

## III. OTRAS DISPOSICIONES

### UNIVERSIDADES

**12416** *Resolución de 20 de julio de 2010, de la Universidad Antonio de Nebrija, por la que se publica el plan de estudios de Master Universitario en Publicidad.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 4 de septiembre de 2009 (publicado en el «Boletín Oficial del Estado», de 9 de octubre de 2009, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 22 de septiembre de 2009),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Master Universitario en Publicidad, que quedará estructurado según consta en el Anexo de esta Resolución.

Hoyo de Manzanares, 20 de julio de 2010.–La Rectora, M.<sup>a</sup> Pilar Vélez Melón.

## ANEXO

UNIVERSIDAD

ANTONIO DE NEBRIJA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE:

Master Universitario en Publicidad

RD. 1393/2007, Anexo I, apartado 5.1 Estructura de las Enseñanzas

1.- Rama de conocimiento a la que se adscribe el título: Ciencias Sociales y Jurídicas.

2.- Distribución del Plan de estudios en créditos ECTS.

Tipo de Materias	Créditos
Asignaturas Obligatorios	44
Asignaturas Optativas	8
Trabajo Fin de Master	8
TOTAL	60

3.- Plan de estudios resumido (por materias).

Materias	Asignaturas	ECTS
Estrategia de Comunicación Comercial	Estrategia Empresarial	2
	Márketing Estratégico Internacional	3
	Estrategia de Marca (Branding)	3
	Estrategia de Comunicación (Account Planning)	4
	Investigación para la Publicidad	4
Creatividad Publicitaria	Redacción Publicitaria	4
	Dirección de Arte y Diseño Gráfico (optativa)	4
	Narrativa Audiovisual (optativa)	4
	Dirección Creativa Publicitaria	4
	Producción Gráfica y Audiovisual	2
Servicio al Cliente y a los Consumidores	Dirección de Cuenta, Gestión de la Satisfacción del Cliente y la Captación de Nuevas Cuentas (New Business)	4
	Seguimiento de la Eficacia Publicitaria, Tracking de la Marca	4
	Normativa y Autocontrol de la Publicidad (Legislación, buenas prácticas, igualdad de hombres y mujeres, protección de la infancia...)	2
Comunicación Integrada	Comunicación Integrada en Medios Digitales (Internet, telefonía móvil, etc.)	4
	Planificación de Medios Convencionales (TV, prensa, radio, etc.)	4
	Prácticas externas (optativa)	4
	Metodología de la Investigación en CC. de la Comunicación (optativa)	4
	Trabajo Fin de Máster	8

## 4.- Plan de estudios resumido (por curso académico).

*Primer periodo (de octubre a enero)*

Asignatura	Carácter	ECTS
Estrategia empresarial	Obligatoria	2
Márketing estratégico internacional	Obligatoria	3
Estrategia de marca (Branding)	Obligatoria	3
Estrategia de comunicación (Account Planning)	Obligatoria	4
Investigación para la publicidad	Obligatoria	4
Redacción publicitaria	Obligatoria	4
Dirección de arte y diseño gráfico	Optativa	4
Narrativa Audiovisual		
Dirección de cuentas, gestión de la satisfacción del cliente y la captación de nuevas cuentas (New Bussiness)	Obligatoria	4
Normativa y autocontrol de la publicidad (Legislación, buenas prácticas, igualdad de hombres y mujeres, protección de la infancia...)	Obligatoria	2

*Segundo periodo (de enero a junio)*

Asignatura	Carácter	ECTS
Dirección creativa publicitaria	Obligatoria	4
Producción gráfica y audiovisual	Obligatoria	2
Seguimiento de la eficacia publicitaria, Tracking de la marca	Obligatoria	4
Comunicación integrada de medios digitales (Internet, móvil, etc.)	Obligatoria	4
Planificación de medios convencionales (TV, prensa, radio, etc.)	Obligatoria	4
Prácticas o metodología de la investigación de CC. de la Comunicación	Optativa	4
Trabajo Fin de Master		8