

**2181 RESOLUCION de 20 de noviembre de 1992, de la Universidad Autónoma de Barcelona, por la que se publica el plan de estudios conducente al título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.**

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 29 de la Ley Orgánica 11/1983, de 25 de agosto, de Reforma Universitaria ( BOE de 1 de septiembre ) y en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987 de 27 de noviembre ( BOE de 14 y 15 de diciembre ), el rector de la Universidad Autónoma de Barcelona ha resuelto publicar el Plan de Estudios conducente a la obtención del título oficial de

**Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas**

aprobado el día 13 de Marzo de 1992 por las Comisiones de Ordenación Académica, por delegación expresa de la Junta de Gobierno y el Consejo Social de esta Universidad, acordada en sus respectivas reuniones celebradas el día 21 de febrero de 1992 y homologado por acuerdo de la Comisión Académica del Consejo de Universidades de fecha 28 de septiembre de 1992.

**ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS**

- Enseñanzas de 1º Ciclo ( sin título terminal ) y 2º Ciclo
- Centro universitario responsable de la organización del Plan de Estudios :
- Facultad de Ciencias de la Información
- Carga lectiva global 320.0 créditos.

**Distribución de los créditos (aproximada)**

Ciclo	Cur	Materia troncal	Materia obligat	Materia optativ	Crédito libre configu	Trabajo fin de carrera	Totales
1º	1	55.0	25.0				80.0
	2	26.0	55.0				81.0
2º	3	30.0	35.0	6.0	9.0		80.0
	4	20.0	30.0	6.0	23.0		79.0

- No se exige trabajo o proyecto fin de carrera o examen o prueba general necesaria para obtener el título.
- Se otorgan, por equivalencia, 20.0 créditos (10 h/Cr) a: Prácticas en empresas, instituciones públicas o privadas, etc. Estudios realizados en el marco de convenios internacionales.
- Referente de la equivalencia: Troncales, obligatorias, optativas
- Años académicos en que se estructura el Plan por ciclos : 2 + 2

**MATERIAS TRONCALES**

- 1 Análisis del entorno social y de su evolución histórica
- 2 Comunicación e Información audiovisual
- 3 Comunicación e información escrita
- 4 Documentación informativa
- 5 Lengua
- 6 Publicidad y relaciones públicas
- 7 Teoría de la comunicación y teoría de la información
- 8 Creatividad publicitaria
- 9 Planificación y medios publicitarios
- 10 Sistemas y procesos de la Publicidad y las Relaciones públicas
- 11 Teorías y técnicas de las relaciones públicas

M.	Asignaturas en las que se organiza/diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Áreas
		Total	Teoría	Práct.		
1	Profundización en las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones política, económica y social. Evolución histórica.				450 070 775 470 480	
	Estructura Social	3.71 1.3A	3.0T	0.7T 1.3A		
	Historia del Mundo Actual	4.3T 0.7A	4.0T	0.3T 0.7A		
2	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.				105 675	
	Teoría y Técnica del Lenguaje Radiofónico	4.0T 1.0A	2.0T	2.0T 1.0A		
	Teoría y Técnica del Lenguaje Televisivo	4.0T 1.0A	2.0T	2.0T 1.0A		
	Redacción y Locución en los Medios Audiovisuales	4.0T 1.0A	2.0T	2.0T 1.0A		

N.	Asignaturas en las que se organiza/diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Áreas
		Total	Teoría	Práct.		
3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.				105 675	
	Diseño, Composición Visual y Tecnología en Prensa	4.0T 1.0A	2.0T	2.0T 1.0A		
	Teoría y Práctica de la Redacción Periodística	6.0T 2.0A	4.0T	4.0T 2.0A		
4	Documentación Informativa	6.0T	3.0T	3.0T	105 675 040	
5	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española o de la otra lengua oficial propia de la Comunidad Autónoma donde radique la Universidad, a elección del alumno.				325 330	
	Estándar oral de la Lengua	4.0T 1.0A	1.6T 0.6A	2.4T 0.6A		
	Estándar escrito de la Lengua	4.0T 1.0A	2.4T 0.6A	1.6T 0.4A		
6	Introducción teórica y práctica a la publicidad y relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.				105	
	Comunicación Corporativa	3.9T 1.1A	2.2T 0.8A	1.7T 0.3A		
	Teoría y Estructura de la Publicidad y las Relaciones Públi.	8.1T 1.3A	3.8T 1.2A	4.3T 0.7A		
7	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.				105 675 740 775	
	Teorías de la Comunicación I	5.0T	4.0T	1.0T		
	Historia General de la Comunicación	5.0T	4.0T	1.0T		
8	Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.				105	
	Procesos y Técnicas Creativas	6.6T 3.4A	3.3T 0.7A	3.3T 2.7A		
	Estrategia Creativa	3.4T 1.6A	1.7T 0.3A	1.7T 1.3A		
9	Análisis de audiencia, Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.				105 775 095	
	Introducción a la Investigación de Medios Publicitarios	3.3T 1.7A	2.1T 0.9A	1.2T 0.8A		
	Estrategia, Conceptualización y Redac. del Mensaje Público.	6.7T 3.3A	2.9T 1.1A	3.8T 2.2A		
10	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias y de relaciones públicas: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores.				105 675 740 775	
	Normativa de la Actividad Publicitaria	5.0T	2.0T	3.0T		
	Sujetos de la Actividad Publicitaria	5.0T	3.0T	2.0T		
11	Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas.				105 675 740 775	
	Programación y Técnicas de las Relaciones Públicas	5.0T	2.0T	3.0T		
	Relaciones Públicas en Sectores Especializados	5.0T	3.0T	2.0T		

## MATERIAS OBLIGATORIAS

Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Áreas
	Total	Teoría	Práct.		
Hg de la Comunicación Social en Cataluña	5.0	4.0	1.0	Conformación y desarrollo del ecosistema de comunicación de masas catalán en relación con el español.	675
Tecnología Audiovisual en Publici. (Fotografía Publicitaria)	5.0	2.0	3.0	Estudio de los principios y técnicas de la fotografía aplicada a la publicidad.	105
Estrategia y Planificación de Medios Publicitarios	5.0	2.0	3.0	Estrategia y planificación de medios y soportes publicitarios. Estudios de audiencia. "Rating". Métodos de cálculo de coste. Planificación publicitaria en el medio televisivo.	105
Sociología del Consumo	5.0	3.0	2.0	Análisis de la construcción social de las necesidades y de las pautas de consumo por grupos sociales.	775
Introducción a la Teoría y Técnica Cinematográfica	5.0	2.0	3.0	Introducción a la teoría y técnica del lenguaje cinematográfico a través del estudio de las diferentes teorías sobre la expresión cinematográfica, y su traducción en propuestas fílmicas concretas.	105
Teoría y Técnica de la Fotografía	5.0	2.0	3.0	Conocimiento teórico y práctico de la producción fotográfica en los diferentes ámbitos.	105
Aplicación Estadística a la Investigación Publicitaria	10.0	4.0	6.0	La utilización de datos obtenidos a partir de los estudios de mercado y publicitarios. Posibilidades y límites.	775
Métodos y Técnicas de Investiga. en Comunicación de Masas I	5.0	4.0	1.0	Fundamentos conceptuales del análisis de los fenómenos comunicativos.	675
Historia de la Publicidad y de las RR.PP	5.0	4.0	1.0	Conocimiento histórico de la evolución de la expresión publicitaria y de las RR.PP. desde sus orígenes: corrientes, tendencias, manifestaciones, escuelas...	105
Introducción a la Psicología	5.0	4.0	1.0	Introducción, desde una perspectiva publicitaria, a los fundamentos de la psicología, como ciencia que estudia el comportamiento humano.	730
Introducción a la Mercadotecnia	10.0	5.0	5.0	Introducción a los conceptos básicos del marketing, como elementos descriptores de la realidad empresarial y del proceso de comercialización de productos y servicios en las economías de mercado.	105
Mercadotecnia Estratégica y Corporativa	5.0	2.0	3.0	Conocimiento del proceso del marketing operativo y de los planteamientos estratégicos, en relación con el nexo producto-mercado, para obtener ventajas frente a la competencia.	105
Métodos y Técnicas de Investig. en Comunicación de Masas II	5.0	3.0	2.0	Aplicación de las técnicas de la investigación al análisis de casos.	675
Estructura de la Actividad Publicitaria en España y Cataluña	5.0	3.0	2.0	La actividad publicitaria en España y Cataluña. Su historia y la evolución de las empresas que desarrollan este tipo de actividad.	105
Estructura de la Actividad de RR.PP en España y Cataluña	5.0	3.0	2.0	La actividad de las relaciones públicas en España y Cataluña. Su historia y la evolución de las empresas que desarrollan este tipo de actividad.	105
Métodos de Investigación de la Publicidad y el Consumidor	5.0	2.0	3.0	Teoría y práctica de los métodos de investigación de la comunicación persuasiva en todos los medios y de la conducta consumista.	105
Tecnología de los Medios Audiovisuales en Publici. (TV y Cine)	10.0	4.0	6.0	Características generales de la TV desde el punto de vista de la producción publicitaria.	105
Conceptualización y Dirección de Arte del Mensaje Publicita.	5.0	2.0	3.0	Conocimiento teórico-práctico de las diferentes formas estéticas para la solución de los problemas de comunicación publicitaria.	105
Introducción a la Estadística Aplicada	5.0	3.0	2.0	Estudio de las funciones de la estadística. El lugar de la estadística en la investigación publicitaria y de mercados.	415
Teorías de la Comunicación II	5.0	4.0	1.0	Estudio de la dimensión social del proceso de comunicación.	675
Introducción a la Creatividad Publicitaria	10.0	6.0	4.0	Estudio de las teorías sobre la creatividad.	105
Movimientos Estéticos Modernos y Publicidad	5.0	2.0	3.0	Estudio de las corrientes artísticas, con especial detenimiento a partir del neoclasicismo del siglo XVIII hasta nuestros días.	465
Economía Aplicada y de la Empresa	5.0	3.0	2.0	Teoría de la demanda y de la oferta. Los costes y sus clases. La productividad, la empresa: naturaleza y funciones.	225
Introducción a la Economía Actual	5.0	4.0	1.0	El proceso económico. Sistemas económicos. La economía de mercado. El papel del estado en la economía. Dinero, banca.	225
Producción y Diseño Gráfico en Publicidad	5.0	2.0	3.0	Teoría y práctica de los procesos de creación, diseño y producción de las diferentes manifestaciones gráficas en publicidad.	105

## MATERIAS OPTATIVAS

Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Áreas
	Total	Teoría	Práct.		
Estructura de la comunicación de Masas I	5.0	4.0	1.0	Fundamentos de la estructura de la comunicación de masas. Análisis de la estructura internacional de la comunicación.	675
Psicología de la Percepción	5.0	3.0	2.0	Fundamentos psicológicos de los procesos cognitivos y de las conductas de consumo de la información en la comunicación audiovisual y publicitaria.	730
Teoría del Consumidor	5.0	3.0	2.0	Conocimiento de las teorías del comportamiento del consumidor formuladas desde los diferentes campos de estudio de la mercadotecnia.	105
Técnicas Analíticas de la Investigación Publicitaria	5.0	2.0	3.0	Técnicas de análisis de datos: análisis factorial, análisis multivariable, "mapping" y uso informático de rutinas estadísticas tipo SPSS.	105
Estándar Oral de la Lengua Catalana	5.0	2.0	3.0	Descripción y aplicación práctica de los criterios de locución del catalán según un modelo estándar.	325
Estándar Escrito de la Lengua Catalana	5.0	3.0	2.0	Descripción del catalán estándar escrito. Aplicación a la composición, corrección y traducción de textos.	325
Informática Documental y Teledocumentación	5.0	1.0	4.0	Introducción a la teledocumentación y a la ofimática aplicadas a las empresas publicitarias.	040
Redacción Publicitaria en Catalán	5.0	2.0	3.0	Importancia del lenguaje creativo en la comunicación publicitaria. La lengua catalana como herramienta de trabajo del redactor creativo.	105
Economía de España y de Cataluña	5.0	3.0	2.0	Industrialización, desarrollismo, terciarización e internacionalización de la economía española.	225
Dirección de Cuentas	5.0	2.0	3.0	Teoría y práctica de la dirección de cuentas: características funcionales y su desarrollo operativo.	105
Modelos Matemáticos en la Planificación de Medios Publicita.	5.0	3.0	2.0	Modelos de evaluación y optimización matemática de medios. Análisis de rentabilidad de las inversiones publicitarias.	105
Comunicación Política	5.0	4.0	1.0	Estudio y análisis de la actual comunicación política dominada por las estrategias de marketing social y electoral.	675
Sistemas y Formas de Comunicación Empresarial	5.0	4.0	1.0	Teoría de las diversas formas de comunicación comercial no publicitarias, atendiendo especialmente a la técnica de promoción.	105
Sistemas de Información de Mercadotecnia	5.0	3.0	2.0	Profundización en las modernas técnicas analíticas de recogida y tratamiento de la información sobre el mercado.	105
Semiótica de la Comunicación de Masas	5.0	3.0	2.0	Fundamento de los análisis semióticos y su aplicación a los discursos de la comunicación de masas.	675
Recursos Lingüísticos en Publicidad y Relaciones Públicas.	5.0	1.0	4.0	Estudio de los elementos retóricos en catalán y aplicación a la creación de textos publicitarios.	325
Laboratorio de Prácticas de Creatividad Publicitaria	5.0	1.0	4.0	Estímulo y desarrollo de la capacidad creativa, mediante prácticas aplicadas a la creación de campañas publicitarias.	105
Lengua Española Oral	5.0	2.0	3.0	Estudio de los segmentos fónicos del español y de la entonación.	330
Lengua Española I	5.0	3.0	2.0	Estudio del enunciado como unidad comunicativa.	330
Propaganda y Publicidad Institucionales	5.0	3.0	2.0	Principios de la aplicación de las técnicas publicitarias a la comunicación de las organizaciones políticas.	105
Gestión de Comunicación en la Empresa Pública y Privada	10.0	6.0	4.0	Teoría y práctica de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación en la empresa pública y privada.	105

## Vinculación a Áreas de conocimiento

Denominación de las Áreas de conocimiento	Código C.U.
BIBLIOTECONOMIA Y DOCUMENTACION	040
CIENCIA POLITICA Y DE LA ADMINISTRACION	070
COMERCIALIZACION E INVESTIGACION DE MERCADOS	095
COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	105
ECONOMIA APLICADA	225
FILOLOGIA CATALANA	325
FILOLOGIA ESPAÑOLA	330
FUNDAMENTOS DE ANALISIS ECONOMICO	415
HISTORIA CONTEMPORANEA	450
HISTORIA DEL ARTE	465
HISTORIA DEL DERECHO Y DE LAS INSTITUCIONES	470
HISTORIA E INSTITUCIONES ECONOMICAS	480
PERIODISMO	675
PSICOLOGIA BASICA	730
PSICOLOGIA SOCIAL	740
SOCIOLOGIA	775

**DISTRIBUCION DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO (Aproximada)**

Año académico	Total	Teóricos	Práct/Ciñ
1ª	80.0	45.0	35.0
2ª	81.0	45.0	36.0
3ª	80.0	38.5	41.5
4ª	79.0	38.5	40.5

**ORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIOS**

**1.a) Régimen de acceso al 2º Ciclo**

Podrán cursar el segundo ciclo de estas enseñanzas, además de quienes cursen el primer ciclo de las mismas, los que estén en posesión de las titulaciones y los estudios previos de primer ciclo y los complementos de formación necesarios que se establezcan, de acuerdo con la normativa legal vigente.

**1.b) Ordenación temporal en el aprendizaje**

**1.b.1) Incompatibilidades (pre, co y postrequisitos) Académicos**

Asignatura a cursar	Asignatura(s) aprobada(s)
Ha de la Comunicación Social en Cataluña	Historia de la Comunicación.
Procesos y Técnicas Creativas	Introducción a la creatividad publicitaria
Tecnología Audiovisual en Publici. (Fotografía Pub)	Teoría y técnica de la fotografía
Introducción a la Investigación de Medios Publicita	Introducción a la estadística aplicada.
Estrategia y Planificación de Medios Publicitarios	Aplicación estadística a la investigación publicitaria.
Psicología de la Percepción	Introducción a la planificación y investigación de medios publicitarios.
Introducción a la Teoría y Técnica Cinematográfica	Introducción a la psicología
Teoría y Técnica de la Fotografía	Redacción y locución en medios audiovisuales
Historia de la Publicidad y de las RR.PP.	Teoría y técnica de la fotografía
Teoría y Técnica del Lenguaje Radiofónico	Redacción y locución en medios audiovisuales.
Teoría y Técnica del Lenguaje Televisivo	Teoría y Técnica de la Publicidad y de las Relaciones Públicas.
Merchandotecnia Estratégica y Corporativa	Tecnología de los Medios Audiovisuales.
Métodos y Técnicas de Investig. en Comunicación de	Redacción y Locución en Medios Audiovisuales.
Teoría del Consumidor	Teoría y Técnica de la Fotografía
Programación y Técnicas de las Relaciones Públicas	Tecnología de los Medios Audiovisuales.
Estructura de la Actividad Publicitaria en España y	Redacción y Locución en Medios Audiovisuales.
Estructura de la Actividad de RR.PP en España y Cat	Introducción a la mercadotecnia
Estrategia Creativa	Teoría y estructura de la Publicidad y de las Relaciones Públicas
Métodos de Investigación de la Publicidad y el Cons	Teoría y estructura de la Publicidad y de las Relaciones Públicas
Tecnología de los Medios Audiovisuales en publi. (T	Teoría y estructura de la Publicidad y de las Relaciones Públicas
Técnicas Analíticas de la Investigación Publicitari	Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas
Conceptualización y Dirección de Arte del Mensaje P	Procesos y técnicas creativas
Teorías de la Comunicación II	Introducción a la psicología
Comunicación Corporativa	Aplicación estadística a la investigación publicitaria
Relaciones Públicas en Sectores Especializados	Introducción a la estadística aplicada
Producción y Diseño Gráfico en Publicidad	Tecnología audiovisual
Dirección de Cuentas	(fotografía publicitaria)
Modelos Matemáticos en la Planificación de Medios P	Movimientos estéticos modernos y publicidad
Sistemas y Formas de Comunicación Empresarial	Teorías de la Comunicación I.

Asignatura a cursar	Asignatura(s) aprobada(s)
Sistemas de Información de Merca	Merchandotecnia Estratégica y Corporativa
Laboratorio de Prácticas de Creatividad Publicitari	Merchandotecnia Estratégica y Corporativa
Propaganda y Publicidad Institucionales	Estrategia creativa
Gestión de Comunicación en la Empresa Pública y Pri	Teoría y Estructura de la Publicidad y las Relaciones Públicas
	Comunicación Corporativa
	Sistemas y formas de comunicación empresariales

**1.b.2) Secuencias de ordenación temporal**

Las secuencias previstas e indicadas a continuación, se concretarán para cada curso en su correspondiente Plan Docente

Asignatura	Secu.
Movimientos Estéticos Modernos y Publicidad	1-1-1
Introducción a la Economía Actual	1-1-1
Estándar Oral de la Lengua Catalana	1-1-1
Lengua Española Oral	1-1-1
Teoría y Práctica de la Redacción Periodística	1-1-1
Teoría y Estructura de la Publicidad y las Relacio	1-1-1
Historia del Mundo Actual	1-1-1
Estándar oral de la Lengua	1-1-1
Introducción a la Creatividad Publicitaria	1-1-2
Economía Aplicada y de la Empresa	1-1-2
Estándar Escrito de la Lengua Catalana	1-1-2
Lengua Española I	1-1-2
Redacción y Locución en los Medios Audiovisuales	1-1-2
Diseño, Composición Visual y Tecnología en Prensa	1-1-2
Teorías de la Comunicación I	1-1-2
Historia General de la Comunicación	1-1-2
Estándar escrito de la Lengua	1-1-2
Introducción a la Merca	1-2-1
Introducción a la Estadística Aplicada	1-2-1
Teorías de la Comunicación II	1-2-1
Teoría y Técnica del Lenguaje Radiofónico	1-2-1
Teoría y Técnica del Lenguaje Televisivo	1-2-1
Comunicación Corporativa	1-2-1
Estructura Social	1-2-1
Introducción a la Teoría y Técnica Cinematográfica	1-2-2
Teoría y Técnica de la Fotografía	1-2-2
Aplicación Estadística a la Investigación Publicit	1-2-2
Métodos y Técnicas de Investiga. en Comunicación d	1-2-2
Historia de la Publicidad y de las RR.PP	1-2-2
Introducción a la Psicología	1-2-2
Documentación Informativa	2-3-1
Tecnología Audiovisual en Publici. (Fotografía Pub	2-3-1
Estrategia y Planificación de Medios Publicitarios	2-3-1
Sociología del Consumo	2-3-1
Estructura de la comunicación de Masas I	2-3-1
Psicología de la Percepción	2-3-1
Informática Documental y Teledocumentación	2-3-1
Redacción Publicitaria en Catalán	2-3-1
Procesos y Técnicas Creativas	2-3-1
Introducción a la Investigación de Medios Publicit	2-3-1
Ha de la Comunicación Social en Cataluña	2-3-2
Merchandotecnia Estratégica y Corporativa	2-3-2
Métodos y Técnicas de Investig. en Comunicación de	2-3-2
Producción y Diseño Gráfico en Publicidad	2-3-2
Teoría del Consumidor	2-3-2
Economía de España y de Cataluña	2-3-2
Dirección de Cuentas	2-3-2
Programación y Técnicas de las Relaciones Públicas	2-3-2
Estrategia, Conceptualización y Redac. del Mensaje	2-3-2
Estructura de la Actividad Publicitaria en España	2-4-1
Estructura de la Actividad de RR.PP en España y Ca	2-4-1
Métodos de Investigación de la Publicidad y el Con	2-4-1
Tecnología de los Medios Audiovisuales en publi. (	2-4-1
Modelos Matemáticos en la Planificación de Medios	2-4-1
Comunicación Política	2-4-1
Sistemas y Formas de Comunicación Empresarial	2-4-1
Sistemas de Información de Merca	2-4-1
Estrategia Creativa	2-4-1
Conceptualización y Dirección de Arte del Mensaje	2-4-2
Técnicas Analíticas de la Investigación Publicitar	2-4-2
Semiótica de la Comunicación de Masas	2-4-2
Recursos Lingüísticos en Publicidad y Relaciones P	2-4-2
Laboratorio de Prácticas de Creatividad Publicitar	2-4-2
Propaganda y Publicidad Institucionales	2-4-2
Gestión de Comunicación en la Empresa Pública y Pr	2-4-2
Normativa de la Actividad Publicitaria	2-4-2
Sujetos de la Actividad Publicitaria	2-4-2
Relaciones Públicas en Sectores Especializados	2-4-2

(Nota. Interpretación de la secuencia codificada :  
 i) Ciclo de docencia ('0' = Indef.)  
 ii) Curso de docencia ('0' = Indef.)  
 iii) Cuatrimestre inicio de docencia ('0' = Indef.)

**1.c) Período de escolaridad mínimo : 2 + 2 años académicos.**

**1.d) Mecanismos de convalidación y/o adaptación al nuevo P.E.**

Estos mecanismos no se aplicarán por ciclos, sino por asignaturas.

**1.d) Mecanismos de convalidación y/o adaptación de Asignaturas**

Asignatura P.E. Nuevo	Asignatura(s) P.E. Antiguo
Ha de la Comunicación Social en Cataluña	Ha de la Comunicación Social en España y Cataluña. (110a).
Procesos y Técnicas Creativas	Merchandotecnia Publicitaria. (421).
Estrategia y Planificación de Medios Publicitarios	Método de Comunicación Publicitaria. (421c).

Asignatura P.E. Nuevo	Asignatura(s) P.E. Antiguo
Estructura de la comunicación de Masas I .....	Introducción a la Comunicación de Masas. (1003).
Documentación Informativa .....	Documentación. (2016).
Aplicación Estadística a la Investigación Publicitaria	Estadística. (4202).
Métodos y Técnicas de Investiga. en Comunicación de	Teoría de la Comunicación Social. (5108).
Teoría y Técnica del Lenguaje Radiofónico .....	Teoría y Técnica de la Información Audiovisual I (Radio). (3013).
Teoría y Técnica del Lenguaje Televisivo .....	Teoría y Técnica Información Audiovisual II (TV). (4111).
Introducción a la Mercadotecnia .....	Mercadotecnia I. (2012).
Métodos y Técnicas de Investig. en Comunicación de	Teoría de la Comunicación Social. (5108).
Estrategia, Conceptualización y Redac. del Mensaje	Redacción Publicitaria en Catalán. (4213).
Estructura de la Actividad Publicitaria en España y	Empresa Publicitaria y Derecho de la Publicidad. (5206).
Métodos de Investigación de la Publicidad y el Cons	Métodos de Investigación Motivacional (3014).
Tecnología de los Medios Audiovisuales en publi. (T	Tecnología de los Medios Audiovisuales en Publicidad. (4212).
Normativa de la Actividad Publicitaria .....	Empresa Publicitaria y Derecho de la Publicidad. (5206).
Técnicas Analíticas de la Investigación Publicitari	Métodos de Investigación Motivacional (3014).
Teorías de la Comunicación II .....	Teoría General de la Información. (2011).
Estructura Social .....	Estructura Social de España y Cataluña. (3005).
Diseño, Composición Visual y Tecnología en Prensa	Tecnología de la Información (Prensa Escrita) (2004).
Historia General de la Comunicación .....	Historia General de la Comunicación. (3020).
Economía Aplicada y de la Empresa .....	Economía Política. (1006).
Teoría y Práctica de la Redacción Periodística ....	Estructura de la Información Periodística. (1008).
Estándar Oral de la Lengua Catalana .....	Teoría y Estructura del Lenguaje (L. Catalana) (1013).
Estándar Escrito de la Lengua Catalana .....	Teoría y Estructura del Lenguaje

Asignatura P.E. Nuevo	Asignatura(s) P.E. Antiguo
Introducción a la Economía Actual .....	(L. Catalana) (1013).
Historia del Mundo Actual .....	Economía Política. (1006).
Economía de España y de Cataluña .....	Historia Universal Contemporánea. (1005).
Producción y Diseño Gráfico en Publicidad .....	Estructura Económica Mundial y de España. (2014).
Semiótica de la Comunicación de Masas .....	Tecnología de los Medios Impresos. (5213).
Propaganda y Publicidad Institucionales .....	Semiótica de la Comunicación de Masas. (4214).
	Teoría y Técnica de la Propaganda Política. (5212).

En lo no previsto resolverá una Comisión de Adaptación, creada al efecto en el Centro, que actuará de acuerdo con lo dispuesto en el Anexo I del R.D. 1497/87.

- 2.) Se organizan/diversifican las troncales en asignaturas cuyos programas, además de las concreciones y/o ampliaciones descritas en la breve descripción de cada una, asumirán todo el contenido de la materia troncal debidamente organizada.

Bellaterra (Cerdanyola del Vallés), 20 de noviembre de 1992.—El Rector,  
Josep M. Vallès i Casadevall.