

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

7906 *Resolución de 29 de abril de 2021, de la Universidad de Girona, por la que se publica el plan de estudios de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de Cataluña, y establecido el carácter oficial del título por acuerdo del Consejo de Ministros de 5 de octubre de 2018 (publicado en el BOE número 307, de 21 de diciembre de 2018).

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Girona.

Girona, 29 de abril de 2021.–El Rector, Joaquín Salvi Mas.

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE GRADUADO O GRADUADA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS POR LA UNIVERSIDAD DE GIRONA

Estructura de las enseñanzas

1. Rama de conocimiento a la que se adscribe el título (Real Decreto 1393/2007, anexo I, apartado 5.1): Ciencias sociales y jurídicas.
2. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia:

Tipo de materia	Créditos ECTS
Formación básica.	60
Obligatorias.	126
Optativas.	30
Prácticas externas (obligatorias).	12
Trabajo de Fin de Grado.	12
Total.	240

3. Distribución de los créditos de formación básica del plan de estudios por materias:

Rama de conocimiento	Materia (R. D. 1393/2007, de 29 de octubre)	Asignaturas vinculadas	ECTS	Curso
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Comunicación.	Fundamentos e historia de la comunicación.	6	1
		Teoría de la Comunicación.	6	1
		Técnicas de producción audiovisual I.	6	1
		Expresión escrita y técnicas de comunicación oral.	6	1
		Fundamentos de las Relaciones Públicas.	6	1
		Fundamentos de la Publicidad.	6	1
	Derecho.	Derecho y comunicación.	6	1
Empresa.	Fundamentos del Marketing.	6	1	
Ingeniería y Arquitectura.	Expresión gráfica.	Introducción y técnica del diseño gráfico.	6	1
Arte y humanidades.	Filosofía.	Ética en la publicidad y las Relaciones Públicas.	6	1

4. Contenido del plan de estudios:

Módulo	Asignatura	ECTS	Carácter	Curso
Fundamentos de la Comunicación.	Fundamentos e historia de la comunicación.	6	B	1
	Teoría de la Comunicación.	6	B	1
	Métodos de investigación en comunicación.	4	OB	3
Expresión gráfica y producción audiovisual.	Técnicas de producción audiovisual I.	6	B	1
	Introducción y técnica del diseño gráfico.	6	B	1
	Expresión gráfica aplicada a la Publicidad y las Relaciones Públicas.	4	OB	2
	Técnicas de producción audiovisual II.	4	OB	2
	Teoría de la imagen.	6	OB	2
	Técnicas de producción audiovisual III.	4	OB	3
Ciencias sociales aplicadas a la publicidad y las RP.	Derecho y comunicación.	6	B	1
	Ética en la publicidad y las Relaciones Públicas.	6	B	1
	Fundamentos del Marketing.	6	B	1
	Consumo y publicidad.	6	OB	3
	Marketing estratégico y operativo.	6	OB	3
Lenguaje y narrativa audiovisual.	Expresión escrita y técnicas de comunicación oral.	6	B	1
	Narrativa y guion audiovisual.	6	OB	2
	Escrituras y lenguajes audiovisuales.	6	OB	2

Módulo	Asignatura	ECTS	Carácter	Curso
Relaciones públicas.	Organización de eventos.	4	OB	2
	Fundamentos de las Relaciones Públicas.	6	B	1
	Gestión de la imagen corporativa y casos de Relaciones Públicas.	6	OB	2
	Comunicación interna y externa.	6	OB	3
	Planificación estratégica de las Relaciones Públicas.	4	OB	3
	Protocolo.	6	OB	3
Publicidad.	Estrategias de creación de marca y de campaña.	6	OB	4
	Fundamentos de la Publicidad.	6	B	1
	Procesos y técnicas creativas publicitarias.	4	OB	2
	Estructura de la publicidad.	6	OB	2
	Creatividad.	4	OB	3
	Innovación publicitaria.	4	OB	3
	Estructura y planificación de medios.	6	OB	3
Comunicación digital.	Social media y RP 2.0.	6	OB	4
	Marketing en la era digital.	4	OB	2
	Documentación y gestión de datos.	4	OB	2
	Identidad digital y desarrollo de entornos virtuales.	6	OB	2
	Tendencias del audiovisual contemporáneo.	4	OB	3

Módulo	Asignatura	ECTS	Carácter	Curso
Optatividad.	Análisis de los medios de comunicación.	3	OP	4
	Bases jurídicas para publicistas.	3	OP	4
	Campaña transmedia. Taller de realización de Publicidad.	3	OP	4
	Comunicación local en la era global.	3	OP	4
	Comunicación y educación.	3	OP	4
	Comunicación institucional.	3	OP	4
	Comunicación persuasiva.	3	OP	4
	Comunity manager.	3	OP	4
	Copy.	3	OP	4
	Creación de un «book».	3	OP	4
	Creación de una campaña publicitaria. Seminario.	3	OP	4
	Dirección de arte.	3	OP	4
	Dirección de cuentas.	3	OP	4
	Diseño de una campaña electoral.	3	OP	4
	Derecho en los medios de comunicación.	3	OP	4
	Economía de la empresa.	3	OP	4
	Emprendeduría y creación de empresas.	3	OP	4
	Estética y arte en la Publicidad.	3	OP	4
	Estructura de la Publicidad en advergaming.	3	OP	4
	Estudios de audiencia y recepción.	3	OP	4
	Fotografía publicitaria.	3	OP	4
	Género y publicidad.	3	OP	4
	Géneros periodísticos y medios.	3	OP	4
	Gestión de crisis.	3	OP	4
	Lobbysmo.	3	OP	4
	Márketing político.	3	OP	4
	Márketing social.	3	OP	4
	Media literacy.	3	OP	4
	Nuevos dispositivos e internet de las cosas.	3	OP	4
	Opinión pública.	3	OP	4
	Planificación estratégica de medios.	3	OP	4
	Podcasting.	3	OP	4
	Práctica restaurativa.	3	OP	4
Prácticas adicionales.	3	OP	4	
Promoción de destinos turísticos.	3	OP	4	
Responsabilidad social corporativa RSC.	3	OP	4	
Seminario de comunicación en inglés.	3	OP	4	
Seminario de comunicación en cuarta lengua.	3	OP	4	

Módulo	Asignatura	ECTS	Carácter	Curso
Optatividad.	Seminario de Comunicación.	3	OP	4
	Seminario de Publicidad.	3	OP	4
	Seminario de Relaciones Públicas.	3	OP	4
	Taller de publicidad on-line.	3	OP	4
	Taller de video.	3	OP	4
	Taller de eventos y congresos.	3	OP	4
	Taller de estadística.	3	OP	4
	Técnica y casos de Relaciones Públicas.	3	OP	4
Turismo de negocios y eventos.	3	OP	4	
Trabajo Fin de Grado.	Trabajo final de grado.	12	TFG	4
Prácticas.	Prácticas.	12	OB	4