

**26495** RESOLUCION de 15 de octubre de 1993, de la Universidad de Sevilla, por la que se ordena la publicación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

La Junta de Gobierno de esta Universidad, en sesión celebrada el 21 de abril de 1992, aprobó el plan de estudios conducente a la obtención del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 117 de los Estatutos de la Universidad de Sevilla y según lo previsto en el Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, por el que se establecen directrices generales comunes de los planes de estudios.

Una vez homologado por el Consejo de Universidades, mediante acuerdo de la Comisión Académica adoptado el 28 de septiembre de 1993,

Este Rectorado, de conformidad con lo previsto en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, que quedará estructurado conforme figura en los siguientes anexos.

Sevilla, 15 de octubre de 1993.—El Rector, Juan Ramón Medina Precioso.

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

SEVILLA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia troncal (3)	Créditos anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1º		Análisis del entorno social y de su evolución histórica		8T+1A	7	1T+1A	Profundización en las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones política, económica y social. Evolución histórica.	Ciencia Política y de la Administración. Historia Contemporánea. Historia del Derecho y de las Instituciones. Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos. Historia e Instituciones Económicas. Sociología.
	1º		SOCIOLOGIA I	3T	2	1		"
	2º		Hº DEL PENSAMIENTO POLITICO Y SOCIAL CONTEMPORANEO	5T+1A	5	1A		"
1º		Comunicación e Información audiovisual		12T+1,5A	6T+1,5A	6	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
	1º		TEORIA DE LA COMUNICACION AUDIOVISUAL	4,5	3	1,5		"
1º	1º		TECNOLOGIA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES	4,5	1,5	3		"
	2º		ANALISIS DEL DISCURSO AUDIOVISUAL	8T+1,5A	1,5T+1,5A	1,5		"
1º		Comunicación e Información escrita		12T+3A	6	6T+3A	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
	2º		REDACCION	4,5+1,5A	1,5	3T+1,5A		"
	2º		ANALISIS DEL DISCURSO PERIODISTICO	8T+1,5A	3	1,5A		"
	2º		TECNOLOGIA DE LA INFORMACION ESCRITA	4,5	1,5	3		"
1º	2º	Documentación Informativa	DOCUMENTACION INFORMATIVA	6	3	3	Estudio y análisis de los sistemas de documentación en los medios de comunicación	Biblioteconomía y Documentación. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
1º		Lengua		8T+1A	4T+0,5A	4T+0,5A	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española.	Filología Española

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia troncal (3)	Créditos anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
	1º		TEORIA Y ESTRUCTURA DE LA LENGUA ESPAÑOLA	4T+0,5A	3	1T+0,5A		"
	1º		LENGUA ESPAÑOLA INSTRUMENTAL	4T+0,5A	1T+0,5A	3		"
1º		Publicidad y Relaciones Públicas		2T+1,5A	6T+1,5A	6	Introducción teórica y práctica a la publicidad y a las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
	1º		TEORIA DE LA PUBLICIDAD	4,5	3	1,5		"
	2º		ANALISIS DEL DISCURSO PUBLICITARIO	4,5	1,5	3		"
	2º		TEORIA Y ESTRUCTURA DE LAS RELACIONES PUBLICAS	3T+1,5A	1,5T+1,5A	1,5		"
1º		Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información		10T+0,5A	8	2T+0,5A	Estudio de los elementos, y formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo. Sociología. Psicología Social.
	1º		TEORIA DE LA COMUNICACION	6T	4	2		"
	2º		TEORIA DE LA INFORMACION	4T+0,5A	4	0,5A		"
2º		Creatividad Publicitaria.		10T+2A	5T	5T+2A	Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
	3º		INTRODUCCION A LA CREATIVIDAD PUBLICITARIA.	5T+1A	2T	3T+1A		"
	4º		PROCESOS Y TECNICAS DE LA CREATIVIDAD PUBLICITARIA.	5T+1A	3T	2T+1A		"
2º		Planificación y Medios Publicitarios.		10T+2A	5T	5T+2A	Análisis de audiencias. Motivaciones y Marketing de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Sociología. Comercialización e Investigación de Mercados.
	3º		SOCIOESTADISTICA APLICADA A LA PUBLICIDAD.	5T+1A	2,5T	2,5T+1A		"
2º	3º		METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION DE MEDIOS Y AUDIENCIAS.	5T+1A	2,5T	2,5T+1A		"
2º		Sistemas y procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas.		10T+0,5A	5T	5T+0,5A	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias y de relaciones publicas anunciantes, empresas, instituciones soportes y receptores.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo. Psicología Social. Sociología.

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/ diversifica la materia troncal (3)	Créditos anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
2º	4º	Teoría y Técnicas de las relaciones Públicas.	GABINETES DE COMUNICACION E IMAGEN.	6T	2T	4T	Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas.	"
	3º		SOCIOLOGIA DEL CONSUMO	4T+0,5A	3T	1T+0,5A		"
	3º		PROGRAMACION Y TECNICA DE DE LAS RELACIONES PUBLICAS.	5T+1A	3T+1A	2T		"
	4º		PSICOLOGIA DE LA MOTIVACION.	5T+1A	2T+1A	3T		"

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

SEVILLA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TITULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

## 2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)

Ciclo	Curso (2)	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1º	2º	LITERATURA ESPAÑOLA CONTEMPORÁNEA	6	3	3	Introducción a la lectura de textos literarios españoles contemporáneos, al análisis y comparación con otros textos artísticos y comunicacionales	Filología Española
1º	2º	LITERATURA UNIVERSAL CONTEMPORÁNEA	6	3	3	Introd. a la lectura de textos fundamentales de la literatura universal contemporánea, a su análisis y comparación con otros textos artísticos y comunicacionales	Filología Española
1º	1º	ESTÉTICA I	4,5	3	1,5	Introducción a los problemas fundamentales y a las principales doctrinas estéticas clásicas	Estética y Teoría de las Artes
1º	1º	ESTÉTICA II	4,5	3	1,5	Introducción a los problemas fundamentales y a las principales ideas estéticas modernas y contemporáneas	Estética y Teoría de las Artes
1º	1º	SOCIOLOGIA II	6	4	2	Análisis de las situaciones sociológicas en la sociedad de hoy, considerando el pasado y de cara al presente y el devenir.	Sociología
1º	2º	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACION SOCIAL	6	4	2	Estudio y aplicación de los métodos y técnicas de determinación de los datos necesarios para el conocimiento social.	Sociología
1º	1º	Hª DE LA COMUNICACION ESCRITA	4,5	3	1,5	Estudio de la evolución histórica de los mensajes de la Comunicación escrita a través del contexto universal.	Periodismo. Comunicación Audiovisual y Publicidad.
1º	1º	Hª DE LA COMUNICACION AUDIOVISUAL	6	3	3	Estudio de la evolución histórica de los mensajes de la Comunicación Audiovisual a través del contexto universal.	Periodismo. Comunicación Audiovisual y Publicidad.

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)							
Ciclo	Curso (2)	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
2º	4º	ORGANIZACION Y GESTION DE EMPRESAS DE SERVICIOS I	4,5	3	1,5	Estudio de los sistemas de organización y modos de gestión de las empresas de servicios, especialmente las publicitarias.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Organización de Empresas.
2º	4º	II	4,5	3	1,5		"
2º	4º	FUNCION SOCIAL Y RESPONSABILIDAD DE LA PUBLICIDAD	6	4	2	Análisis de grandes problemas éticos y de su incidencia en el mundo de la publicidad, así como la toma en consideración del código deontológico correspondiente.	Filosofía del Derecho, Moral y Política.
2º	3º	HISTORIA DE LA PUBLICIDAD	4,5	3	1,5	Estudio de la actividad publicitaria y su interrelación con el entorno histórico, económico, político, artístico y social.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
2º	3º	REDACCION PUBLICITARIA I	4,5	1,5	3	Estudio, análisis y aplicación de los elementos redaccionales que configuran el texto publicitario.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
2º	4º	II	4,5	0	4,5		
2º	3º	FENOMENOLOGIA DE LA PERCEPCION ESTETICA	6	4	2	Descripción y análisis de los componentes que intervienen en la percepción de los mensajes publicitarios.	Estética y Teoría de las Artes
2º	4º	SEMIOTICA DE LA PUBLICIDAD	6	4	2	Estudio y análisis de cuantos elementos configuran el discurso publicitario e intervienen en la producción de significados y proyección de sentidos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2º	3º	MARKETING I	4,5	3	1,5	Estudio de las distintas variables comerciales.	Comercialización e Investigación de Mercados.
2º	3º	MARKETING II	4,5	3	1,5	Aplicación de las posibles estrategias y políticas comerciales.	Comercialización e Investigación de Mercados.
2º	4º	PLANIFICACION Y GESTION DE MEDIOS PUBLICITARIOS I	4,5	3	1,5	Estudio de los métodos y técnicas de planificación de medios y soportes.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Comercialización e Investigación de Mercados.
2º	4º	PLANIFICACION Y GESTION DE MEDIOS PUBLICITARIOS II	4,5	3	1,5	Aplicación de la planificación y gestión publicitaria.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Comercialización e Investigación de Mercados.

(1) Libremente incluidas por la Universidad en el plan de estudios como obligatorias para el alumno.

(2) La especificación por cursos es opcional para la Universidad.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

SEVILLA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	
DENOMINACION (2)	CREDITOS			BREVE DESCRIPCION DEL CONTENIDO	VINCULACION A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
HISTORIA DEL MUNDO CONTEMPORANEO (1º, 1-S)	4,5	3	1,5	Análisis de las estructuras, relaciones y acontecimientos fundamentales del mundo contemporáneo hasta la Segunda Guerra Mundial.	Historia Contemporánea
ECONOMIA (1º, 1-S)	4,5	3	1,5	Introducción a los conceptos y doctrinas básicas de la economía actual.	Economía Aplicada
ESTADISTICA APLICADA A LA COMUNICACION (1º, 1-S)	4,5	3	1,5	Fundamentos de las técnicas y procedimientos del análisis estadístico. Aplicaciones comunicacionales.	Economía Aplicada. Periodismo. Comunicación Audiovisual y Publicidad.
LITERATURA Y COMUNICACION (1º, 1-S)	4,5	1,5	3	Introducción a la Teoría de la Comunicación Literaria y a los métodos de análisis comparado de la literatura en relación con otros procesos comunicativos.	Filología Española. Periodismo. Comunicación Audiovisual y Publicidad.
SEMIOTICA DE LA COMUNICACION. (1º, 2-S)	4,5	3	1,5	Fundamentación teórica de la comunicación como producción significativa. Análisis de sistemas signícos.	Periodismo. Comunicación Audiovisual y Publicidad.
HISTORIA DEL MUNDO ACTUAL. (1º, 2-S)	4,5	3	1,5	Análisis de las estructuras, relaciones y acontecimientos fundamentales desde 1945 a nuestros días.	Historia Contemporánea.
MODALIDADES LINGÜÍSTICAS DEL ESPAÑOL ACTUAL. (1º, 2-S)	4,5	3	1,5	Análisis de las modalidades, registros y usos de la lengua española en la actualidad con especial atención a la comunicación.	Filología Española
CONFIGURACION TECNOLÓGICA DE LOS PROCESOS COMUNICATIVOS. (1º, 2-S)	4,5	1,5	3	Análisis de los procesos comunicativos como resultado de la aplicación de las nuevas tecnologías.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION INTERPERSONAL Y DE PEQUEÑOS GRUPOS. (1º, 2-S)	4,5	3	1,5	Fundamentación teórica y análisis de la interacción comunicativa interpersonal y de pequeños grupos.	Sociología
PSICOLOGIA SOCIAL DE LA COMUNICACION (1º, 3-S)	4,5	3	1,5	Análisis de los factores y dimensiones psicológicas implicadas en la comunicación social.	Psicología Social. Sociología.
HISTORIA DE ESPAÑA CONTEMPORANEA. (1º, 3-S)	4,5	3	1,5	Estudio de los acontecimientos fundamentales de la España del siglo XX, así como de las dimensiones estructurales e institucionales.	Historia Contemporánea.
LENGUA ESPAÑOLA INSTRUMENTAL II. (1º, 3-S)	4,5	1,5	3	Composición y análisis del uso de la lengua española en la comunicación.	Filología Española
ECONOMIA DE LA COMUNICACION DE MASAS. (1º, 3-S)	4,5	3	1,5	Análisis de los factores macro y microeconómicos implicados en los procesos comunicativos en la actualidad.	Economía Aplicada
CORRIENTES ESTETICAS CONTEMPORANEAS. (1º, 4-S)	4,5	3	1,5	Introducción a los principales movimientos, corrientes y tendencias del arte en el siglo XX y análisis de la estética de la vida cotidiana.	Estética y Teoría de las Artes.
ESTRUCTURA SOCIAL CONTEMPORANEA DE ESPAÑA Y ANDALUCIA. (1º, 4-S)	4,5	3	1,5	Estudio de las estructuras e instituciones implicadas en la sociedad española y andaluza actual.	Sociología.
INTRODUCCION AL DERECHO DE LA COMUNICACION (1º, 4-S)	4,5	3	1,5	Fundamentos jurídicos de la comunicación en la actualidad, con especial atención al periodismo, la publicidad y la comunicación audiovisual.	Derecho Constitucional. Derecho Administrativo.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	
DENOMINACION (2)	CREDITOS			BREVE DESCRIPCION DEL CONTENIDO	VINCULACION A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
INTRODUCCION A LA MERCADOTECNIA (1º, 4-S)	4,5	3	1,5	Fundamentación teórica y análisis de la comercialización y de los mercados.	Comercialización e Investigación de Mercados.
SEMINARIO DE PROBLEMAS ACTUALES DE LA COMUNICACION.				Análisis de los problemas que afectan actualmente a la comunicación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
I (1º, 1-S)	4,5	0	4,5		
II (1º, 2-S)	4,5	0	4,5		
III (1º, 3-S)	4,5	0	4,5		
IV (1º, 4-S)	4,5	0	4,5		
HISTORIA DE LA EUROPA COMUNITARIA. (1º, 4-S)	4,5	3	1,5	Antecedentes, evolución y fundamentos de la construcción social, económica y política de la Europa comunitaria.	Historia Contemporánea.
NUEVAS TECNOLOGIAS EN LA PUBLICIDAD (2º, 1-S)	6	0	6	Las nuevas tecnologías de la comunicación en su aplicación a la construcción del discurso publicitario.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad
SEMINARIO DE PROBLEMAS ACTUALES DE LA PUBLICIDAD (2º, 1-S)	6	0	6	Análisis de los problemas que afectan actualmente a la Publicidad.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad
TEORIA Y TECNICA DEL LENGUAJE FOTOGRAFICO (2º, 1-S)	6	2	4	Estudio de las técnicas que configuran el Lenguaje Fotográfico aplicado a la Publicidad así como de los Aspectos teóricos que las sustentan.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad -Periodismo
NARRATIVA AUDIOVISUAL (2º, 2-S)	6	2	4	Estudio y análisis de los soportes Audiovisuales a través de los cuales se vehiculan la Publicidad.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad
Semiótica de la Comunicación de Masas. (2º, 2-S)	6	4	2	Estudio y análisis de los procesos semióticos que intervienen en la comunicación de masas en general, y publicitaria en particular.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Filología Española
Estética de la Publicidad. (2º, 2-S)	6	4	2	Estudio y análisis de la configuración estética del mensaje publicitario	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Estética y Teoría de Las Artes
Producción y diseño gráfico aplicado a la publicidad. (2º, 3-S)	6	2	4	Estudio y aplicación de los procesos del diseño encaminado a la creación y ejecución del mensaje publicitario.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Documentación publicitaria. (2º, 3-S)	6	2	4	Estudio de los diversos sistemas de organización y archivo de la documentación publicitaria.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Periodismo. - Biblioteconomía y Documentación.
Publicidad Política e Institucional. (2º, 3-S).	6	4	2	Estudio y análisis de las estrategias y aplicaciones de la comunicación persuasiva en la política y organismos públicos y privados.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Persuasión Publicitaria y Literatura. (2º, 4-S).	4,5	1,5	3	Estudio de la relación entre retórica literaria y persuasión publicitaria.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad. - Filología Española
Relaciones Públicas en sectores especializados. (2º, 4-S)	4,5	3	1,5	Estudio diferencial de las estrategias y técnicas de las relaciones públicas en su aplicación a distintos sectores.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.
Teoría y Técnica del cartel. (2º, 4-S)	4,5	1,5	3	Estudios de las técnicas que configuran el lenguaje del cartel así como de los aspectos teóricos que los sustentan.	- Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Economía Aplicada a la Publicidad. (2º, 4-S)	4,5	3	1,5	Estudio y análisis de la publicidad sobre las variables económicas ajenas al Marketing.	- Economía Aplicada.

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclo o curso.

(2) Se mencionará entre paréntesis, tras la denominación de la optativa, el curso o ciclo que corresponda si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso o ciclo

(3) Libremente decidida por la Universidad.

UNIVERSIDAD:

SEVILLA

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCION DEL TITULO OFICIAL DE

(1) LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

2. ENSEÑANZAS DE 1º + 2º CICLO CICLO (2)

3. CENTRO UNIVERSITARIO RESPONSABLE DE LA ORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIOS

(3) FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACION

4. CARGA LECTIVA GLOBAL 334 CREDITOS (4)

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CREDITOS LIBRE CONFIGURACION (5)	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
I CICLO	1º	30,5T+1A 31,5	25,5	9	9		75
	2º	37,5T+7,5A 45	18	9	9		81
II CICLO	3º	24T + 4,5A 28,5	24	20	17		89,5
	4º	16T + 2A 18	34,5	19	17		88,5

(1) Se indicará lo que corresponda.

(2) Se indicará lo que corresponda según el art. 4º del R.D. 1497/87 (de 1º ciclo; de 1º y 2º ciclo; de sólo 2º ciclo) y las previsiones del R.D. de directrices generales propias del título de que se trate.

(3) Se indicará el Centro Universitario, con expresión de la norma de creación del mismo o de la decisión de la Administración correspondiente por la que se autoriza la impartición de las enseñanzas por dicho Centro.

(4) Dentro de los límites establecidos por el R.D. de directrices generales propias de los planes de estudios del título de que se trate.

(5) Al menos el 10% de la carga lectiva "global"

5. SE EXIGE TRABAJO O PROYECTO FIN DE CARRERA, O EXAMEN O PRUEBA GENERAL NECESARIA PARA OBTENER EL TITULO  (6).

6.  SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CREDITOS A:

- (7)  PRACTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PUBLICAS O PRIVADAS, ETC.  
 TRABAJOS ACADEMICAMENTE DIRIGIDOS E INTEGRADOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS  
 ESTUDIOS REALIZADOS EN EL MARCO DE CONVENIOS INTERNACIONALES SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD  
 OTRAS ACTIVIDADES

— EXPRESION, EN SU CASO, DE LOS CREDITOS OTORGADOS: máximo 18 CREDITOS.

— EXPRESION DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8) optativos 9T / 9P

1T = 10 horas / 1P = 10 horas

7. AÑOS ACADEMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN, POR CICLOS: (9)

— 1º CICLO 2 AÑOS

— 2º CICLO 2 AÑOS

8. DISTRIBUCION DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADEMICO.

AÑO ACADEMICO	TOTAL (*)	TEORICOS	PRACTICOS/ CLINICOS
1º CICLO			
1º	66	40	26
2º	72	41,5	30,5
2º CICLO			
3º	72,5	38,5	34
4º	71,5	38	33,5

(\*) Sin incluir créditos de libre configuración

(6) Si o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En caso afirmativo, se consignarán los créditos en el precedente cuadro de distribución de los créditos de la carga lectiva global.

(7) Si o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En el primer caso se especificará la actividad a la que se otorgan créditos por equivalencia.

(8) En su caso, se consignará "materias troncales", "obligatorias", "optativas", "trabajo fin de carrera", etc., así como la expresión del número de horas atribuido, por equivalencia, a cada crédito, y el carácter teórico o práctico de este.

(9) Se expresará lo que corresponda según lo establecido en la directriz general segunda del R. D. de directrices generales propias del título de que se trate.

TABLA DE CONVALIDACIONES  
DESDE LA LICENCIATURA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

1. SECCIÓN PERIODISMO

ASIGNATURA PLAN ANTIGUO

ASIGNATURA NUEVO PLAN

PRIMER CURSO

Teoría y Estructura del Lenguaje  
Teoría de la Comunicación  
Estructura de la Información Periodística  
Sociología  
Historia Universal Contemporánea  
H<sup>a</sup> del Pensamiento Político y Social  
Introducción a la Economía  
Literatura Española  
Lengua Española Instrumental  
Teoría e Historia de la Publicidad

Teoría y Estructura del Lenguaje  
Teoría de la Comunicación  
Análisis del discurso periodístico  
Sociología I / Sociología II  
Historia del Mundo Actual  
H<sup>a</sup> del Pensamiento Político y Social  
Economía  
Literatura Española Contemporánea  
Lengua Española Instrumental I  
Teoría de la Publicidad

SEGUNDO CURSO

Teoría General de la Información  
Tecnología de la Información (Prensa Escrita)  
Metodología de las Ciencias Sociales

Teoría de la Información  
Tecnología de la Información Escrita  
Métodos y Técnicas de Investigación Social  
Historia de España Contemporánea

Historia de España Contemporánea  
Instituciones Jurídico-Políticas Contemporáneas\*  
Estructura Económica Mundial y de España\*  
Documentación  
Movimientos Artísticos Contemporáneos  
Mercadotecnia

Documentación  
Corrientes Estéticas Contemporáneas  
Introducción a la Mercadotecnia

TERCER CURSO

Historia General de la Comunicación  
T<sup>a</sup> y Técnica de la Información Audiovisual  
(Radio y Televisión)  
Métodos de investigación Operacional  
(Psicología aplicada a la publicidad)  
Redacción Periodística  
Estructura Social de España

Historia de la Comunicación Escrita  
Tecnol. de los Medios Audiovisuales  
Psicología Social de la Comunicación  
Redacción  
Estructura Social Contemporánea de España y Andalucía

Historia de Andalucía\*  
Régimen Político Español\*  
Economía de la Información\*  
Opinión Pública\*

\* Sin equivalencia exacta en Nuevos Planes, convalidables por créditos optativos o de libre configuración en el Primer Ciclo.

1. La Universidad deberá referirse necesariamente a los siguientes extremos:

- a) Régimen de acceso al 2.º ciclo. Aplicable sólo al caso de enseñanzas de 2.º ciclo o al 2.º ciclo de enseñanzas de 1.º y 2.º ciclo, teniendo en cuenta lo dispuesto en los artículos 5.º y 8.º 2 del R.D. 1497/87.
  - b) Determinación, en su caso, de la ordenación temporal en el aprendizaje, fijando secuencias entre materias o asignaturas o entre conjuntos de ellas (artículo 9.º, 1. R.D. 1497/87).
  - c) Periodo de escolaridad mínimo, en su caso (artículo 9.º, 2, 4.º R.D. 1497/87).
  - d) En su caso, mecanismos de convalidación y/o adaptación al nuevo plan de estudios para los alumnos que vinieran cursando el plan antiguo (artículo 11 R.D. 1497/87).
2. Cuadro de asignación de la docencia de las materias troncales a áreas de conocimiento. Se cumplimentará en el supuesto a) de la Nota (5) del Anexo 2-A.
3. La Universidad podrá añadir las aclaraciones que estime oportunas para acreditar el ajuste del plan de estudios a las previsiones del R.D de directrices generales propias del título de que se trate (en especial, en lo que se refiere a la incorporación al mismo de las materias y contenidos troncales y de los créditos y áreas de conocimiento correspondientes según lo dispuesto en dicho R. D.), así como especificar cualquier decisión o criterio sobre la organización de su plan de estudios que estime relevante. En todo caso, estas especificaciones no constituyen objeto de homologación por el Consejo de Universidades.

1.a) Acceso al segundo ciclo:

Según lo indicado en la ORDEN de 5 de junio de 1992 (BOE del 12 de junio)

b) Por el carácter autónomo de las asignaturas, no se indica

c) Cuatro años

d) Se adjunta tabla

- El número máximo de créditos optativos a ofertar cada año en el Plan de Organización Docente será de 85,5



TABLA DE CONVALIDACIONES  
DESDE LA LICENCIATURA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

## 2. SECCIÓN PUBLICIDAD

ASIGNATURA PLAN ANTIGUO ASIGNATURA NUEVO PLAN

## PRIMER CURSO

Teoría y Estructura del Lenguaje	Teoría y Estructura del Lenguaje
Teoría de la Comunicación	Teoría de la Comunicación
Teoría e Historia de la Publicidad	Teoría de la Publicidad
Estructura de la Información Periodística	Análisis del discurso periodístico
Sociología	Sociología I / Sociología II
Historia Universal Contemporánea	Historia del Mundo Actual
Hª del Pensamiento Político y Social	Hª del Pensamiento Político y Social
Introducción a la Economía	Economía
Literatura Española	Literatura Española Contemporánea
Lengua Española Instrumental	Lengua Española Instrumental I

## SEGUNDO CURSO

Teoría General de la Información	Teoría de la Información
Mercadotecnia	Introducción a la Mercadotecnia
Tecnología de la Información (Prensa Escrita)	Tecnología de la Información Escrita
Metodología de las Ciencias Sociales	Métodos y Técnicas de Investigación Social
Historia de España Contemporánea	Historia de España Contemporánea
Instituciones Jurídico-Políticas Contemporáneas*	
Estructura Económica Mundial y de España*	
Documentación	Documentación
Movimientos Artísticos Contemporáneos	Corrientes Estéticas Contemporáneas

## TERCER CURSO

Historia General de la Comunicación	Historia de la Comunicación Escrita
Tª y Técnica de la Información Audiovisual (Radio y Televisión)	Tecnol. de los Medios Audiovisuales
Redacción Periodística	Redacción
Estructura Social de España	Estructura Social Contemporánea de España y Andalucía
Historia de Andalucía*	
Régimen Político Español*	
Economía de la Información*	
Métodos de investigación Operacional (Psicología aplicada a la publicidad)	Psicología Social de la Comunicación
Opinión Pública*	

\* Sin equivalencia exacta en Nuevos Planes, convalidables por créditos optativos o de libre configuración en el Primer Ciclo.

TABLA DE CONVALIDACIONES  
DESDE LA LICENCIATURA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

## 3. SECCIÓN CIENCIAS DE LA IMAGEN VISUAL Y AUDITIVA

ASIGNATURA PLAN ANTIGUO ASIGNATURA NUEVO PLAN

## PRIMER CURSO

Teoría y Estructura del Lenguaje	Teoría y Estructura del Lenguaje
Teoría de la Comunicación	Teoría de la Comunicación
Tecnología de los Medios Audiovisuales I	Tecnol. de los Medios Audiovisuales
Sociología	Sociología I / Sociología II
Historia Universal Contemporánea	Historia del Mundo Actual
Introducción a la Economía	Economía
Estética	Estética I / Estética II

## SEGUNDO CURSO

Literatura Española Contemporánea	Literatura Española Contemporánea
Historia de los Medios Audiovisuales I	Hª de la Comunicación Audiovisual
Teoría e Historia del Arte	Fenomenología de la percepción estética
Tª y Técnica de la Realización I*	
Tª y Técnica de la Imagen	Teoría de la Comunicación Audiovisual
Tª y Técnica de la Producción*	

## TERCER CURSO

Movimientos Artísticos Contemporáneos	Corrientes Estéticas Contemporáneas
Literatura Universal Contemporánea	Literatura Universal Contemporánea
Tª y Técnica de la Realización II*	
Historia de los Medios Audiovisuales II*	
Ética y Deontología Profesionales	Función social y responsabilidad de la publicidad
Narrativa Fílmica, Televisiva y Radiofónica	Narrativa Audiovisual

\* Sin equivalencia exacta en Nuevos Planes, convalidables por créditos optativos o de libre configuración en el Primer Ciclo.