

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

6283 Resolución de 31 de marzo de 2009, de la Universidad Antonio de Nebrija, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Publicidad.

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 29 de agosto de 2008 (publicado en el BOE de 26 de septiembre, por Resolución de la Secretaría de Estado de Universidades de 24 de septiembre), este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Publicidad, que quedará estructurado según consta en el Anexo de esta Resolución.

Hoyo de Manzanares, 31 de marzo de 2009.—El Rector, Fernando Fernández Méndez de Andrés.

ANEXO

UNIVERSIDAD ANTONIO DE NEBRIJA.
PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE: Graduado en Publicidad.
RD 1393/2007, Anexo I, apartado 5.1 Estructura de las Enseñanzas.

1. Distribución del Plan de estudios en créditos ECTS.

Tipo de materias	Créditos
Formación Básica	60
Obligatorias	84
Optativas	60
Prácticas Profesionales	18
Trabajo Fin de Grado	18
Total	240

2. Créditos de formación básica. Distribución en materias.

Rama de conocimiento	Materia RD 1393/2007, de 29 de octubre	Asignaturas vinculadas	ECTS	Curso
Ciencias Sociales y Jurídicas*.	Economía.	Fundamentos de economía.	6	1
	Comunicación.	Teoría de la comunicación.	6	1
	Derecho.	Introducción al derecho.	6	1
	Empresa.	La empresa y su entorno.	6	1
	Sociología.	Sociología del consumo.	6	2
	Historia.	Mundo contemporáneo.	6	2
	Ciencia Política.	Historia del pensamiento político.	6	2
	Psicología.	Psicología Social.	6	2
	Estadística.	Estadística aplicada.	6	2
Artes y Humanidades.	Idioma Moderno.	Lenguas modernas.	6	1
Total créditos ECTS			60	

* La misma rama de conocimiento a la que pertenece el título: Ciencias Sociales y Jurídicas.

3. Plan de estudios resumido (por materias).

Materias	Asignaturas	ECTS
Materias de formación básica.	Fundamentos de economía.	6
	Teoría de la comunicación.	6
	Lenguas modernas.	6
	Introducción al derecho.	6
	La empresa y su entorno.	6
	Sociología del consumo.	6
	Mundo contemporáneo.	6
	Historia del pensamiento político.	6
	Psicología social.	6
Estadística aplicada.	6	
Fundamentos y procesos de la comunicación y de la información.	Introducción a los medios de comunicación.	6
Fundamentos y estructuras de la publicidad.	Estructuras de la publicidad.	6
	Marketing.	6
	Publicidad interactiva.	6
	Acciones Below The Lines (BTL).	6
Creatividad en comunicación.	Elementos del diseño gráfico.	6
	Creatividad publicitaria.	6
	Dirección de arte.	6
Procesos y técnicas de la investigación, planificación y compra de medios y soportes.	Audiencias y grupos multimedia.	6
	Estrategia, gestión y plan de medios.	6
Fundamentos de la comunicación corporativa.	Principios de las relaciones públicas.	6
	Técnicas de las relaciones públicas.	6
Fundamentos y técnicas de la estrategia de la comunicación.	Dirección de marketing.	6
	Planificación estratégica de la comunicación.	6
	Creación de empresas.	6
Tecnología de la comunicación.	Herramientas del diseño publicitario.	6
	Realización audiovisual.	6
Técnicas de investigación aplicadas a la comunicación publicitaria.	Métodos de investigación en comunicación.	6
Ética, deontología y autorregulación profesional.	Ética y autorregulación de la comunicación.	6
Influencia del entorno sociocultural en la comunicación.	Vanguardias artísticas de los siglos XX y XXI.	6
Seminarios de desarrollo de competencias.	Seminario de desarrollo de competencias I.	6
	Seminario de desarrollo de competencias II.	6
	Seminario de desarrollo de competencias III.	6
Desarrollo del espíritu participativo y solidario.	Desarrollo del espíritu participativo y solidario.	6
Evaluación de desarrollo de capacidades en la empresa.	Evaluación de desarrollo de capacidades en la empresa.	18
Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado.	18

4. Plan de estudios resumido (por curso académico).

Primer curso

Asignatura	Carácter	ECTS
Fundamentos de economía.	Básica.	6
Teoría de la comunicación.	Básica.	6

Asignatura	Carácter	ECTS
Lenguas modernas.	Básica.	6
Estructuras de la publicidad.	Obligatoria.	6
Elementos del diseño gráfico.	Optativa.	6
Desarrollo del espíritu participativo y solidario.	Obligatoria.	6
Introducción al derecho.	Básica.	6
La empresa y su entorno.	Básica.	6
Principios de las relaciones públicas.	Obligatoria.	6
Introducción a los medios de comunicación.	Obligatoria.	6
Seminario de desarrollo de competencias I.	Obligatoria.	6

Segundo curso

Asignatura	Carácter	ECTS
Sociología del consumo.	Básica.	6
Mundo contemporáneo.	Básica.	6
Historia del pensamiento político.	Básica.	6
Publicidad interactiva.	Obligatoria.	6
Audiencias y grupos multimedia.	Optativa.	6
Psicología social.	Básica.	6
Estadística aplicada.	Básica.	6
Marketing.	Obligatoria.	6
Herramientas del diseño publicitario.	Obligatoria.	6
Seminario de desarrollo de competencias II.	Obligatoria.	6

Tercer curso

Asignatura	Carácter	ECTS
Creatividad publicitaria.	Obligatoria.	6
Estrategia, gestión y plan de medios.	Obligatoria.	6
Dirección de marketing.	Optativa.	6
Técnicas de relaciones públicas.	Optativa.	6
Métodos de investigación en comunicación.	Obligatoria.	6
Dirección de arte.	Optativa.	6
Planificación estratégica de la comunicación.	Obligatoria.	6
Evaluación del desarrollo de capacidades en la empresa.	Obligatoria.	18

Cuarto curso

Asignatura	Carácter	ECTS
Acciones Below The Lines (BTL).	Optativa.	6
Vanguardias artísticas de los siglos XX y XXI.	Optativa.	6
Creación de empresas.	Optativa.	6
Seminario de desarrollo de competencias III.	Obligatoria.	6
Realización audiovisual.	Optativa.	6
Ética y autorregulación de la comunicación.	Optativa.	6
Trabajo Fin de Grado.	Obligatoria.	18

* Serán consideradas Optativas las asignaturas de este plan de estudios que tengan carácter Optativo, además de cualquier asignatura que se imparta en los títulos de Grado de la Universidad.