

3141 *RESOLUCIÓN de 29 de enero de 2007, de la Universidad Cardenal Herrera-CEU, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.*

Una vez aprobado por el Patronato de la Universidad Cardenal Herrera-CEU, y autorizada la modificación por acuerdo de la Comisión Académica del Consejo de Coordinación Universitaria de 11 de mayo de 2005, el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Publicidad y Relaciones Públicas que se imparte en la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas y que fue homologado por Real Decreto 557/2001, de 25 de

mayo, publicado en el BOE de 14-6-2001, se modifica, por lo que este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación de la mencionada modificación del Plan de Estudios consistente en añadir trece asignaturas a la lista de optativas de conformidad con lo dispuesto en la Disposición final primera del Real Decreto 55/2005, de 21 de enero, por el que se modifica, el artículo 6.2 del Real Decreto 49/2004, de 19 de enero (BOE n.º 21, de 25 de enero de 2005).

El plan de estudios a que se refiere la presente Resolución, queda modificado conforme a lo que figura en el siguiente anexo.

Madrid, 29 de enero de 2007.-El Rector, Alfonso Bullón de Mendoza y Gómez de Valugera.

**UNIVERSIDAD CARDENAL HERRERA-CEU
LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

Planes de estudio

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso) 2º CICLO				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		
INFORMACIÓN Y RELACIONES INTERNACIONALES	6	3	3	La sociedad internacional: factores, actores y mecanismos de regulación. Los grandes temas y retos de la sociedad internacional contemporánea y su tratamiento informativo.	- Derecho Internacional Público - Periodismo
INSTITUCIONES INTERNACIONALES EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	6	3	3	Organizaciones internacionales: características, funciones y clasificación. Tratamiento informativo de las organizaciones internacionales.	- Derecho Internacional Público - Periodismo
INFORMACIÓN RELIGIOSA ESPECIALIZADA	6	3	3	Teoría y práctica de la información religiosa. Análisis de fuentes, mensajes y medios.	- Periodismo
PERIODISMO SOBRE CIENCIA Y SALUD	6	3	3	Teoría y práctica de la información sobre ciencia y salud. Análisis de fuentes, mensajes y medios.	- Periodismo
PERIODISMO ECONÓMICO	6	3	3	Teoría y práctica de la información económica. Análisis de fuentes, mensajes y medios.	- Periodismo
DISEÑO DE REVISTAS	6	2	4	Diseño de revistas de información general o especializada y revistas de comunicación interna. Evolución del diseño de las revistas y sus tendencias en el ámbito nacional e internacional. Aplicación práctica mediante herramientas informáticas	- Periodismo - Comunicación Audiovisual y Publicidad
NUEVOS MODELOS HÍBRIDOS EN LA COMUNICACIÓN DE MARCA	6	2	4	Análisis de los nuevos mensajes para construcción de marca, resultantes de la hibridación entre publicidad y entretenimiento. Formatos.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad
LA DIRECCIÓN DE ARTE EN PUBLICIDAD	6	2	4	Técnicas de expresión artística. Tendencias de expresión gráfica. Diseño tipográfico. Técnicas de expresión fotográfica. Artes gráficas. Diseño gráfico para cine publicitario. La composición, la luz, el color. Los formatos.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad
PRODUCCIÓN MUSICAL	6	2	4	Profundización en el concepto de producción musical como combinación de procesos creativo-técnicos y de gestión: cuestiones de estilo, creatividad, arte y estética, selección de profesionales, tecnologías y técnicas, estrategias sobre la venta del producto y sus autores, valoración de productos discográficos.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad
MARKETING AUDIOVISUAL	6	3	3	Aproximación al cine a través de los postulados del marketing (producto, precio, distribución y comunicación), con especial hincapié en la comunicación publicitaria como herramienta.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad
CREACIÓN DE CONTENIDOS Y GESTIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES	6	3	3	Análisis de formatos audiovisuales. Creación de contenidos adecuados a diferentes segmentos de público objetivo. Diseño del plan de marketing del producto.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad
EDICIÓN Y MONTAJE EN TELEVISIÓN	6	2	4	La edición y el montaje en televisión. Aplicación del montaje a los formatos televisivos. Creación de vídeos y tipología en función del género del programa. Perfiles de audiencia y decodificación del discurso en televisión. Sistemas de trabajo en vídeo para televisión. Herramientas y su aplicación al montaje en televisión.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad
DISEÑO DE PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN ARTÍSTICA	6	2	4	Aproximación a la historia, los conceptos básicos y la metodología de trabajo de la dirección artística. Surgimiento y evolución del concepto de diseño de producción. El diseño de producción en cine y televisión.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad