresas..
Fuentes de información en economía y empresa	4,5	3	1,5	Análisis de las fuentes de información en Economía y Empresariales: fuentes de referencias primarias y secundarias, y su evaluación. La red Internet en Economía y Empresa: grupos de noticias, listas de discusión. Estrategias de investigación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Fundamentos de la fotografía publicitaria digital	4,5	2	2,5	Introducción teórica y práctica al uso de la fotografía digital con finalidades promocionales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Fundamentos de tecnología audiovisual	4,5	1,5	3	Técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases. (Principios básicos de óptica. Imagen y percepción. Tecnología fotográfica. Tecnología cinematográfica. Grabación de sonido. Tecnología del vídeo y la televisión. Tecnología y producción audiovisual: iluminación, plató, control de realización, grabación de exteriores, unidades móviles, etc. Transmisión de señal. Vídeo y audio digital. Internet).	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Interacción de humanos con ordenadores	4,5	3	1,5	Alternativas de diseño de comunicación usuario/sistema. Métodos de investigación sobre conducta del usuario. Impacto organizacional de los sistemas de información.	Lenguajes y sistemas informáticos. Ciencia de la computación e inteligencia artificial. Psicología básica.
Investigación de mercados I	4,5	2	2,5	Métodos y técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación del mercado. Tipología, segmentaciones, dinámica y prospectiva del mercado.	Comercialización e Investigación de Mercados. Economía Aplicada. Estadística e Investigación Operativa. Metodología de las Ciencias del Comportamiento. Sociología.
Lenguaje publicitario	4,5	2,5	2	Teoría y análisis del lenguaje publicitario. Evolución histórica. Nuevas tendencias.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Lenguaje, expresión y comunicación	8	5	3	Recursos orales y escritos: sus técnicas.	Filología Catalana. Lengua Española Lingüística General
Lobbismo y grupos de influencia	4,5	3	1,5	Profundización en las técnicas y estrategias empleadas por las organizaciones sociales para participar en la toma de decisiones.	Comunicación Audiovisual y Publicidad, y Ciencia Política y de la Administración

UNIVERSIDAD

OBERTA DE CATALUNYA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TITULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	42,5
				- por ciclo	42,5
				- curso	
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Marketing, distribución y publicidad audiovisual	4,5	2,5	2	Principios generales de marketing. Análisis de productos audiovisuales en el campo de la publicidad. Patrocinio y esponsorización. Canales de distribución de productos audiovisuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Comercialización e Investigación de Mercados
Marketing electrónico	6	4	2	Marketing y comercio electrónico. Las redes telemáticas como canal de distribución y medio para la comunicación comercial. Internet como mercado.	Comercialización e Investigación de Mercados
Marketing II	6	3	3	Técnicas de decisión e influencia sobre el mercado.	Comercialización e Investigación de Mercados. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Economía Aplicada. Sociología.
Marketing relacional	4,5	2,5	2	Fundamentos y origen del marketing relacional. Ámbitos de actuación. Herramientas de marketing relacional. Diseño de un sistema de marketing relacional.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Comercialización e Investigación de Mercados. Economía Aplicada. Organización de Empresas. Lenguajes y Sistemas Informáticos.
Medios de comunicación digital	4,5	2,5	2	Evolución de los diferentes medios de comunicación frente a la Sociedad de la Información. Internet como medio de comunicación. Convergencia. WebTV y TVWeb. Plataformas digitales. Televisión digital terrestre. Televisión por cable. Comunicaciones móviles. Radio digital. Cine digital. Vídeo interactivo. Vídeo a la carta. Las publicaciones electrónicas. Cultura y medios de comunicación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Teoría de la Señal y Comunicaciones Lenguajes y Sistemas Informáticos Organización de Empresas Comercialización e Investigación de Mercados
Planificación estratégica de marketing	4,5	2,5	2	La planificación estratégica de marketing. Diseño del programa de marketing: el plan de marketing. El control estratégico y operativo.	Comercialización e Investigación de Mercados
Prácticum II	4,5	0	4,5	Trabajo dirigido que permite la profundización en la aplicación a casos concretos y la integración de los diversos conocimientos y habilidades adquiridos durante los estudios.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Protocolo y organización de eventos	4,5	2	2,5	Estudio y capacitación en la organización y celebración de eventos como técnica de relaciones públicas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad

UNIVERSIDAD

OBERTA DE CATALUNYA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TITULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	42,5
				- por ciclo	42,5
				- curso	
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Psicología de la comunicación	4,5	2,5	2	Comunicación como arte de captar intenciones. Características básicas de la comunicación. Perspectivas teóricas en el estudio del lenguaje. Comunicación verbal y comunicación no verbal. Percepción y comunicación. Comunicación y persuasión. Psicología de masas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Psicología Social. Psicología Básica
Publicidad y Relaciones Públicas I	6	3	3	Fundamentos teóricos de la publicidad. Procesos publicitarios. Creatividad publicitaria. Investigación de medios. El sector publicitario. Fundamentos teóricos de las relaciones públicas. Evolución de las relaciones públicas. Planificación y gestión de las relaciones públicas. Aspectos éticos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Publicidad y Relaciones Públicas II	6	3	3	Fundamentos teóricos de la publicidad. Procesos publicitarios. Creatividad publicitaria. Investigación de medios. El sector publicitario. Fundamentos teóricos de las relaciones públicas. Evolución de las relaciones públicas. Planificación y gestión de las relaciones públicas. Aspectos éticos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Redacción periodística	4,5	2	2,5	Estudio y capacitación en la redacción de textos formalmente afines a los textos propios de la labor periodística.	Periodismo, y Comunicación Audiovisual y Publicidad
Seminario de publicidad	4,5	1	3,5	Práctica del análisis y el diseño de productos publicitarios	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Sociología de la comunicación de masas	5	3	2	Introducción a la sociología (contexto histórico, conceptos básicos, escuelas). Investigación de la comunicación de masas. Comunicación mediática. Discurso mediático. Actores mediáticos. La audiencia: conceptos y análisis. Efectos de la comunicación mediada.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Sociología
Teoría de la comunicación y la información	5	3	2	Comunicación e información. Modelos teóricos. Lenguaje como sistema semiótico. Semántica. Pragmática. Acto comunicativo: mensaje, código, canal, contexto, emisor, receptor, ruido. Concepto de función en los actos comunicativos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo
Técnicas de edición electrónica	4,5	2,5	2	Fundamentos de edición electrónica. El estilo dentro de la edición electrónica. Herramientas para la edición electrónica. Gestión del servidor con información digital.	Biblioteconomía y Documentación. Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial. Lenguajes y Sistemas Informáticos.

(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) Libremente decidida por la Universidad.