

### III. OTRAS DISPOSICIONES

#### UNIVERSIDADES

**7588** *Resolución de 22 de mayo de 2020, de la Universidad Antonio de Nebrija, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 17 de enero de 2014 (publicado en el BOE de 7 de febrero de 2014 por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 23 de enero de 2014),

Este Rectorado ha resuelto publicar la modificación realizada sobre el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas, que queda estructurado según consta en el Anexo de esta Resolución.

Hoyo de Manzanares, 22 de mayo de 2020.–El Rector, Juan Cayón Peña.

#### ANEXO

Las modificaciones realizadas en el plan de estudios en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas son las siguientes:

Los requerimientos del plan de estudios sufren las siguientes modificaciones:

Asignaturas Obligatorias: pasan de ser 90 créditos a 108 créditos.

Asignaturas Optativas: pasan de ser 60 créditos a 42 créditos.

En cuanto a las asignaturas que componen el plan de estudios las modificaciones son las que se detallan a continuación:

La asignatura básica «La empresa y su entorno» no se imparte en el nuevo plan de estudios.

La asignatura básica «Teoría de la comunicación» no se imparte en el nuevo plan de estudios.

La asignatura básica «Sociología» no se imparte en el nuevo plan de estudios.

La asignatura obligatoria «Diseño gráfico» se imparte en el 2.º semestre en lugar de en el 1.º

La asignatura «Seminario de desarrollo de competencias profesionales I» de 1.º curso, 1.º semestre, pasa a denominarse «Desarrollo de competencias profesionales I».

La asignatura básica «Introducción al derecho» no se imparte en el nuevo plan de estudios.

La asignatura básica «Historia de los medios de comunicación» no se imparte en el nuevo plan de estudios.

La asignatura «Principios de las relaciones públicas» de 1.º curso, 2.º semestre, pasa de tener tipología obligatoria a básica en el nuevo plan.

La asignatura básica «Habilidades de comunicación: escritura y oratoria» se incluye en el nuevo plan de estudios.

La asignatura básica «Estética y cultura visual» se incluye en el nuevo plan de estudios.

La asignatura básica «Análisis de la empresa» se incluye en el nuevo plan de estudios.

La asignatura básica «Marco legal de la publicidad y las relaciones públicas» se incluye en el nuevo plan de estudios.

La asignatura obligatoria «Investigación de audiencias» se imparte en el 2.º semestre en lugar de en el 1.º

La asignatura «Historia de la publicidad y relaciones públicas» se imparte en 3.º curso, 2.º semestre, en lugar de 2.º curso, 1.º semestre.

La asignatura «Lenguas modernas» se imparte en 4.º curso, 2.º semestre, en lugar de 2.º curso, 2.º semestre.

La asignatura «Fundamentos de marketing» obligatoria de 2.º curso, 2.º semestre, pasa a cursarse en 1.º curso, 2.º semestre, como asignatura básica.

La asignatura «Diseño publicitario» obligatoria de 2.º curso, 2.º semestre, pasa a cursarse en el 1.º semestre.

La asignatura «Seminario de desarrollo de competencias profesionales II» de 2.º curso, 2.º semestre, pasa a denominarse «Desarrollo de competencias profesionales II».

La asignatura obligatoria «Comportamiento del consumidor» se incluye en el nuevo plan de estudios.

La asignatura obligatoria «Marketing y comunicación digital» se incluye en el nuevo plan de estudios.

La asignatura optativa «Opinión pública» se incluye en el nuevo plan de estudios.

La asignatura «Formación de portavoces y relaciones institucionales» de 3.º curso, 1.º semestre, pasa a denominarse «Formación de portavoces».

La asignatura «Acciones Below the line (BTL)» se imparte en 2.º curso, 1.º semestre, en lugar de 3.º curso, 2.º semestre.

La asignatura «Evaluación del desarrollo de capacidades en la empresa» de 3.º curso, 2.º semestre, pasa a denominarse «Evaluación de capacidades en la empresa».

La asignatura optativa «Redes sociales y gestión de contenidos» se incluye en el nuevo plan de estudios.

La asignatura optativa «Planificación estratégica: Account Planning» se incluye en el nuevo plan de estudios.

La asignatura «Taller de diseño de eventos» se imparte en 3.º curso, 2.º semestre, en lugar de 4.º curso, 1.º semestre.

La asignatura básica «Comunicación digital» no se imparte en el nuevo plan de estudios.

La asignatura «Seminario de desarrollo de competencias profesionales III» de 4.º curso, 1.º semestre, pasa a denominarse «Desarrollo de competencias profesionales III».

La asignatura «Métodos de investigación en comunicación» de 4.º curso, 1.º semestre, pasa de ser optativa a ser obligatoria.

La asignatura optativa «Social, local y mobile marketing» no se imparte en el nuevo plan de estudios.

La asignatura optativa «Narrativa transmedia» no se imparte en el nuevo plan de estudios.

La asignatura obligatoria «Marketing móvil» se incluye en el nuevo plan de estudios.

La asignatura obligatoria «Campañas integradas en publicidad y relaciones públicas» se incluye en el nuevo plan de estudios.

La asignatura optativa «Branded content y narrativa transmedia» se incluye en el nuevo plan de estudios.

La asignatura optativa «Dirección de comunicación» se incluye en el nuevo plan de estudios.

La asignatura optativa «Producción de formatos publicitarios» se incluye en el nuevo plan de estudios.

La asignatura optativa «Análisis de datos aplicados a la publicidad y relaciones públicas» se incluye en el nuevo plan de estudios.

Una vez realizadas las modificaciones, el plan de estudios quedaría según consta en el anexo:

### ANEXO

#### Plan de estudios conducente al título de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas

##### PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

Tipo de asignatura	N.º ECTS
Asignaturas de Formación Básica.	60
Asignaturas Obligatorias.	108
Asignaturas Optativas.	42
Prácticas Externas.	18
Trabajo Fin de Grado.	12
Créditos totales.	240

##### Plan de estudios

##### Primer curso

Primer semestre			Segundo semestre		
Asignatura	ECTS	Carácter	Asignatura	ECTS	Carácter
Habilidades de comunicación: escritura y oratoria.	6	Básica.	Principios de las relaciones públicas.	6	Básica.
Estética y cultura visual.	6	Básica.	Nuevas tecnologías y sociedad de la información / New technologies and the information society.	6	Básica.
Análisis de la empresa / The firm analysis.	6	Básica.	Marco legal de la publicidad y las relaciones públicas.	6	Básica.
Desarrollo de competencias profesionales I / Development of professional competences I.	6	Obligatoria.	Fundamentos del marketing / Basic marketing.	6	Básica.
Estructuras de la publicidad.	6	Obligatoria.	Diseño gráfico.	6	Obligatoria.
	30			30	

## Segundo curso

Tercer semestre			Cuarto semestre		
Asignatura	ECTS	Carácter	Asignatura	ECTS	Carácter
Literatura y creación / Literature and creation.	6	Básica.	Marketing y comunicación digital.	6	Obligatoria.
Fundamentos de economía / Basic economics.	6	Básica.	Técnicas de las relaciones públicas.	6	Obligatoria.
Estadística aplicada.	6	Básica.	Investigación de audiencias.	6	Obligatoria.
Comportamiento del consumidor.	6	Obligatoria.	Desarrollo de competencias profesionales II / Development of professional competences II.	6	Obligatoria.
Diseño publicitario.	6	Obligatoria.	Asignatura optativa (Optativa 1).	6	Optativa.
	30			30	

## Tercer curso

Quinto semestre			Sexto semestre		
Asignatura	ECTS	Carácter	Asignatura	ECTS	Carácter
Creatividad publicitaria.	6	Obligatoria.	Taller de diseño de eventos.	6	Obligatoria.
Planificación de medios.	6	Obligatoria.	Asignatura optativa (Optativa 4).	6	Optativa.
Desarrollo del espíritu participativo y solidario: Derechos humanos.	6	Obligatoria.	Evaluación de capacidades en la empresa.	18	Prácticas externas.
Desarrollo del espíritu participativo y solidario: Ética del voluntariado.	6	Obligatoria.			
Desarrollo del espíritu participativo y solidario: Clubes.	6	Obligatoria.			
Desarrollo del espíritu participativo y solidario: Actividades académicas varias.	6	Obligatoria.			
Desarrollo del espíritu participativo y solidario: Representación de alumnos.	6	Obligatoria.			
Asignatura optativa (Optativa 2).	6	Optativa.			

Quinto semestre			Sexto semestre		
Asignatura	ECTS	Carácter	Asignatura	ECTS	Carácter
Asignatura optativa (Optativa 3).	6	Optativa.			
	30			30	

## Cuarto curso

Séptimo semestre			Octavo semestre		
Asignatura	ECTS	Carácter	Asignatura	ECTS	Carácter
Marketing móvil.	6		Campañas integradas en publicidad y relaciones públicas.	6	Obligatoria.
Métodos de investigación en comunicación.	6		Lenguas modernas / Modern languages.	6	Obligatoria.
Desarrollo de competencias III / Development of professional competences III.	6		Trabajo fin de grado / Final degree project.	12	Trabajo fin de Máster.
Asignatura optativa (Optativa 5).	6				
Asignatura optativa (Optativa 6).	6				
Asignatura optativa (Optativa 7).	6				
	36			24	

## Relación de asignaturas optativas

Los estudiantes tendrán que realizar 42 ECTS de asignaturas optativas.

Asignatura	ECTS	Carácter	Curso	Semestre
Acciones Below the line (BTL) (Optativa 1).	6	Optativa.	2	4
Opinión pública (Optativa 1).	6	Optativa.	2	4
Dirección de cuentas (Optativa 2).	6	Optativa.	3	5
Formación de portavoces (Optativa 2).	6	Optativa.	3	5
Redes sociales y gestión de contenidos (Optativa 3).	6	Optativa.	3	5
Historia de la publicidad y las relaciones públicas (Optativa 3).	6	Optativa.	3	5
Diseño web (Optativa 4).	6	Optativa.	3	6
Planificación estratégica: Account Planning (Optativa 4).	6	Optativa.	3	6
Branded content y narrativa transmedia (Optativa 5).	6	Optativa.	4	7
Dirección de comunicación (Optativa 5).	6	Optativa.	4	7

Asignatura	ECTS	Carácter	Curso	Semestre
Dirección de arte (Optativa 6).	6	Optativa.	4	7
Laboratorio de medios (Optativa 6).	6	Optativa.	4	7
Producción de formatos publicitarios (Optativa 7).	6	Optativa.	4	7
Análisis de datos aplicados a la publicidad y las relaciones públicas (Optativa 7).	6	Optativa.	4	7