

13407 RESOLUCIÓN de 19 de junio de 2007, de la Universidad San Jorge, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Homologada por el Consejo de Coordinación Universitaria la modificación del plan de estudios conducente al título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en la disposición final primera del Real Decreto 55/2005, de 21 de enero, ha resuelto ordenar su publicación.

Zaragoza, 19 de junio de 2007.–El Rector, don Javier Pérez Herreras.

ANEXO 2 Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD SAN JORGE
PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE :

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

MODIFICACIONES DEL PLAN DE ESTUDIOS. ABRIL 2.007.

A) Materias troncales que han cambiado el curso en el que se impartían, manteniendo el ciclo.

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso	Denominación	Asignaturas en las que la Universidad, en su caso, organiza / diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Total	Teoría	Prácticos/ clínicos		
2º	4º	Creatividad publicitaria	Creatividad publicitaria II	6	3	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"
			Esta materia pasa de impartirse en 3er curso a 4º curso.					
2º	4º	Sistemas y procesos de la publicidad y de las relaciones públicas	Sistemas y procesos II	5	2	3	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelacionales entre los sujetos de las actividades publicitarias y de relaciones públicas: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Periodismo", "Psicología Social" y "Sociología"
			Esta materia pasa de impartirse en 3er curso a 4º curso.					
2º	3º	Teoría y técnica de las Relaciones Públicas	Relaciones públicas I	6	3	3	Diseño, establecimiento y desarrollo de estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas. Gestión estratégica de la imagen corporativa	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Periodismo", "Psicología Social" y "Sociología"
			Esta materia pasa de impartirse en 4º curso a 3er curso.					

B. Materias Obligatorias que han cambiado el curso en el que se impartían sin cambiar de ciclo.

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE LA UNIVERSIDAD (en su caso)								
Ciclo	Curso	Denominación		Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Total	Teoría	Prácticos/ clínicos		
2º	3º	Derecho de la Información y de la publicidad		8	7	1	Conocimientos jurídicos sobre el derecho a la información desde el punto de vista del sujeto activo y pasivo (informar y ser informado), así como indagar en los aspectos del Derecho que afectan a los medios de comunicación y a la publicidad, desde la regulación de la profesión a la actividad cotidiana	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Periodismo", "Derecho Administrativo" "Derecho Constitucional"
Esta materia pasa de impartirse en 4º curso a 3er curso.								

ANEXO C. Ampliación de la oferta de materias optativas.

Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Total	Teoría	Prácticos/ clínicos		
Sociología de la publicidad y del consumo	6	4	2	Análisis de las tendencias en la publicidad y el consumo desde una perspectiva histórica y contemporánea	"Sociología", "Psicología Social", "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Inglés I	6	3	3	Aprendizaje de la lengua y cultura inglesa (Nivel básico)	"Filología Inglesa"
Inglés II	6	3	3	Aprendizaje de la lengua y cultura inglesa (Nivel medio)	"Filología Inglesa"

Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Total	Teoría	Prácticos/ clínicos		
Tecnología de los medios audiovisuales	6	4	2	Estudio de los componentes tecnológicos, recursos y características de los diversos medios audiovisuales, conocer el manejo práctico de los equipos de radio y TV	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Narrativa audiovisual	6	3	3	Estudio de los instrumentos metodológicos que permitan analizar productos audiovisuales desde una perspectiva descriptiva y analítica-textual.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Información audiovisual	6	4	2	Estudio y análisis de la información de carácter audiovisual: producción, géneros y nuevas tecnologías. Estudio y capacitación de medios audiovisuales	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Periodismo"
Historia de las Religiones	6	4	2	Analiza la Religión como factor de Civilización y como factor de Trascendencia en las distintas etapas de la Humanidad.	"Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales"
Educación en Valores	6	4	2	Presenta unas pautas de conducta y actuación en una sociedad que experimenta y evoluciona en dos dimensiones: presencial y virtual.	"Psicología Social", "Filosofía"
Humanismo Cristiano	6	4	2	Analiza la aportación decisiva del cristianismo en la configuración de la civilización occidental.	"Historia de la Ciencia", " Prehistoria", "Derecho Eclesiástico del Estado"
Cooperación al desarrollo	6	4	2	Estudia la dinámica de las relaciones internacionales Norte-Sur y los nuevos enfoques para la cooperación internacional.	"Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales"
Edición digital de radio y TV	6	4	2	Capacitación de la destreza de la tecnología para el montaje de contenidos para radio y para TV	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Herramientas para el diseño gráfico	6	4	2	Estudio y capacitación básica en las formas y estructuras que permite el uso del diseño gráfico por ordenador.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Programación en radio y TV	6	3	3	Estudio y análisis de la programación desde una doble perspectiva: como fenómeno comunicativo y como práctica profesional.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Periodismo"
Metodología de investigación social en comunicación	6	4	2	Estudio de los métodos cuantitativos y cualitativos para el desarrollo de investigaciones relacionadas con la comunicación.	"Estadística e Investigación Operativa", "Sociología", "Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Periodismo", "Economía Financiera y Contabilidad"
Realización publicitaria	6	4	2	Conocimiento del campo específico de la realización de los distintos géneros publicitarios (anuncios, publirreportajes, vídeos corporativos, etc.) sus técnicas y herramientas de trabajo.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Investigación de mercados	6	4	2	Análisis cuantitativo y cualitativo de los índices que señala el mercado publicitario. Toma de decisiones.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Economía Aplicada"
Organización y gestión del gabinete de comunicación	6	3	3	Estudio de la estructura, organización, y gestión de departamentos y gabinetes de comunicación	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Periodismo"
Inglés III	6	3	3	Aprendizaje de la lengua y cultura inglesa (Nivel alto)	"Filología Inglesa"
Inglés IV	6	3	3	Aprendizaje de la lengua y cultura inglesa (Nivel avanzado)	"Filología Inglesa"
Fotografía básica	6	3	3	Conocimiento de los conceptos básicos y de las técnicas del lenguaje fotográfico	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Periodismo"
Taller de creatividad	6	2	4	Aplicación práctica de las técnicas de creatividad aplicadas a diferentes soportes publicitarios.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Taller de RRPP	6	2	4	Estudio, análisis y aplicación de supuestos prácticos de relaciones públicas.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Derechos de autor y propiedad intelectual	6	4	2	Estudio de las normas jurídicas que regulan los aspectos relacionados con la autoría de las obras en cualquier tipo de medio y soporte. Supuestos prácticos.	"Derecho Civil" "Derecho Constitucional"
Movimientos artísticos contemporáneos	6	3	3	Estudio de las vanguardias artísticas del siglo XX.	"Historia del Arte", "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Comunicación en la UE	6	4	2	Estudio de la comunicación en el espacio común europeo. Los medios de comunicación y la integración comunitaria.	"Periodismo", "Ciencias Políticas y de la Administración"
Información política y procesos electorales	6	3	3	Estudio de la relación que fluye desde los MCM hacia la acción política y de la relación que emana desde el sistema político hacia los MCM.	"Periodismo", "Ciencias Políticas y de la Administración" y "Sociología"
Estadística descriptiva	6	3	3	Estudio de los conceptos y fórmulas estadísticas que sirven de apoyo a las metodologías de investigación en comunicación.	"Estadística e Investigación Operativa" "Matemática Aplicada" "Sociología" "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Guión audiovisual	6	3	3	Estudio y aplicación de las técnicas de elaboración de textos escritos que sirvan de guía para la producción y realización audiovisual.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Semiótica de la comunicación de masas	6	4	2	Análisis e interpretación de productos audiovisuales (películas, anuncios, etc.) a nivel textual, lingüístico y semiótico.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Periodismo", "Psicología Social", "Sociología"
Introducción a las ciencias jurídicas	6	5	1	Aproximación introductoria a la filosofía del derecho: validez del derecho, ordenamiento jurídico, fuentes del derecho y derechos fundamentales. Conceptos básicos del Derecho. Teoría general del Derecho y del Estado	"Derecho Administrativo", "Derecho Civil", "Derecho Constitucional", "Derecho Romano"
Responsabilidad social corporativa	6	3	3	Estudio y análisis de las políticas de responsabilidad social corporativa que desarrollan las empresas e instituciones dentro de sus acciones sociales y de comunicación.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Procesos Culturales	6	4	2	Estudio de los fenómenos culturales que tienen lugar en sociedades contemporáneas de nuestro entorno y, por ende, pluralistas.	"Sociología" "Antropología Social"