

8845 RESOLUCIÓN de 26 de abril de 2006, de la Universidad de Vic, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Diplomado en Turismo.

Aprobada por parte del Consejo de Dirección de la Universidad de Vic la modificación del plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Diplomado/a en Turismo que se imparte en la Facultad de Empresa y Comunicación de esta Universidad, y comprobada su adecuación a las directrices que le son aplicables por parte de la Secretaría General del Consejo de Coordinación Universitaria, el Rector ha resuelto ordenar su publicación conforme a lo establecido en el artículo 6.2 del Real Decreto 49/2004, de 19 de enero (BOE de 22 de enero) modificado por los Reales Decretos 55/2005, de 21 de enero (BOE de 25 de enero), y 1509/2005, de 16 de diciembre (BOE de 20 de diciembre).

Las modificaciones a que se refiere la presente Resolución consisten en la introducción de seis asignaturas optativas, tal como se especifica en el anexo de la presente Resolución.

Vic, 26 de abril de 2006.–El Rector, David Serrat Congost.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

DE VIC

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

DIPLOMADO EN TURISMO

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) <input type="text"/>	
DENOMINACIÓN (2)	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Taller de Comunicación Interactiva	6	2	4	Estudio de los conocimientos informáticos aplicados al diseño interactivo y multimedia.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Lenguajes y Sistemas Informáticos.
Taller de Comunicación Gráfica	6	2	4	Estudio de los conocimientos informáticos aplicados al diseño gráfico.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Lenguajes y Sistemas Informáticos.
Creatividad Publicitaria I	6	4	2	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.
Estrategia y Planificación de Medios I	6	4	2	Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.	-Comercialización e investigación de Mercados. -Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Sociología
Creatividad Publicitaria II	6	2	4	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.
Estrategia y Planificación de Medios II	6	3	3	Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.	-Comercialización e Investigación de Mercados. -Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Sociología.

(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.