

UNIVERSIDADES

21370

RESOLUCIÓN de 3 de septiembre de 1998 de la Universidad «Antonio de Nebrija», por la que se ordena la publicación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Aprobada por la Universidad «Antonio de Nebrija» la modificación del plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, tras su homologación mediante Acuerdo de la Comisión Académica del Consejo de Universidades de fecha 14 de julio de 1998,

El Rector, conforme a lo establecido en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, ha resuelto ordenar la publicación de la modificación de dicho plan de estudios que sustituirá al plan de estudios anterior, publicado en el Real Decreto 2305/1996, de 31 de octubre (Boletín Oficial del Estado) número 285, de 26 de noviembre).

El nuevo plan de estudios al que se refiere la presente Resolución quedará estructurado conforme a lo que figura en el anexo de la misma.

Madrid, 3 de septiembre de 1998.—El Rector, Manuel A. Villa Cellino.

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

ANTONIO DE NEBRIFA (UNNE)

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	Teóricas	Prácticas/ clínicas		
1º	1º	Lengua	Lengua Española y Comunicación I	4+1	3	2	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la Lengua Española.	"Lengua Española" y "Literatura Española"
1º	1º	Lengua	Lengua Española y Comunicación II	4+1	3	2	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la Lengua Española.	"Lengua Española" y "Literatura Española"
1º	1º	Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información	Introducción a los medios de comunicación	5	4	1	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.	"Comunicación audiovisual y Publicidad", "Periodismo", "Psicología Social" y "Sociología"
1º	1º	Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información	Teoría de la Comunicación	5	4	1	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.	"Comunicación audiovisual y Publicidad", "Periodismo", "Psicología Social" y "Sociología"
1º	2º	Documentación Informativa	Documentación Informativa	6	3	3	Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación	"Biblioteconomía y Documentación", "Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Periodismo"

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	1º	Análisis del entorno social y de su evolución histórica	España Contemporánea	4+1	4	1	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" y "Sociología"
1º	1º	Análisis del entorno social y de su evolución histórica	Sociología	4+1	4	1	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" y "Sociología"
1º	1º	Publicidad y Relaciones Públicas	Introducción a la Publicidad y a las Relaciones Públicas	6	3	3	Introducción teórica y práctica a la Publicidad y las Relaciones Públicas y a sus estructuras organizativas.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
1º	2º	Publicidad y Relaciones Públicas	Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas	6	3	3	Continuación de la introducción teórica y práctica a la Publicidad y las Relaciones Públicas y a sus estructuras organizativas, a través de su evolución histórica.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
1º	2º	Comunicación e Información Audiovisual	Historia y Teoría del Cine	6	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Periodismo"
1º	2º	Comunicación e Información Audiovisual	Historia y Teoría de la Televisión	6	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Periodismo"

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	Técnicos	Prácticos/ clínicos		
1º	2º	Comunicación e Información escrita	Redacción y Comunicación I	6	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Periodismo"
1º	2º	Comunicación e Información escrita	Redacción y Comunicación II	6	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Periodismo"
2º	3º	Creatividad Publicitaria	Creatividad Publicitaria I	5+1	3	3	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"
2º	3º	Creatividad Publicitaria	Creatividad Publicitaria II	5+1	3	3	Profundización en el 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"
2º	3º	Planificación de medios publicitarios	Planificación de Medios I	5+1	3	3	Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Sociología" y "Comercialización e investigación de mercados"
2º	4º	Planificación de medios publicitarios	Planificación de Medios II	5+1	3	3	Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Sociología" y "Comercialización e investigación de mercados"
2º	3º	Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas	Sistemas de información en comunicación.	5+1	3	3	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.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Periodismo", "Psicología Social" y "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	Técnicos	Prácticos/ clínicos		
2º	4º	Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas	Planificación de cuentas.	5+1	3	3	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.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Periodismo", "Psicología Social" y "Sociología"
2º	4º	Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas	Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas I	5+1	3	3	Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Periodismo", "Psicología Social" y "Sociología"
2º	4º	Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas	Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas II	5+1	3	3	Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Periodismo", "Psicología Social" y "Sociología"

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

ANTONIO DE NEBRIJA (UNNE)

PLAN DE ESTUDIOS CONDOCENTES AL TÍTULO DE

Licenciado en Publicidad y RR.PP

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		
2º		Inglés	6	3	Lengua Inglesa aplicada al mundo de la comunicación	Filología Inglesa
2º		Prácticas Integradas	32	0	Realización de actividades prácticas o seminarios, directamente relacionados con asignaturas de la carrera. Realizable tanto en Instituciones como mediante un período de prácticas en empresas.	Todas las áreas de las materias troncales
2º		Proyecto Fin de Carrera	16	0	Trabajo fin de carrera, dirigido por un profesor y defendido por el estudiante ante tribunal, enmarcado en una o varias áreas de conocimiento de la carrera, con un enfoque práctico y profesional	Todas las áreas de las materias troncales

(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

ANTONIO DE NEBRJJA (UNNE)

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

Licenciado en Publicidad y RR.PP.

Denominación (2)	CREDITOS		Breve descripción del contenido	Créditos totales para optativas (1) - Por ciclo - Curso
	Totales	Prácticos/Ci- fínicos		
3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Vinculación a áreas de conocimiento (3)
La Empresa y su entorno	6	2	Introducción a la gestión de una empresa y a sus áreas funcionales. Estructura organizativa. Concepto de beneficio.	"Organización de Empresas"
Estadística e investigación de mercados	6	2	Conceptos básicos de estadística descriptiva y de teoría de muestras. Introducción al uso y análisis de las técnicas de investigación de mercados.	"Comercialización e Investigación de Mercados", "Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Estadística e Investigación Operativa"
Psicología Publicitaria	6	2	Psicología aplicada a la publicidad, especialmente en su faceta de creación de plazas.	"Psicología Social" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Métodos de investigación en publicidad	6	2	Estudio del uso de métodos de investigación aplicados a la publicidad. Especial énfasis en la investigación cualitativa, tests y estudios de campaña.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Comercialización e Investigación de Mercados"
Principios de maquetación y diseño	6	3	Estudio de los principios que rigen la maquetación de los medios impresos.	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Maquetación y diseño por ordenador I	6	3	Estudio de sistemas de maquetación por ordenador	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Maquetación y diseño por ordenador II	6	3	Profundización en el estudio de sistemas de maquetación por ordenador	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)		Créditos totales para optativas (1) - Por ciclo - Curso			
Denominación (2)	CREDITOS			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/Clínicos		
Marketing I	6	3	3	Estudio de las funciones esenciales de un departamento de marketing de una empresa. El marketing mix. Decisiones a tomar. El plan de marketing. Sistemas de control.	"Comercialización e Investigación de Mercados"
Marketing II	6	3	3	Profundización en el estudio de las funciones esenciales de un departamento de marketing de una empresa. El marketing mix. Decisiones a tomar. El plan de marketing. Sistemas de control.	"Comercialización e Investigación de Mercados"
Dirección de Arte I	6	3	3	Estudio de la forma de presentar gráficamente ideas publicitarias en medios impresos y electrónicos.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Dirección de Arte II (Asistida por ordenador)	6	3	3	Estudio de la forma de presentar gráficamente ideas publicitarias en medios audiovisuales.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Movimientos artísticos contemporáneos I	6	3	3	Estudio de los movimientos artísticos contemporáneos haciendo especial énfasis en pintura.	"Historia del Arte"
Movimientos artísticos contemporáneos II	6	3	3	Profundización en el estudio de los movimientos artísticos contemporáneos haciendo especial énfasis en pintura.	"Historia del Arte"
Relaciones Internacionales	6	3	3	Estudio de los bloques y de las interrelaciones entre países.	"Ciencia Política y de la Administración"
International Business (Gestión internacional de negocios)	6	3	3	Elementos de economía de la empresa aplicados al ámbito internacional, con especial referencia a las empresas y grupos empresariales multinacionales.	"Organización de Empresas" y "Comercialización y Marketing"
International Marketing (Marketing Internacional)	6	3	3	Fundamentos de comercialización en el ámbito internacional.	"Comercialización y Marketing" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"

Denominación (2)		CREDITOS		Breve descripción del contenido	Créditos totales para optativas (1) - Por ciclo - Curso
		Totales	Teóricos		
3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)					
Análisis de campañas publicitarias internacionales	6	3	3	Análisis de las principales campañas gráficas y audiovisuales emitidas en los diferentes medios a nivel internacional y de su evolución histórica.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Medios de comunicación transnacionales	6	4	2	Estudio de la estructura a nivel mundial del mercado de la comunicación. Análisis de los principales grupos transnacionales.	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Economía e Instituciones económicas internacionales	6	4	2	Descripción y análisis de la economía mundial con especial referencia a los aspectos sectoriales y a las distintas zonas geográficas.	"Economía Aplicada"
Fotografía	6	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y expresión fotográfica.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Ética y Deontología	6	4	2	Estudio y análisis de los principios éticos que deben regir la actividad de los profesionales de los medios de comunicación	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Introducción a la economía	6	4	2	Introducción al funcionamiento de los mercados. Microeconomía y Macroeconomía. Política económica.	"Fundamentos del Análisis Económico" y "Economía Aplicada"
Dirección y Organización de Empresas	6	3	3	Modelos de organización empresarial. Técnicas de dirección y gestión de empresas.	"Organización de Empresas"
Estrategia y política de empresa	6	3	3	Estudio de los principales factores y decisiones que definen la estrategia de una empresa.	"Organización de Empresas", "Comercialización e Investigación de Mercados" y "Economía Financiera y Contabilidad"

(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 corresponde si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD: **ANTONIO DE NEBRIJA**

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCTENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas

2. ENSEÑANZAS DE **Primer y Segundo** CICLO

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

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

4. CARGA LECTIVA GLOBAL **300** CRÉDITOS

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CRÉDITOS LIBRE CONFIGURACIÓN	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
I CICLO	PRIMERO	36	6	24	24		66
	SEGUNDO	36	24	12			72
II CICLO	TERCERO	24	32	24	12		92
	CUARTO	24	6	18	6	16	70

A los efectos del presente plan de estudios y en cumplimiento de la legislación vigente, el crédito tendrá una equivalencia total de 10 horas en las que se incluirán un 30% de actividades académicas dirigidas

- (1) Se indicará lo que corresponda
- (2) Se indicará lo que corresponda según el art. 4º del R.D. 1497/97 (de 1º ciclo; de 1º y 2º ciclo; de sólo 2º ciclo) y las previsiones del R.D. de directrices generales generales propias del título 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 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 TÍTULO SI

6 SI SE OTORGAN POR EQUIVALENCIA, CRÉDITOS A:

- PRÁCTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PÚBLICAS O PRIVADAS, ETC.
- TRABAJOS ACADÉMICAMENTE DIRIGIDOS E INTEGRADOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS
- ESTUDIOS REALIZADOS EN EL MARCO DE CONVENIOS INTERNACIONALES SUSCRITOS POR OTRAS UNIVERSIDADES
- OTRAS ACTIVIDADES

EXPRESIÓN, EN SU CASO, DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS: **76** CRÉDITOS

EXPRESIÓN DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA Del máximo de 76 créditos por equivalencia:

- * Un máximo de 16 créditos corresponden al Proyecto Fin de Carrera, que podrán ser obtenidos mediante prácticas en empresas o instituciones públicas y privadas, siendo en este caso la equivalencia de un crédito por cada 20 horas de prácticas.
- * Los restantes 60 créditos posibles por equivalencia corresponden a materias troncales (con un máximo de 24), obligatorias de universidad (con un máximo de 6), optativas (con un máximo de 24) y de libre configuración (con un máximo de 12) que podrán ser obtenidos por equivalencia de créditos en el caso de que el alumno realice parte de sus estudios en una universidad extranjera, en el marco de convenios internacionales suscritos con otras universidades. En este caso la equivalencia será de un crédito por cada 10 horas lectivas

7. AÑOS ACADÉMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN, POR CICLOS:

- 1º CICLO **2** AÑOS
- 2º CICLO **2** AÑOS

8 DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEÓRICOS	PRÁCTICOS/CLÍNICOS
PRIMERO	66	41	25
SEGUNDO	72	36	36
TERCERO	92	30	62
CUARTO	70	27	43

II. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

1.a) El régimen de acceso al segundo ciclo, con carácter general, se regula por la normativa y órdenes ministeriales vigentes.

1.b) La ordenación temporal del aprendizaje, indicándose las materias troncales y obligatorias de universidad y el número de optativas y de libre configuración, siendo todas las asignaturas cuatrimestrales, es la siguiente:

1º CURSO

- Lengua Española y Comunicación I
- Lengua Española y Comunicación II
- Teoría de la Comunicación
- Introducción a los Medios de Comunicación
- España Contemporánea
- Sociología
- Introducción a la Publicidad y las Relaciones Públicas
- 1 Asignatura Optativa
- 4 Asignaturas de Libre Configuración

2º CURSO

- Documentación Informativa
- Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas
- Historia y Teoría del Cine
- Historia y Teoría de la Televisión
- Redacción y Comunicación I
- Redacción y Comunicación II
- 4 Asignaturas Optativas
- 2 Asignaturas de Libre Configuración

3º CURSO

- Creatividad Publicitaria I
- Creatividad Publicitaria II
- Planificación de Medios I
- Sistema de Información en Comunicación
- Prácticas Integradas
- 4 Asignaturas Optativas
- 2 Asignatura de Libre Configuración

4º CURSO

- Planificación de Medios II
- Planificación de Cuentas
- Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas I
- Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas II
- Inglés
- Proyecto Fin de Carrera
- 3 Asignaturas Optativas
- 1 Asignaturas de Libre Configuración

1.c) El periodo de escolaridad mínimo es de 4 años