

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

11764 *Resolución de 7 de marzo de 2011, de la Universidad Camilo José Cela, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas.*

Acreditados por el Consejo de Universidades el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial Grado en Publicidad Y Relaciones Públicas, y establecido su carácter oficial y su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos por Acuerdo del Consejo de Ministros de 4 de septiembre de 2009 («BOE» número 244, de 9 de octubre de 2009), conforme a lo establecido en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril. El plan de estudios al que se refiere la presente Resolución quedará estructurado conforme figura en el anexo de la misma.

Villanueva de la Cañada, 7 de marzo de 2011.–El Rector, Rafael Cortés Elvira.

ANEXO**Planificación de las enseñanzas***Estructura de las enseñanzas*

El Plan de estudios propuesto para la formación de Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la UCJC, se ha estructurado por materias, utilizando la siguiente clasificación:

Materias básicas, que incluyen tanto conocimientos teóricos como instrumentales o de soporte básicos y que el alumno debe adquirir en los primeros dos años de estudios.

Rama	Materia	Asignatura	Créditos	Curso	Periodo docente
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Sociología.	Sociología de la Comunicación.	6	1.º	1.º cuatrimestre
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Derecho.	Derecho de la Información y la Comunicación.	6	1.º	1.º cuatrimestre
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Economía.	Principios de Economía.	6	1.º	1.º cuatrimestre
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Psicología.	Psicología de la Comunicación.	6	1.º	2.º cuatrimestre
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Historia.	Historia de los medios.	6	1.º	2.º cuatrimestre
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Empresas.	Empresa y Estructuras de la Comunicación.	6	1.º	2.º cuatrimestre
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Comunicación.	Teoría de la Comunicación.	6	2.º	1.º cuatrimestre
		Habilidades de Comunicación y Pensamiento Crítico.	6	1.º	1.º cuatrimestre
		Lenguaje Escrito, Audiovisual y Publicitario.	6	1.º	2.º cuatrimestre
		Teoría y Práctica de la Publicidad.	6	2.º	1.º cuatrimestre
Créditos totales.			60		

Materias obligatorias, que corresponden a conocimientos teóricos especializados. Las competencias transferibles se garantizan aquí a través de las metodologías de enseñanza-aprendizaje.

Materias optativas que se desarrollan, fundamentalmente, al finalizar los estudios y que permiten dar al egresado la orientación profesional comprometida en el perfil definido.

Los objetivos de cada materia, medidos en términos de competencias a adquirir por el alumno definen, evidentemente, las metodologías de enseñanza- aprendizaje y la forma de evaluación de cada materia.

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia

Tipo de materia	Créditos
Formación básica	60
Obligatorias	132
Optativas	24
Prácticas	18
Trabajo fin de Grado	6
Total	240

Las materias básicas y las obligatorias se agrupan en los siguientes módulos:

- Módulo de Formación Fundamental.
- Módulo de Investigación.
- Módulo de Comunicación Publicitaria.
- Módulo de Gestión de Intangibles y Relaciones Públicas.
- Módulo de Tecnología.
- Módulo de Prácticas.
- Módulo de Optatividad.

Temporalización

Distribución temporal de los módulos y asignaturas

Módulo	ECTS	Materia	ECTS	Asignaturas	ECTS	Cuatrimestre	Año	
Módulo de Formación Fundamental.	96	Comunicación.	24	Teoría de la Comunicación.	6	1.º	2.º	
				Habilidades de Comunicación y Pensamiento Crítico.	6	1.º	1.º	
				Lenguaje Escrito, Audiovisual y Publicitario.	6	2.º	1.º	
				Teoría y Práctica de la Publicidad.	6	1.º	2.º	
		Derecho.	6	6	Derecho de la Información y la Comunicación.	6	1.º	1.º
					Economía.	6	1.º	1.º
		Historia.	6	6	Historia de los Medios.	6	2.º	1.º
		Psicología.	6	6	Psicología de la Comunicación.	6	2.º	1.º
		Sociología.	6	6	Sociología de la Comunicación.	6	1.º	1.º
		Arte.	6	6	Movimientos Artísticos Contemporáneos.	6	2.º	2.º
					Ética.	6	6	Ética y Deontología profesional: Responsabilidad Social Corporativa.
		Idioma moderno.	18	18	«English Grammar and Conversation.»	6	2.º	1.º
					«Specialized English for Media.»	6	2.º	2.º
					«English for Public Relations.»	6	2.º	3.º
Lengua.	6	6	Lengua aplicada a los Medios.	6	1.º	1.º		
Empresas.	6	6	Empresa y Estructuras de la Comunicación.	6	2.º	1.º		
Módulo de Investigación.	18	Investigación.	18	Métodos y Técnicas de Investigación.	6	1.º	2.º	
				Trabajo Fin de grado.	6	2.º	4.º	
				Documentación.	6	2.º	2.º	

Módulo	ECTS	Materia	ECTS	Asignaturas	ECTS	Cuatrimestre	Año
Módulo de Comunicación Publicitaria.	54	Creatividad y Producción.	24	Creatividad.	6	2.º	3.º
				Creatividad Publicitaria.	6	1.º	4.º
				Producción/Realización publicitaria.	6	2.º	4.º
				Fotografía.	6	2.º	2.º
		Medios.	12	Planificación de Medios.	6	1.º	3.º
				Estrategia de Medios.	6	1.º	4.º
		Marketing.	12	Gestión Comercial.	6	1.º	4.º
				Marketing.	6	1.º	3.º
		Cuentas.	6	Planificación de Cuentas.	6	1.º	3.º
Módulo de Gestión de Intangibles y Relaciones Públicas.	18	Gestión de Intangibles.	6	Comunicación Empresarial e Institucional.	6	1.º	3.º
		Relaciones Públicas.	12	Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas.	6	1.º	2.º
				Organización de Eventos y Protocolo.	6	1.º	4.º
Módulo de Tecnología.	12	Nuevas Tecnologías.	6	Nuevas Tecnologías.	6	1.º	2.º
		Nuevos Soportes.	6	Comunicación en Entornos Digitales.	6	2.º	3.º
Módulo de Prácticas.	18	Prácticas.	18	Prácticas Externas.	6	2.º	3.º
				Prácticas Externas.	12	2.º	4.º

La información referida a contenidos específicos por materia, duración, actividades formativas, metodología de enseñanza-aprendizaje y sistema de evaluación se encuentran en las fichas de las materias.