

I. Disposiciones generales

MINISTERIO DE EDUCACION Y CIENCIA

22348 REAL DECRETO 1287/1993, de 30 de julio, por el que se homologa el título de Licenciado en Ciencias de la Información (Secciones de Publicidad y Relaciones Públicas y de Imagen Visual y Auditiva) del Centro Superior de Ciencias de la Información (C.E.U. San Pablo), adscrito a la Universidad Politécnica de Valencia.

Aprobado el plan de estudios que conduce a la expedición del título de Licenciado en Ciencias de la Información (Secciones de Publicidad y Relaciones Públicas y de Imagen Visual y Auditiva) del Centro Superior de Ciencias de la Información (C.E.U. San Pablo), adscrito a la Universidad Politécnica de Valencia por la Comunidad Valenciana, procede la homologación de dicho título de acuerdo con lo que establece el artículo 58.4 y 5 de la Ley Orgánica 11/1983, de 25 de agosto, de Reforma Universitaria, y el Real Decreto 1496/1987, de 6 de noviembre, sobre obtención, expedición y homologación de títulos universitarios.

Teniendo en cuenta que el Centro se encuentra adscrito a una Universidad pública, que el referido plan de estudios es análogo al homologado para la Facultad de Ciencias de la Información (Secciones de Publicidad y Relaciones Públicas y de Imagen Visual y Auditiva) de la Universidad Complutense de Madrid por Ordenes de 18 de octubre de 1975 y 23 de septiembre de 1983, y que los Reales Decretos 1386/1991, de 30 de agosto, y 1427/1991, de 30 de agosto, por los que se establecen los títulos universitarios oficiales de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas y de Licenciado en Comunicación Audiovisual, y las directrices generales propias de los planes de estudios conducentes a la obtención de aquéllos señalan un plazo de tres años para que las Universidades que vengán impartiendo enseñanzas objeto de regulación por dichas directrices se ajusten a ellas, procede homologar el título de Licenciado en Ciencias de la Información (Secciones de Publicidad y Relaciones Públicas y de Imagen Visual y Auditiva) del Centro a que se refiere el párrafo anterior, con la obli-

gación de su adaptación a las previsiones de los Reales Decretos 1386/1991, de 30 de agosto, y 1427/1991, de 30 de agosto, antes citados, en el plazo señalado.

En su virtud, oído el Consejo de Universidades, a propuesta del Ministro de Educación y Ciencia y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 30 de julio de 1993,

DISPONGO:

Artículo 1.

1. Se homologa el título de Licenciado en Ciencias de la Información (Secciones de Publicidad y Relaciones Públicas y de Imagen Visual y Auditiva), cuyas enseñanzas organiza el Centro Superior de Ciencias de la Información (C.E.U. San Pablo), adscrito a la Universidad Politécnica de Valencia, conforme al plan de estudios que se contiene en el anexo y con efectos desde la fecha de impartición del mismo.

2. Al título a que se refiere el apartado anterior le será de aplicación lo establecido en los artículos 1.º al 5.º del Real Decreto 1496/1987, de 6 de noviembre.

3. Los estudios conducentes al título que se homologa por el presente Real Decreto deberán adaptarse a las previsiones de los Reales Decretos 1386/1991, de 30 de agosto, y 1427/1991, de 30 de agosto, dentro del plazo señalado en los mismos.

Artículo 2.

El título oficial a que se refiere el artículo anterior se expedirá por el Rector de la Universidad Politécnica de Valencia, de acuerdo con lo establecido en el artículo 3.º del Real Decreto 1496/1987, de 6 de noviembre, y normas dictadas en su desarrollo, con expresa mención del presente Real Decreto que homologa el título.

Disposición final única.

Por el Ministerio de Educación y Ciencia, en el ámbito de sus competencias, se dictarán las disposiciones necesarias para la aplicación y desarrollo del presente Real Decreto.

Dado en Palma de Mallorca a 30 de julio de 1993.

JUAN CARLOS R.

El Ministro de Educación y Ciencia,
GUSTAVO SUAREZ PERTIERRA

ANEXO QUE SE CITA

1. Título oficial a que conducen estos estudios: Licenciado en Ciencias de la Información (Sección Publicidad y Relaciones Públicas).
 2. De primero y segundo ciclos.
 3. Duración en años académicos, por ciclos:
Primer ciclo: Tres años.
Segundo ciclo: Dos años.
 4. Centro responsable de la organización del plan: Centro Superior de Ciencias de la Información (CEU San Pablo).
 5. Carga global, en créditos: 315.
 6. Créditos y % para la libre configuración de su currículum por el alumno: (*)
 7. No se exige trabajo o exámen fin de carrera.
 8. No se incluyen créditos otorgados por equivalencia o prácticas en empresas.
 9. Régimen de acceso al segundo ciclo: Tras cursar el primer ciclo directamente.
- (*) El plan propuesto coincide con el de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense.

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Curso	Denominación	Créditos Anuales	Carga Semanal		Breve descripción del contenido	Adscripción a Áreas de Conocimiento
			Teóricos	Prácticos Clínicos		
1º	Historia Contemporánea	9	2	1	Conformación histórica de España en los siglos XIX y XX.	Historia Contemporánea.
1º	Introducción a la Teoría y Estructura del Lenguaje	9	2	1	Aproximación teórica y aplicada a los niveles, formas y estructuras de la Lengua Española.	Filología Española.
1º	Introducción a la Economía	9	3		Principios de comprensión del funcionamiento económico de la sociedad y su relación con los medios	Fundamentos del Análisis Económico.
1º	Teoría de la Comunicación Social	12	3	1	Estudio de los procesos, formas y elementos comunicativos.	Sociología. Comunicación Audiovisual y Publicidad
1º	Movimientos Artísticos Contemporáneos	12	2	2	Conformación y expresión artística en el S. XX.	Estética y Teoría de las Artes. Historia del Arte.
1º	Teoría e Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas	12	2	2	Visión general e histórica de la operativa interna de la publicidad y sus efectos sobre la sociedad.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2º	Literatura Española Contemporánea	9	2	1	Aproximación a los temas, formas obras y autores españoles del s. XX.	Filología Española.
2º	Psicología General y Diferencial	9	2	1	Análisis de los fundamentos de la psicología.	Psicología.
2º	Estructuras Publicitarias y de las Relaciones Públicas	12	2	2	Estudio de los principios básicos de ambos campos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2º	Tecnología de los Medios	15	2	3	Estudio de las técnicas y procesos de materialización de la información en soportes y medios.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

Curso	Denominación	Créditos Anuales	Carga Semanal		Breve descripción del contenido	Adscripción a Áreas de Conocimiento
			Teóricos	Prácticos Clínicos		
2º	Introducción a las Ciencias Jurídicas	9	3		Principios del Derecho.	Filosofía del Derecho; Moral y Política.
2º	Lenguaje Publicitario y de las RR.PP.	12	2	2	Estudio de las técnicas comunicativas y creativas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
3º	Literatura Universal Contemporánea.	9	2	1	Aproximación a los temas, formas, obras y autores del siglo XX.	Filología Española.
3º	Sociología.	9	2	1	Introducción y análisis de la sociología como ciencia que ayuda a la aproximación de la realidad social.	Sociología.
3º	Ética y Deontología Profesional	9	2	1	Códigos de conducta profesional.	Filosofía del Derecho, Moral y Política.
3º	Mercadotecnia	12	2	2	Aproximación a las técnicas de sondeo, medida y actuación sobre los mercados.	Comercialización e Investigación de Mercados.
3º	Estrategia Publicitaria y de las RR.PP.	12	2	2	Teoría y práctica de la Publicidad y Relaciones Públicas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
3º	Creatividad Publicitaria y en las RR.PP. I	12	2	2	Creación y realización de mensajes en los distintos soportes y medios de comunicación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
4º	Derecho de la Publicidad y de las RR.PP.	9	2	1	Análisis de la regulación jurídica en el contexto europeo y español.	Derecho Mercantil.
4º	Estadística	9	2	1	Estudios de los mecanismos de control y valoración.	Comercialización e Investigación de mercados.
4º	Mercadotecnia Aplicada	12	1	3	Aplicación a las técnicas de sondeo, medida y actuación sobre los mercados.	Comercialización e Investigación de mercados.
4º	Creatividad Publicitaria y en las RR.PP. II	12	1	3	Creación y realización de mensajes en los distintos soportes y medios de comunicación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
4º	Teoría y Técnica de las RR.PP. I	12	2	2	Establecimiento y desarrollo de las estrategias de relaciones públicas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Curso	Denominación	Créditos Anuales	Carga Semanal		Breve descripción del contenido	Adscripción a Áreas de Conocimiento
			Teóricos	Prácticos Clínicos		
5º	Documentación.	9	2	1	Fundamentos teórico-prácticos de la Documentación.	Biblioteconomía y Documentación.
5º	Psicología Aplicada y Método de Investigación	9	1	2	Aplicación de métodos de análisis e investigación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
5º	Mercadotecnia Especial	9	1	2	Técnicas específicas de sondeo, medida y actuación sobre los mercados.	Comercialización e Investigación de Mercados.
5º	Empresas de Publicidad y RR.PP.	9	2	1	Organización y funcionamiento empresarial.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
5º	Teoría y Técnica de las RR.PP. II	12	2	2	Estudios de los mecanismos que rigen las Relaciones Públicas y su aplicación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
5º	Historia y Teoría de las Libertades Públicas en la Información	9	3		Análisis diacrónico de las libertades públicas.	Derecho Constitucional.

ASIGNATURAS OPTATIVAS

PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Curso	Créditos globales por curso exigidos para optativas	Carga semanal	
		Teóricos	Prácticos Clínicos
Cuarto:.....	9 (El alumno elegirá una de las tres asignaturas que se presentan como optativas)	1	2

RELACIÓN DE ASIGNATURAS OPTATIVAS

Denominación	Breve descripción del contenido	Adscripción a Áreas de conocimiento
Valencia I	Aproximación teórica y aplicada a los niveles, formas y estructuras de la Lengua Valenciana.	Filología Catalana
Procesos y Técnicas Fotográficas I	Estudio de las técnicas y procesos de materialización de la información en soportes fotográficos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Diseño Gráfico	Aproximación a la teoría y técnica del tratamiento de la imagen por ordenador.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.

ASIGNATURAS OPTATIVAS

PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Curso	Créditos globales por curso exigidos para optativas	Carga semanal	
		Teóricos	Prácticos Clínicos
Quinto:	9 (El alumno elegirá una de las tres asignaturas que se presentan como optativas)	1	2

RELACIÓN DE ASIGNATURAS OPTATIVAS

Denominación	Breve descripción del contenido	Adscripción a Áreas de conocimiento
Valencia II	Teoría y práctica de uso de la Lengua Valenciana y corrección de errores más frecuentes.	Filología Catalana
Procesos y Técnicas Fotográficas II	Conocimiento avanzado de las técnicas y procesos de materialización de la imagen en soportes fotográficos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Técnicas de Reproducción CAD	Fundamentos teórico-prácticos del tratamiento de la imagen por ordenador.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.

ANEXO QUE SE CITA

1. Título oficial a que conducen estos estudios: Licenciado en Ciencias de la Información (Sección Ciencias de la -- Imagen Visual y Auditiva).
 2. De primero y segundo ciclos.
 3. Duración en años académicos, por ciclos:
Primer ciclo: Tres años.
Segundo ciclo: Dos años.
 4. Centro responsable de la organización del plan: Centro - Superior de Ciencias de la Información (CEU San Pablo).
 5. Carga Global, en créditos: 315.
 6. Créditos y % para la libre configuración de su curricu-- lum por el alumno: (*)
 7. No se exige trabajo o exámen fin de carrera.
 8. No se incluyen créditos otorgados por equivalencia o --- prácticas en empresas.
 9. Régimen de acceso al segundo ciclo: Tras cursar el pri-- mer ciclo directamente.
- (*) El plan propuesto coincide con el de la Facultad de Cien-- cias de la Información de la Universidad Complutense.

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS **CIENCIAS DE LA IMAGEN VISUAL Y AUDITIVA**

Curso	Denominación	Créditos Anuales	Carga Semanal		Breve descripción del contenido	Adscripción a Áreas de Conocimiento
			Teóricos	Prácticos Clínicos		
1º	Historia Contemporánea	9	2	1	Conformación histórica de España en los siglos XIX y XX.	Historia Contemporánea.
1º	Introducción a la Teoría y Estructura del Lenguaje	9	2	1	Aproximación teórica y aplicada a los niveles, formas y estructuras de la Lengua Española.	Filología Española.
1º	Introducción a la Economía	9	2	1	Principios de comprensión del funcionamiento económico de la sociedad y su relación con los medios.	Fundamentos del Análisis Económico.
1º	Teoría de la Comunicación Social	9	2	1	Estudio de los procesos, formas y elementos comunicativos.	Sociología.
1º	Sociología	9	2	1	Introducción y análisis de la sociología como ciencia que ayuda a la aproximación de la realidad social.	Sociología
1º	Estética	9	2	1	Introducción a la Estética y a la Teoría del Arte.	Estética y Teoría de las Artes.
1º	Tecnología de los Medios Audiovisuales	9	2	1	Introducción teórica y operativa a los instrumentos y medios audiovisuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2º	Literatura Española Contemporánea	9	2	1	Aproximación a los temas, formas, obras y autores españoles del siglo XX.	Filología Española.
2º	Historia de los Medios Audiovisuales I	9	2	1	Origen y desarrollo de la imagen y el sonido en su función comunicativa.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2º	Teoría e Historia del Arte	9	2	1	Historia y evolución de las grandes categorías de la Teoría del Arte.	Historia del Arte.
2º	Teoría y Técnica de la Realización I	12	2	2	Introducción teórica y práctica a la realización visual y auditiva.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2º	Teoría y Técnica de la Imagen	12	2	2	Principios técnicos operativos para el procesamiento visual.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2º	Teoría y Técnica de la Producción	12	2	2	Introducción teórica y práctica a la producción visual y auditiva.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS						CIENCIAS DE LA IMAGEN VISUAL Y AUDITIVA
Curso	Denominación	Créditos Anuales	Carga Semanal		Breve descripción del contenido	Adscripción a Áreas de Conocimiento
			Teóricos	Prácticos Clínicos		
3º	Literatura Universal Contemporánea.	9	2	1	Aproximación a los temas, formas, obras y autores del S. XX.	Filología Española.
3º	Movimientos Artísticos Contemporáneos	9	2	1	Conformación y expresión artística en el s. XX.	Estética y Teoría de las Artes. Historia del Arte.
3º	Historia de los Medios Audiovisuales II	12	2	2	Origen y desarrollo de la imagen y el sonido en su función comunicativa.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
3º	Ética y Deontología Profesional	9	2	1	Normas éticas y morales de actuación y comportamiento profesional.	Filosofía del Derecho, Moral y Política.
3º	Narrativa Fílmica, Televisiva y Radiofónica	12	1	3	El relato audiovisual y el relato radiofónico.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
3º	Teoría y Técnica de la Realización II	12	2	2	Introducción teórica y práctica de la realización visual y auditiva.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
4º	Psicología Aplicada	9	1	2	Mecanismo de aplicación del análisis psicológico.	Psicología Social.
4º	Derecho de los Medios Audiovisuales	12	2	2	Estudio de las libertades en el control de la información, en los medios audiovisuales.	Derecho Administrativo.
4º	Empresa Audiovisual I (Cine)	12	2	2	Estructuras de producción y difusión en los diferentes sectores cinematográficos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
4º	Tecnología de los Medios Audiovisuales II	12	2	2	Aplicación de los conocimientos creativos en el área tecnológica.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
4º	Estructura de la Programación en RADIO - TV	12	2	2	Técnicas de programación radiotelevisiva.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

CIENCIAS DE LA IMAGEN VISUAL Y AUDITIVA

Curso	Denominación	Créditos Anuales	Carga Semanal		Breve descripción del contenido	Adscripción a Áreas de Conocimiento
			Teóricos	Prácticos Clínicos		
5º	Documentación.	9	2	1	Fundamentos teórico-prácticos de la Documentación.	Biblioteconomía y Documentación.
5º	Teoría y Técnica de la Realización III	12	2	2	Aplicación práctica a la producción visual y auditiva.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
5º	Tecnología de los Medios Audiovisuales III	9	2	1	Aplicación de los conocimientos creativos en el área tecnológica.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
5º	Empresa Audiovisual II (Radio-TV)	9	2	1	Estructura de producción y difusión de los diferentes soportes de Radio y Televisión.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
5º	Relaciones Internacionales de los Medios Audiovisuales.	9	2	1	Estudio de la normativa, organismos e instituciones que entienden en materia audiovisual.	Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales
3º	Historia y Teoría de las Libertades Públicas en la Información	9	2	1	Análisis diacrónico de las libertades públicas.	Derecho Constitucional.

ASIGNATURAS OPTATIVAS

CIENCIAS DE LA IMAGEN VISUAL Y AUDITIVA

Curso	Créditos globales por curso exigidos para optativas	Carga semanal	
		Teóricos	Prácticos Clínicos
Cuarto:.....	9 (El alumno elegirá una de las tres asignaturas que se proponen como optativas)	1	2

RELACIÓN DE ASIGNATURAS OPTATIVAS

Denominación	Breve descripción del contenido	Adscripción a Áreas de conocimiento
Valencià I	Aproximación teórica y aplicada a los niveles, formas y estructuras de la Lengua Valenciana.	Filología Catalana
Procesos y Técnicas Fotográficas I	Estudio de las técnicas y procesos de materialización de la información en soportes fotográficos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Diseño Gráfico	Aproximación a la teoría y técnica del tratamiento de la imagen por ordenador.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.

ASIGNATURAS OPTATIVAS

CIENCIAS DE LA IMAGEN VISUAL Y AUDITIVA

Curso	Créditos globales por curso exigidos para optativas	Carga semanal	
		Teóricos	Prácticos Clínicos
Quinto:.....	9 (El alumno elegirá una de las tres asignaturas que se proponen como optativas)	1	2

RELACIÓN DE ASIGNATURAS OPTATIVAS

Denominación	Breve descripción del contenido	Adscripción a Áreas de conocimiento
Valencià II	Teoría y prácticas de uso de la Lengua Valenciana y corrección de errores más frecuentes.	Filología Catalana
Procesos y Técnicas Fotográficas II	Conocimiento avanzado de las técnicas y procesos de materialización de la imagen en soportes fotográficos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Técnicas de Reproducción CAD:	Fundamentos teórico-prácticos del tratamiento de la imagen por ordenador	Comunicación Audiovisual y Publicidad.