

16025 RESOLUCIÓN de 25 de julio de 2000, de la Universidad de Málaga, de modificación del plan de estudios de la Universidad de Málaga, conducente a la obtención del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Habiendo sido homologada por el Consejo de Universidades, por Acuerdo de la Comisión Académica de fecha 12 de julio de 2000, la modificación del plan de estudios de la Universidad de Málaga, conducente a la obtención del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas,

Este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios que figura en el anexo que modifica al anteriormente publicado el 14 de diciembre de 1993.

Málaga, 25 de julio de 2000.—El Rector, Antonio Díez de los Ríos Delgado.

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

		UNIVERSIDAD		MÁLAGA		PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS			
CICLO	CURSO	DENOMINACION	Asignatura/s en las que la Universidad, organiza, diversifica la materia troncal (3)	Créditos anuales (4)		Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)		
				Totales	Práct. clínico				
1. MATERIAS TRONCALES									
1	1	TEORIA DE LA COMUNICACION Y TEORIA DE LA INFORMACION	Teorías de la Comunicación	6	2	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD PERIODISMO PSICOLOGICA SOCIAL SOCIOLOGIA		
1	1	TEORIA DE LA COMUNICACION Y TEORIA DE LA INFORMACION	Historia General de la Comunicación	6	2	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica. Evolución histórica de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD PERIODISMO PSICOLOGICA SOCIAL SOCIOLOGIA		
1	1	COMUNICACION E INFORMACION ESCRITA	Construcción periodística de la realidad	4	4	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD PERIODISMO		
1	1	PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS	Publicidad	4	4	Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas. Conceptos, procesos creativos e incidencia psicobiológica.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD		
1	1	COMUNICACION E INFORMACION AUDIOVISUAL	Teoría, Técnica e Historia de la Imagen Fija.	4	4	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales. Estudio teórico-práctico de los fundamentos y configuración de la imagen fija: cartel, cómic, fotografía y su evolución histórica.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD PERIODISMO		
1	1	LENGUA	Lengua	5	4	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. Aplicada a los medios de comunicación, con incidencia en los usos desviados de la norma. Con especial atención a la comunicación publicitaria.	LENGUA ESPAÑOLA		

1. MATERIAS TRONCALES							
CICLO	CURSO	DENOMINACION	Asignatura/s en las que la Universidad, organiza, diversifica la materia troncal (3)	Créditos anuales (4)		Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Técnicos		
1	1	ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIAL Y DE SU EVOLUCIÓN HISTÓRICA	Análisis del entorno social y de su evolución histórica	8T	7	1	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
1	2	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN ESCRITA	Tecnología de la Comunicación Periodística	6T+2A	4	4	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD PERIODISMO
1	2	DOCUMENTACIÓN INFORMATIVA	Documentación Informativa	6T+2A	4	4	BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD PERIODISMO
1	2	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN AUDIOVISUAL	Tecnología de la Comunicación Audiovisual	6T+2A	4	4	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD PERIODISMO
1	2	PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	Relaciones Públicas	6T+2A	4	4	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	3	CREATIVIDAD PUBLICITARIA	Creatividad Publicitaria	10T	5	5	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	3	TEORÍA Y TÉCNICAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas	10T	5	5	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD PSICOLOGÍA SOCIAL PERIODISMO SOCIOLOGÍA

1. MATERIAS TRONCALES								
CICLO	CURSO	DENOMINACION	Asignatura/s en las que la Universidad organiza, diversifica la materia troncal (3)	Créditos anuales (4)		Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)	
				Totales	Teóricos Práct. clínico			
2	3	SISTEMAS Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD Y DE LAS RELACIONES PUBLICAS	Estructura del Sistema Publicitario	5T+3A	4	4	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. Y el estudio de la evolución de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos públicos y privados de las actividades publicitarias.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD PSICOLOGIA SOCIAL PERIODISMO SOCIOLOGIA
2	4	PLANIFICACION Y MEDIOS PUBLICITARIOS	Planificación de Medios Publicitarios	10T	5	5	Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD COMERCIALIZACION E INVESTIGACION DE MERCADOS SOCIOLOGIA
2	4	SISTEMAS Y PROCESOS DE PUBLICIDAD Y DE LAS RELACIONES PUBLICAS	Sistemas y Procesos de las Relaciones Públicas	5T+3A	4	4	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. Y el estudio de la evolución de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos públicos y privados de las actividades de relaciones públicas.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD PERIODISMO PSICOLOGIA SOCIAL SOCIOLOGIA

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TITULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

MALAGA

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)							
CICLO	CURSO	DENOMINACION	Breve descripción del contenido	Créditos anuales		Vinculación a áreas de conocimiento (3)	
				Totales	Teóricos Práct. clínico		
1	1	SOCIOLOGIA	Análisis de los principales conceptos y generalizaciones sobre la sociedad humana y sus procesos. Aspectos sociales de la comunicación publicitaria.	7	5	2	SOCIOLOGIA
1	2	LENGUAJE PUBLICITARIO	Estudio y capacitación de los elementos de expresión en mensajes y medios publicitarios.	8	4	4	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
1	2	PSICOLOGIA SOCIAL DE LA COMUNICACION	Aspectos perceptivos en la comunicación. Psicología de los colectivos y grupos humanos. Estructura de audiencias y opinión pública.	7	5	2	PSICOLOGIA SOCIAL

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)						
CICLO	CURSO	DENOMINACION	Créditos anuales		Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos Práct. clínic		
2	3	MEDIOS PUBLICITARIOS	8	4	Estudio de la estructura general de los medios publicitarios: características, tipología y problemática.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	3	LENGUA EXTRANJERA APLICADA A LA PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS I (INGLES/FRANCES/ITALIANO/ALEMAN)	9	5	Estudio teórico práctico de la lengua extranjera elegida por el alumno entre las ofrecidas por la Universidad, con especial hincapié en su aplicación a la comunicación publicitaria.	FILOLOGIA INGLESA FILOLOGIA FRANCESA FILOLOGIA ITALIANA FILOLOGIA ALEMANA
2	3	MARKETING	7	4	El mercado: tipología, dinámica y perspectiva. Técnica de decisión e influencia sobre el mercado. Eficacia promocional.	COMERCIALIZACION E INVESTIGACION DE MERCADOS COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	4	PRODUCCION Y REALIZACION DE PUBLICIDAD AUDIOVISUAL	9	4	Producción y realización de obras audiovisuales con objetivos publicitarios para cualquier medio de naturaleza audiovisual.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	4	EMPRESA PUBLICITARIA Y DE RELACIONES PUBLICAS	8	4	Teoría y práctica de la organización y la gestión de la empresa publicitaria. Creación de empresas publicitarias y análisis de su desarrollo e implantación en los distintos sistemas político-comunicacionales.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD ORGANIZACION Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS PERIODISMO
2	4	PROCESOS DE CREACION PUBLICITARIA	8	4	Estudio de los procesos y rutinas de creación de los mensajes publicitarios para cualquier medio publicitario.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
2	4	DERECHO DE LA PUBLICIDAD	8	6	Información y derechos fundamentales. Plasmación en la constitución española. Régimen jurídico de la información y la comunicación. Estudio teórico y supuestos prácticos en mensajes, medios y sujetos publicitarios.	DERECHO MERCANTIL

(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

MALAGA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

DENOMINACION (2)		3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)	Créd. totales para optativas (1)- - por ciclo - por curso
		CREDITOS					
		Totales	Teoría	Práct. clínico			
PRIMER CICLO							
Estrategia Publicitaria		6			Estudio y análisis teórico-práctico de las estrategias de comunicación publicitaria.	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	
Comunicación Política		6			Descripción y estudio de las interrelaciones existentes entre medios de comunicación, sistema político y ciudadanos.	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD CIENCIA POLITICA Y DE LA ADMINISTRACION	
Diseño Básico		6			Fundamentos gráfico-plásticos del diseño	DIBUJO	
Estructura Económica		6			Aproximación a la estructura económica mundial y de España y a sus principales Instituciones.	ECONOMIA APLICADA	
Estructura Social de España		6			Aproximación a las clases sociales, distribución de la riqueza, el poder y movilidad social, aplicada a la España contemporánea.	SOCIOLOGIA	
Psicología Aplicada		6			Psicología y Publicidad. Comportamiento, personalidad y aprendizaje. Habilidades de comunicación.	PERSONALIDAD EVALUACION Y TRATAMIENTOS PSICOLOGICOS	
Métodos y técnicas de investigación en comunicación		6			Estudio teórico-práctico de las técnicas y métodos de investigación aplicados en los procesos de comunicación.	PERIODISMO	
Ciencia Política		6			Conceptos fundamentales para el análisis de los procesos políticos. La forma de organización política. El comportamiento político. El sistema político contemporáneo.	CIENCIA POLITICA Y DE LA ADMINISTRACION	
Mundo Arabe-Islámico		6			Aspectos religiosos, geográficos, históricos y culturales del mundo árabe-islámico.	ESTUDIOS ARABES E ISLAMICOS	
Estadística		6			Introducción a la estadística aplicada a la investigación publicitaria.	ECONOMIA APLICADA	
Investigación de mercados		6			Análisis de mercado, diseño y análisis de encuestas y técnicas de investigación	COMERCIALIZACION E INVESTIGACION DE MERCADOS COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	
SEGUNDO CICLO							
Publicidad en medios y soportes no convencionales		6			Estudio y análisis de los diferentes tipos de publicidad no convencional y de las nuevas formas de comunicación publicitaria	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)			CREDITOS		Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
DENOMINACIÓN (2)	Totales	Teóricos	Prácticos	Cred. totales para optativas (1)- - por ciclo - por curso		
Gabinetes de Comunicación	6			Estructura, funcionamiento y actuación de los gabinetes de comunicación en los diferentes ámbitos sociales.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	
Medición e Investigación Publicitaria	6			Métodos y técnicas de investigación de la comunicación publicitaria, con especial hincapié en audiencias y conductas del receptor.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	
Deontología de la Comunicación	6			Aproximación a la ética y deontología del ejercicio profesional en comunicación e información y su alcance jurídico.	FILOSOFIA MORAL	
Relaciones Públicas Especializadas	6			Análisis y práctica de las Relaciones Públicas en ámbito cultural, social y político, tanto en su dinámica nacional e internacional.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	
Información Audiovisual	6			Teoría y Técnica de la Información Audiovisual	PERIODISMO COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	
Dirección de cuentas	6			Estudio de las diferentes técnicas y modelos para la gestión de las cuentas en la agencia publicitaria.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	
Marketing en áreas especializadas	6			Aplicación y planificación de las acciones comerciales en mercados internacionales, organizaciones no lucrativas, marketing público y marketing político.	COMERCIALIZACION E INVESTIGACION DE MERCADOS COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	
Cartel Publicitario	6			Estudio teórico-práctico en sus diversas perspectivas.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	
Diseño Gráfico	6			Arte versus diseño. Proyección de la obra gráfica. Diseño de la imagen gráfica y análisis morfológico. Diseño de la imagen corporativa.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD CIENCIAS DE LA COMPUTACION E INTELIGENCIA ARTIFICIAL. DIBUJO	
Cine y Vídeo Publicitarios	6			Estudio y análisis teórico-práctico de la publicidad audiovisual	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD PERIODISMO	
Estudios Turísticos	6			Aproximación al fenómeno del turismo en sus diversas dimensiones.	COMERCIALIZACION E INVESTIGACION DE MERCADOS. COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD.	
Análisis Lingüístico de Textos	6			Teorías lingüísticas del texto y su aplicación al análisis de las distintas modalidades de textos publicitarios en lengua española.	LENGUA ESPAÑOLA	
Lengua Extranjera aplicada a la Publicidad y Relaciones Públicas II (Inglés/Francés/Italiano/Alemán)	6			Continuación del estudio teórico-práctico de la lengua extranjera elegida por el alumno de entre las ofrecidas por la Universidad, con especial hincapié en su aplicación a la Comunicación Publicitaria.	FILOLOGIA INGLESA FILOLOGIA FRANCESA FILOLOGIA ITALIANA FILOLOGIA ALEMANA	

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créd. totales para optativas (1)- - por ciclo - por curso
DENOMINACION (2)	CREDITOS		Breve descripción del contenido	
	Totales	Teóricos		Práct. clínic
Fotografía Artística y Publicitaria	6		Estudio teórico-práctico de los procedimientos y proceso de creación fotográfica contemporánea. Fotografía aplicada a la creación de mensajes publicitarios y usos de formatos digitales de optimización.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
Comunicación Corporativa	6		Estudio de los procesos de comunicación de las empresas, instituciones y entidades públicas y privadas.	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
Sociología del consumo	6		Análisis de la sociedad de consumo. Estudio de las pautas sociales e individuales de consumo.	SOCIOLOGIA

(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

ANEXO 3: ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

2. ENSEÑANZA DE CICLO (2)

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

4. CARGA LECTIVA GLOBAL 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	57	7	6	(7.5)*		70+(7.5)*
	2º	32	15	18	(7.5)*		65+(7.5)*
II CICLO	3º	28	24	18	(8)*		70+(8)*
	4º	18	33	18	(8)*		69+(8)*
TOTAL		135	79	60	31		305

(*) Las cifras entre paréntesis recogen créditos a aplicar por ciclo y no por curso.

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:

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: 13 CREDITOS

- EXPRESION, DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8)

MATERIAS DE LIBRE CONFIGURACION 1 CREDITO = 10 HORAS

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

- 1º CICLO AÑOS

- 2º CICLO AÑOS

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

AÑO ACADEMICO	TOTAL	TEORICOS	PRACTICOS/ CLINICOS
1º	70+(7.5)	41	23
2º	65+(7.5)	25	22
3º	70+(8)	27	25
4º	69+(8)	27	24

(1) Los créditos entre paréntesis corresponden a la fracción de los créditos de libre configuración que se distribuyen por ciclos y no por curso. En la distribución de carga lectiva entre teóricos y prácticos no se incluyen los créditos correspondientes a optativas que en el plan se concibe como teórico-prácticos.

(2) De acuerdo con lo dispuesto en el Anexo R.D. 1428/91, la Universidad podrá organizar las enseñanzas de los créditos prácticos, bien por materias, bien como prácticas integradas.

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 éste.

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.

II. ORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. La Universidad deberá referirse necesariamente a los siguientes extremos:
 - a) Régimen de acceso al 2º ciclo. Aplicable sólo al caso de enseñanza de 2º ciclo o al 2º ciclo de enseñanzas de 1º y 2º ciclo, teniendo en cuenta lo dispuesto en los artículos 5º y 6º.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 9º.1 R.D. 1497/87).
 - c) Período de escolaridad mínimo, en su caso (artículo 9º.2, 4º 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 la 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 los dispuestos 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) **Régimen de acceso al 2º Ciclo.**
Podrán acceder al segundo ciclo de la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas, además de quienes vengán cursando el primer ciclo, quienes se ajustan a los requisitos que se determinen en aplicación de lo dispuesto en la Directriz cuarta del Anexo al R.D. 1428/91, 30 agosto (B.O.E. de 10 octubre). La Universidad podrá establecer límites de admisión para este supuesto en función de la capacidad de sus Centros.

1. b) ORGANIZACION TEMPORAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER CURSO

PRIMER CUATRIMESTRE
Historia General de la Comunicación
Teorías de la Comunicación

Lengua

Análisis del entorno social y de su evolución histórica

SEGUNDO CUATRIMESTRE

Construcción periodística de la Realidad

Teoría, Técnica e Historia de la Imagen Fija

Publicidad

Sociología

Realizarán una optativa de 6 créditos cada una en primer curso

Libre Configuración 7,5 créditos

SEGUNDO CURSO

PRIMER CUATRIMESTRE

Tecnología de la Comunicación Periodística

Documentación Informativa

Psicología social de la comunicación

SEGUNDO CUATRIMESTRE

Tecnología de la Comunicación Audiovisual

Relaciones Públicas

Lenguaje Publicitario

Realizarán tres optativas de 6 créditos cada una en segundo curso (18 créditos).

Libre Configuración 7,5 créditos

TERCER CURSO

PRIMER CUATRIMESTRE

Creatividad Publicitaria

Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas

Medios Publicitarios

SEGUNDO CUATRIMESTRE

Estructura del sistema publicitario

Lengua Extranjera aplicada a la Publicidad y Relaciones Públicas I (Inglés/Francés/Alemán/Italiano) Marketing

Realizarán tres optativas de 6 créditos cada una en tercer curso (18 créditos)

Libre Configuración, 8 créditos

CUARTO CURSO

PRIMER CUATRIMESTRE

Sistemas y Procesos de las Relaciones Públicas

Empresa Publicitaria y de Relaciones Públicas

Procesos de creación publicitaria

SEGUNDO CUATRIMESTRE

Planificación de medios publicitarios

Producción y realización de publicidad audiovisual

Derecho de la publicidad

Realizarán tres optativas de 6 créditos cada una en cuarto curso (18 créditos)

Libre Configuración, 8 créditos

ASIGNATURAS OPTATIVAS A ELEGIR:

EN PRIMER CICLO

PRIMER CUATRIMESTRE

Estructura Económica

Estructura Social de España

Psicología Aplicada

Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación

Mundo Árabo-Islámico

Estadística

SEGUNDO CUATRIMESTRE

Estrategia publicitaria

Comunicación Política

Diseño Básico

Ciencia Política

Investigación de mercados

<p>EN SEGUNDO CICLO</p> <p>PRIMER CUATRIMESTRE Medición e Investigación Publicitaria Deontología de la Comunicación Información Audiovisual Dirección de cuentas Diseño gráfico Estudios Turísticos Análisis Lingüístico de Textos Lengua Extranjera aplicada a la Publicidad y Relaciones Públicas II (Inglés/Francés/Italiano/Alemán) Sociología del Consumo</p> <p>SEGUNDO CUATRIMESTRE Publicidad en medios y soportes no convencionales Gabinetes de Comunicación Relaciones Públicas Especializadas Marketing en áreas especializadas Carrel Publicitario Cine y Vídeo Publicitarios Fotografía Artística y Publicitaria Comunicación Corporativa</p> <p>La presente organización académica podrá modificarse según las necesidades que se establezcan en cada curso.</p>	<p>RECOMENDACION DE SECUENCIAS ENTRE MATERIAS</p> <p>PARA CURSAR Creatividad Publicitaria Medios Publicitarios Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas Empresa Publicitaria y de Relaciones Públicas Planificación de Medios Publicitarios Sistemas y Procesos de las Relaciones Públicas Relaciones Públicas Especializadas Fotografía Artística y Publicitaria Estrategia Publicitaria</p> <p>SE RECOMIENDA HABER SUPERADO Teoría, Técnica e Historia de la Imagen Fija Lenguaje Publicitario Publicidad Relaciones Públicas Creatividad Publicitaria Estructura del Sistema Publicitario Medios Publicitarios Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas Relaciones Públicas Tecnología de la Comunicación Audiovisual Publicidad</p>
<p>1. c) Período de escolaridad mínimo: no se establece período de escolaridad mínimo. 1. d) Mecanismos de convalidación y/o adaptación al nuevo Plan de estudios.</p> <p>ASIGNATURAS PLAN ESTUDIOS NUEVO Teorías de la Comunicación Construcción Periodística de la Realidad Publicidad Lengua</p> <p>ASIGNATURAS PLAN ESTUDIOS ANTIGUO Teoría de la Comunicación Teoría de la Información Periodística Lenguaje Informativo Lengua Española Aplicada a los medios de Comunicación I Lengua Española aplicada a los medios de comunicación II Sociología Mundo Contemporáneo Tecnología de la Comunicación e Información Escritas.</p>	

<p>Documentación Informativa Tecnología de la Comunicación Audiovisual Relaciones Públicas Psicología social de la comunicación Creatividad Publicitaria Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas Estructura del Sistema Publicitario Lengua Extranjera aplicada a la Publicidad y Relaciones Públicas I Marketing Planificación de Medios Publicitarios Medios Publicitarios Sistemas y Procesos de las Relaciones Públicas Procesos de Creación Publicitaria Producción y Realización de Publicidad Audiovisual</p> <p>Derecho de la Publicidad Mundo Arabo-Islámico Diseño Básico Psicología Aplicada Estructura Social de España Deontología de la Comunicación Cine y Vídeo Publicitarios Estudios Turísticos Carrel Publicitario Fotografía Artística y Publicitaria Lengua Extranjera Aplicada a la Publicidad y Relaciones Públicas II</p>	<p>Documentación Informativa Tecnología de la Comunicación e Información Audiovisual Relaciones Públicas Psicología de la Comunicación Creatividad Publicitaria Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas Sistemas Publicitarios Lengua Extranjera I Mercadotecnia Planificación y Medios Publicitarios II Planificación y Medios Publicitarios I Sistemas y Procesos en las Relaciones Públicas Creación y Comunicación Publicitaria Producción y Realización de Publicidad Audiovisual</p> <p>Derecho de la Publicidad Mundo Arabo-Islámico Expresión Artística Psicología Aplicada Estructura Social de España Fundamentos de Deontología Cine y Vídeo Publicitarios Estudios Turísticos Carrel Publicitario Fotografía Artística y Publicitaria Lengua Extranjera II</p>
<p>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.</p>	

3. Aplicación de la reducción de carga lectiva de hasta el 30% en asignaturas del Plan de Estudios nuevo. La aplicación de la descarga se decidirá y establecerá en la organización académica anual y corresponderá a actividades académicamente dirigidas fuera de las clases.

CURSO	ASIGNATURA	CREDITOS	REDUCCION %
1º	Teoría de la Comunicación	8	30
	Teoría, Técnica e Historia de la Imagen Fija	8	30
	Construcción Periodística de la Realidad	8	30
	Historia General de la Comunicación	8	30
	Publicidad	8	30
2º	Tecnología de la Comunicación Audiovisual	8	30
	Tecnología de la Comunicación Periodística	8	30
	Lenguaje Publicitario	8	30
	Relaciones Públicas	8	30
1ºCiclo	Estrategia Publicitaria	6	22,5
	Comunicación Política	6	22,5
3º	Creatividad Publicitaria	10	30
	Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas	10	30
	Medios Publicitarios	8	30
	Estructura del Sistema Publicitario	8	30
4º	Planificación de Medios Publicitarios	10	30
	Empresa Publicitaria y de Relaciones Públicas	8	30
	Sistemas y Procesos de las Relaciones Públicas	8	30
	Procesos de Creación Publicitaria	8	30
	Producción y Realización de Publicidad Audiovisual	9	30
2º Ciclo	Medición e Investigación Publicitaria	6	22,5
	Fotografía artística y publicitaria	6	22,5
	Relaciones Públicas Especializadas	6	22,5
	Cine y vídeo publicitarios	6	22,5
	Marketing en áreas especializadas	6	22,5
	Publicidad en Medios y Soportes no convencionales	6	22,5
	Cartel Publicitario	6	22,5
	Gabinetes de Comunicación	6	22,5
	Información audiovisual	6	22,5
	Dirección de cuentas	6	22,5
	Comunicación Corporativa	6	22,5
	Comunicación Política	6	22,5