

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

9170 *Resolución de 8 de mayo de 2018, de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas.*

En el ejercicio de las atribuciones que me confiere el artículo 38.I) de las Normas de Organización y Funcionamiento de la Universidad Europea Miguel de Cervantes dispongo:

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 28 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se establece el procedimiento para la modificación de planes de estudios ya verificados, previo informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación a las modificaciones del plan de estudios correspondiente a las enseñanzas de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Europea Miguel de Cervantes, una vez obtenida por resolución de 23 de junio de 2017 del Consejo de Universidades, la renovación de la acreditación del título oficial de Graduado/a en Publicidad y Relaciones Públicas, con el informe favorable de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León emitido en junio de 2017, manteniendo de esta forma el carácter oficial del Título de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas, y su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos («BOE» de 9 de octubre de 2009, que publica la Resolución de 22 de septiembre de 2009, de la Secretaría General de Universidades, por la que se publica el Acuerdo del Consejo de Ministros de 4 de septiembre de 2009 por el que se establece el carácter oficial de determinados títulos de Master y su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos).

Este Rectorado ha resuelto, en virtud del artículo 26.3 del Real Decreto 1393/2007, de Ordenación de las Enseñanzas Universitarias, ordenar la publicación de la modificación del plan de estudios del título de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Europea Miguel de Cervantes en el «Boletín Oficial del Estado» quedando el nuevo plan de estudios estructurado según consta en esta Resolución:

El plan de estudios del título de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Europea Miguel de Cervantes está diseñado por materias (unidad académica que incluye varias asignaturas que se conciben de manera integrada). Esta titulación está aprobada para impartirse en la modalidad presencial y en la modalidad semipresencial.

La secuenciación de las diferentes materias dentro del plan responde a un itinerario de aprendizaje basado en los conocimientos secuenciados que el alumno debe ir conociendo a lo largo de los semestres. Así, se inicia el aprendizaje desde una perspectiva fundamental, introductoria. Después se desarrolla la base teórica de la Publicidad y de las Relaciones Públicas. Posteriormente se aborda el enfoque aplicado y práctico de la disciplina. Finalmente se cuestiona y evalúa dicho enfoque desde una perspectiva estratégica.

El progreso y resultado final del aprendizaje del alumno se consolidará en función de la optativa que elija el alumno en función de sus preferencias. Con la optatividad se intensifica el aprendizaje sobre el área de conocimiento que decida el alumno. La explicitación tanto de las competencias y de las metodologías de enseñanza-aprendizaje como de los procedimientos o técnicas de evaluación tiene un espectro de referencia más amplio que el tradicional de asignaturas. No obstante se proporciona información para tener una visión completa de las mismas.

Cada una de las materias que componen el plan está formada por asignaturas de 6 créditos ECTS cada una, formando un total de 240 créditos ECTS.

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

Tipo de materia		Créditos
BA	Formación Básica	60
OB	Obligatorias	138
OP	Optativas	24
PE	Prácticas externas	12
TFG	Trabajo Fin Grado	6
Total		240

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

El plan de estudios contiene un mínimo de 60 créditos obligatorios + 60 créditos básicos (24 ECTS de otras ramas + 36 ECTS de la misma rama).

Cabe señalar que en la estructura del plan de estudios, dentro de su plan de optatividad, se encuentran contenidos los créditos que se podrán reconocer a los estudiantes por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, de colaboración con Departamentos, grupos y proyectos de investigación, solidarias y de cooperación según lo dispuesto en el artículo 12.8 del Real Decreto 1393/2007 y de acuerdo al artículo 8, apartado 8.1, del Reglamento de Transferencia y Reconocimiento de Créditos de la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

En esta titulación, las Prácticas externas se realizan de manera presencial en alguna de las entidades colaboradoras y con las que la Universidad Europea Miguel de Cervantes dispone de los pertinentes Convenios de Cooperación Educativa, conforme a lo dispuesto en el Real Decreto 1707/2011, de 18 de noviembre, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios.

En el caso de la modalidad semipresencial, que por su propia naturaleza hace imposible determinar la procedencia de los estudiantes con anterioridad al periodo de matrícula, la UEMC establecerá preacuerdos con entidades capaces de facilitar Centros de prácticas en el territorio nacional, así como en entornos internacionales y, una vez conocido el origen de los estudiantes, firmará los correspondientes Convenios con entidades situadas en el entorno más próximo a la residencia de cada estudiante.

La organización del plan de estudios en los cinco módulos se presenta en la siguiente tabla:

Módulo	ECTS ¹	Materia	ECTS	Asignaturas	ECTS	Carácter	
«Expresión, evolución y fundamentos de la realidad comunicativa contemporánea.	132	Expresión Oral y Escrita para los Medios de Comunicación.	48	Lengua.	6	BA-OR	
				Literatura y Medios de Comunicación.	6	OB	
				Inglés I.	6	BA-OR	
				Redacción para los medios I.	6	BA- MR	
				Inglés II.	6	BA-OR	
				Redacción para los medios II.	6	BA- MR	
				Técnicas de Comunicación Eficaz.	6	BA-MR	
				Inglés Técnico I.	6	BA-OR	
		Mundo actual: Evolución, comprensión y crítica contemporánea.	42		Historia Política y Social Contemporánea.	6	BA-MR
					Sociología.	6	BA-MR
					Movimientos Artísticos Contemporáneos.	6	BA-OR
					Relaciones Internacionales.	6	OB
					Ética y Deontología de la Comunicación.	6	OB
					Empresa y Marketing.	6	OB
	Fundamentos, Técnicas, Procesos y Análisis de la Información y la Comunicación.	42		Teoría de la Comunicación y de la Información.	6	BA-MR	
				Comunicación e Información Audiovisual.	6	OB	
				Teoría de la Imagen.	6	OB	
				Tecnologías de la Información y la Comunicación.	6	OB	
				Documentación.	6	OB	
				Teoría General de la Publicidad.	6	OB	
				Estadística descriptiva.	6	OP	
«Fundamentos, estructura, estrategia e innovación en la comunicación publicitaria y las Relaciones públicas».	66	Fundamentos, estructuras y organización de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.	12	Estructura y organización de las empresas de comunicación.	6	OB	
				Teoría General de las Relaciones Públicas.	6	OB	
	Estrategia de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.	36		Psicosociología del consumidor.	6	OB	
				Planificación y medios publicitarios.	6	OB	
				Crítica y análisis de campañas publicitarias.	6	OB	
				Sistemas y procesos de la publicidad y las relaciones públicas.	6	OB	
				Estrategias de publicidad y relaciones públicas.	6	OB	
				Acciones de comunicación below the line.	6	OP	
	Creatividad e innovación en comunicación publicitaria y relaciones públicas.	18		Diseño gráfico.	6	OB	
				Creatividad.	6	OB	
				Técnicas de infografía y animación.	6	OP	

Módulo	ECTS ¹	Materia	ECTS	Asignaturas	ECTS	Carácter
«Marketing y comunicación institucional: Fundamentos, dirección y gestión de activos intangibles».	72	Fundamentos y dirección de marketing.	42	Investigación de mercados.	6	OB
				Marketing en Internet.	6	OP
				Dirección de marcas.	6	OP
				Plan de Marketing.	6	OB
				Gestión de calidad.	6	OP
				Dirección comercial.	6	OP
				Estrategia empresarial.	6	OP
		Dirección y gestión de la comunicación corporativa.	30	Dirección de comunicación corporativa.	6	OB
				Organización de eventos y protocolo.	6	OB
				Gestión de Recursos Humanos.	6	OP
				Atención y servicio al cliente.	6	OP
		Comunicación política.	6	OP		
«Trabajo fin de grado».	6	Trabajo fin de grado.	6	Trabajo Fin de Grado.	6	TFG
«Prácticas externas».	12	Prácticas externas.	12	Prácticas externas II.	6	PE
				Prácticas externas I.	6	PE

¹ El número total de créditos ECTS de los módulos corresponde a los ofertados por la titulación (288 ECTS); el estudiante debe elegir 24 de los 72 créditos ofertados de asignaturas optativas para cursar los 240 ECTS que le corresponden.

Nota: Con carácter general los estudiantes seleccionarán si van a cursar esta titulación en la modalidad presencial o en la modalidad online, para lo cual deberán cumplir lo indicado para cada modalidad en el punto 4.2 de esta memoria, referido a los criterios y procedimientos de admisión y las condiciones en las que podrán cambiar de modalidad.

Sin embargo, con el fin de introducir elementos que faciliten la flexibilidad para los estudiantes de la modalidad presencial, la Normativa Académica de la Universidad prevé aquellos casos en los que podrán cursar una parte del Plan de Estudios incorporándose a las asignaturas online. Sin perjuicio de otros casos que pueda recoger dicha Normativa, esta flexibilidad está prevista especialmente para asignaturas optativas y estudiantes en periodos de movilidad Erasmus u otras vías similares, o que por razones excepcionales tuvieran dificultades para cursar las asignaturas del Plan de estudios presencial.

En la Normativa académica de la Universidad se establece el procedimiento de solicitud para el acceso de estudiantes de la modalidad presencial a asignaturas online, así como el órgano competente.

Valladolid, 8 de mayo de 2018.–La Rectora, Imelda Rodríguez Escanciano.