

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

25655 *Resolución de 20 de noviembre de 2024, de la Universidad de Valladolid, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas.*

El plan de estudios de la titulación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Valladolid fue publicado en el «Boletín Oficial del Estado» de 1 de junio de 2011, una vez establecido el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 12 de noviembre de 2010 (publicado en el BOE de 16 de diciembre de 2010, por resolución de la Secretaría General de Universidades de 22 de noviembre de 2010) y con informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación de fecha 12 de marzo de 2010. Con fecha 19 de diciembre de 2023 la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León ha informado favorablemente sobre la modificación del título del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. En consecuencia, de conformidad con lo que disponen los artículos 32 y 33 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece el procedimiento para la modificación sustancial de planes de estudios ya verificados,

Este Rectorado ha resuelto publicar el actual plan de estudios conducente a la obtención del título oficial Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Valladolid. El plan de estudios a que se refiere la presente resolución quedará estructurado conforme figura en el anexo de la misma.

Valladolid, 20 de noviembre de 2024.—El Rector, Antonio Largo Cabrerizo.

ANEXO

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

Código RUCT: 2501692. Rama de Conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas. Ámbito de Conocimiento: Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas. Real Decreto 822/2021, anexo II

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia

Tipo de materia	Créditos
Formación básica (FB).	60
Obligatorias (OB).	126
Optativas (OP).	48
Prácticas externas (PE).	0
Trabajo fin de grado (TFG).	6
Total.	240

Estructura del Plan de Estudios

El plan de Estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se articula en las siguientes materias formativas:

Materia	Asignatura	Cred.	Car.
Comunicación, creación y producción publicitaria.	Lenguaje Publicitario.	6	OB
	Ideas, métodos y estrategias creativas: el plan o proyecto creativo.	6	OB
	Laboratorio multimedia.	3	OP
	Dirección de Arte.	3	OP
	Historia del cartel.	3	OP
	Laboratorio audiovisual digital.	3	OP
	Laboratorio de fotografía publicitaria.	3	OP
	Música y publicidad.	3	OP
	Narrativa publicitaria.	3	OP
	Redacción publicitaria.	3	OP
	Retórica de la publicidad.	3	OP
	Técnicas de expresión oral: presentación de campañas.	3	OP
	Creatividad on line.	3	OP
	Laboratorio de diseño gráfico.	3	OP
	Procesos de creación del mensaje publicitario: medios y soportes.	6	OB
	Producción y realización publicitarias.	6	OB
Funcionamiento del sistema publicitario.	Los anunciantes: dirección y gestión de la comunicación publicitaria.	4	OB
	Los medios publicitarios: investigación, planificación y gestión.	6	OB
	Planificación estratégica de la publicidad.	4	OB
	Las Agencias de publicidad: dirección y gestión.	4	OB
	Públicos y usuarios de la comunicación publicitaria.	4	OB
	Ética y Deontología de la Comunicación y de los consumidores.	4	OB
	Patrocinio y Mecenazgo.	3	OP
	Marketing Estratégico.	3	OP
	Marketing directo y promocional.	3	OP
	Estadística aplicada a la publicidad.	3	OP
	Gestión comercial de las empresas multimedia.	3	OP
	Publicidad interactiva.	3	OP
	Investigación de la eficacia publicitaria.	4	OB
	Fundamentos del marketing turístico.	6	OP
	Plan de Marketing de destinos turísticos.	6	OP
	Distribución y comercialización de destinos turísticos.	6	OP
	Marketing electrónico.	6	OP

Materia	Asignatura	Cred.	Car.
Fundamentos de la Comunicación Publicitaria.	Sistemas de información y comunicación.	6	OB
	Historia de la Publicidad.	6	OB
	Teoría de la Publicidad.	6	OB
	Estructuras del sistema publicitario.	4	OB
	Introducción a las tecnologías de la comunicación.	4	OB
	Teoría de la Imagen.	4	OB
	Modelos de análisis del mensaje publicitario.	3	OP
	Opinión pública.	3	OP
	Industrias culturales.	3	OP
	Documentación y fuentes publicitarias.	3	OP
	Estructura económica de los mercados turísticos.	6	OP
Fundamentos en Ciencias Sociales Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades.	Historia Universal Contemporánea.	6	FB
	Teoría del Lenguaje.	6	FB
	Teorías de la comunicación y de la información.	6	FB
	Arte y Publicidad.	6	FB
	Principios de Economía.	6	FB
	Fundamentos de Marketing.	6	FB
	Comunicación, Educación y Sociedad en el contexto digital.	6	FB
	Estructura social contemporánea.	6	FB
	Psicología de la Comunicación.	6	FB
Gestión de intangibles: cultura y comunicación corporativa e institucional.	Derecho de la publicidad.	6	FB
	Cultura e Identidad Corporativa.	4	OB
	Gestión de la Comunicación corporativa e institucional.	4	OB
	Gestión de marca.	4	OB
	Políticas de comunicación en el contexto europeo.	3	OP
	Comunicación de crisis.	3	OP
	Programas de identidad visual corporativa.	3	OP
	Marketing relacional.	3	OP
	Itinerarios turísticos e información turística.	6	OP
	Recursos culturales turísticos.	6	OP
	Planificación y gestión del patrimonio cultural.	6	OP

Materia	Asignatura	Cred.	Car.
La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos.	Métodos y técnicas de investigación social.	4	OB
	Sociología de la Publicidad y del consumo.	4	OB
	Psicología de la Publicidad.	6	OB
	Nuevas manifestaciones artísticas.	3	OP
	Laboratorio de estudios de recepción.	3	OP
	Comunicación y derechos fundamentales.	3	OP
	Redes sociales de comunicación.	3	OP
	Publicidad política y propaganda.	3	OP
	Teoría Crítica de la Cultura.	4	OB
	Publicidad e Igualdad.	3	OP
Prácticas y Actividades formativas en empresas e instituciones.	Actividades complementarias.	6	OP
	Prácticas Externas.	6	OP
Teoría y técnica de las Relaciones Públicas.	Fundamentos de las Relaciones Públicas.	4	OB
	Dirección Estratégica de las Relaciones Públicas.	4	OB
	Protocolo y organización de eventos.	3	OP
	Relaciones Públicas Institucionales.	3	OP
	Comunicación Interna.	3	OP
	Creatividad e Innovación en las Relaciones Públicas.	3	OP
	Responsabilidad Social corporativa e institucional.	4	OB
Trabajo Fin de Grado.	Trabajo de Fin de Grado.	6	TFG

Organización Temporal del Plan de Estudios

Asignatura	Carácter	ECTS	Cuatrimestre
<i>Primer Curso</i>			
Historia de la Publicidad.	OB	6	Primero.
Historia Universal Contemporánea.	FB	6	Primero.
Teorías de la Comunicación y de la Información.	FB	6	Primero.
Teoría del Lenguaje.	FB	6	Primero.
Sistemas de Información y Comunicación.	OB	6	Primero.
Teoría de la Publicidad.	OB	6	Segundo.
Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital.	FB	6	Segundo.
Principios de Economía.	FB	6	Segundo.
Arte y Publicidad.	FB	6	Segundo.
Fundamentos de Marketing.	FB	6	Segundo.
<i>Segundo Curso</i>			
Estructura Social Contemporánea.	FB	6	Primero.
Teoría de la Imagen.	OB	4	Primero.

Asignatura	Carácter	ECTS	Cuatrimestre
Psicología de la Comunicación.	FB	6	Primero.
Estructuras del Sistema Publicitario.	OB	4	Primero.
Introducción a las Tecnologías de la Comunicación.	OB	4	Primero.
Cultura e Identidad Corporativa.	OB	4	Primero.
Fundamentos de las RR.PP.	OB	4	Primero.
Lenguaje Publicitario.	OB	6	Segundo.
Métodos y Técnicas de Investigación Social.	OB	4	Segundo.
Derecho de la Publicidad.	FB	6	Segundo.
Los Anunciantes: Dirección y Gestión de la Comunicación Publicitaria.	OB	4	Segundo.
Gestión de la Comunicación Corporativa e Institucional.	OB	4	Segundo.
Sociología de la Publicidad y del Consumo.	OB	4	Segundo.
<i>Tercer Curso</i>			
Las Agencias de Publicidad: Dirección y Gestión.	OB	4	Primero.
Psicología de la Publicidad.	OB	6	Primero.
Planificación Estratégica de la Publicidad.	OB	4	Primero.
Los Medios Publicitarios: Investigación, Planificación y Gestión.	OB	6	Primero.
Gestión de Marca.	OB	4	Primero.
Optativas.	OP	6	Primero.
Dirección Estratégica de RR.PP.	OB	4	Segundo.
Ideas, Métodos y Estrategias Creativas: el Plan o Proyecto Creativo.	OB	6	Segundo.
Ética y Deontología de la Comunicación y de los Consumidores.	OB	4	Segundo.
Públicos y Usuarios de la Comunicación Publicitaria.	OB	4	Segundo.
Optativas.	OP	12	Segundo.
<i>Cuarto Curso</i>			
Procesos de Creación del Mensaje Publicitario: Medios y Soportes.	OB	6	Primero.
Investigación de la Eficacia Publicitaria.	OB	4	Primero.
Responsabilidad Social Corporativa e Institucional.	OB	4	Primero.
Optativas.	OP	18	Primero.
Producción y Realización Publicitarias.	OB	6	Segundo.
Teoría Crítica de la Cultura.	OB	4	Segundo.
Optativas.	OP	12	Segundo.
Trabajo de Fin de Grado.	TFG	6	Segundo.

*Asignaturas Optativas del Itinerario 1: Creatividad y Gestión de la Creatividad
de la Comunicación Publicitaria y de las Relaciones Públicas*

Optativas Tercer y Cuarto Curso

Documentación y Fuentes Publicitarias.	3
Modelos de Análisis del Mensaje Publicitario.	3
Narrativa Publicitaria.	3
Retórica de la Publicidad.	3
Dirección de Arte.	3
Redacción Publicitaria.	3
Técnicas de Expresión Oral: Presentación de Campañas.	3
Historia del Cartel.	3
Música y Publicidad.	3
Creatividad On Line.	3
Laboratorio de Fotografía Publicitaria.	3
Laboratorio de Diseño Gráfico.	3
Laboratorio Multimedia.	3
Laboratorio Audiovisual Digital.	3
Nuevas Manifestaciones Artísticas.	3
Publicidad e Igualdad.	3
Innovación en las RR.PP.	3
Programas de Identidad Visual Corporativa.	3

*Asignaturas Optativas del Itinerario 2: Gestión de las Relaciones Públicas en Empresas
e Instituciones*

Optativas Tercer y Cuarto Curso

Documentación y Fuentes Publicitarias.	3
Opinión Pública.	3
Gestión Comercial de las Empresas Multimedia.	3
Marketing Estratégico.	3
Estadística Aplicada a la Publicidad.	3
Patrocinio y Mecenazgo.	3
Redes Sociales de Comunicación.	3
Comunicación Interna.	3
RR.PP. Institucionales.	3
Marketing Relacional.	3
Comunicación de Crisis.	3
Políticas de Comunicación en el Contexto Europeo.	3

Asignaturas Optativas del Itinerario 3: Planificación Estratégica de la Comunicación Publicitaria

Optativas Tercer y Cuarto Curso

Documentación y Fuentes Publicitarias.	3
Opinión Pública.	3
Industrias Culturales.	3
Gestión Comercial de las Empresas Multimedia.	3
Marketing Directo y Promocional.	3
Marketing Estratégico.	3
Estadística Aplicada a la Publicidad.	3
Patrocinio y Mecenazgo.	3
Publicidad Política y Propaganda.	3
Redes Sociales de Comunicación.	3
Laboratorio de Estudios de Recepción.	3
Innovación en las RR.PP.	3
Programas de Identidad Visual Corporativa.	3
Políticas de Comunicación en el Contexto Europeo.	3

Asignaturas Optativas del Itinerario 4: Investigación de la Comunicación Publicitaria y de las Relaciones Públicas

Optativas Tercer y Cuarto Curso

Documentación y Fuentes Publicitarias.	3
Opinión Pública.	3
Modelos de Análisis del Mensaje Publicitario.	3
Industrias Culturales.	3
Gestión Comercial de las Empresas Multimedia.	3
Marketing Estratégico.	3
Estadística Aplicada a la Publicidad.	3
Publicidad Interactiva.	3
Narrativa Publicitaria.	3
Retórica de la Publicidad.	3
Historia del Cartel.	3
Laboratorio Multimedia.	3
Publicidad Política y Propaganda.	3
Redes Sociales de Comunicación.	3
Laboratorio de Estudios de Recepción.	3
Comunicación y Derechos Fundamentales.	3
Publicidad e Igualdad.	3

Comunicación de Crisis.	3
Políticas de Comunicación en el Contexto Europeo.	3

Asignaturas Optativas del Itinerario 5: Dirección y Consultoría de la Comunicación Corporativa e Institucional

Optativas Tercer y Cuarto Curso

Documentación y Fuentes Publicitarias.	3
Opinión Pública.	3
Industrias Culturales.	3
Gestión Comercial de las Empresas Multimedia.	3
Marketing Estratégico.	3
Estadística Aplicada a la Publicidad.	3
Patrocinio y Mecenazgo.	3
Técnicas de Expresión Oral: Presentación de Campañas.	3
Publicidad Política y Propaganda.	3
Redes Sociales de Comunicación.	3
Comunicación y Derechos Fundamentales.	3
Protocolo y Organización de Eventos.	3
Comunicación Interna.	3
Marketing Relacional.	3
Programas de Identidad Visual Corporativa.	3
Comunicación de Crisis.	3
Políticas de Comunicación en el Contexto Europeo.	3

Asignaturas Optativas del Itinerario 6: Producción de Contenidos en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas

Optativas Tercer y Cuarto Curso

Documentación y Fuentes Publicitarias.	3
Gestión Comercial de las Empresas Multimedia.	3
Publicidad Interactiva.	3
Narrativa Publicitaria.	3
Música y Publicidad.	3
Creatividad On Line.	3
Laboratorio de Fotografía Publicitaria.	3
Laboratorio de Diseño Gráfico.	3
Laboratorio Multimedia.	3
Laboratorio Audiovisual Digital.	3
Nuevas Manifestaciones Artísticas.	3

Redes Sociales de Comunicación.	3
Laboratorio de Estudios de Recepción.	3
Programas de Identidad Visual Corporativa.	3
Políticas de Comunicación en el Contexto Europeo.	3

Asignaturas Optativas del Itinerario 7: Gestión de la comunicación turística y del patrimonio

Fundamentos del Marketing turístico.	6
Plan de Marketing de destinos turísticos.	6
Distribución y comercialización de productos turísticos.	6
Marketing electrónico.	6
Estructura económica de los mercados turísticos.	6
Itinerarios turísticos e Información turística.	6
Recursos culturales turísticos.	6
Planificación y gestión del patrimonio cultural.	6

Itinerarios:

Creatividad y Gestión de la Creatividad de la Comunicación Publicitaria y de las Relaciones Públicas.

Gestión de las Relaciones Públicas en Empresas e Instituciones.

Planificación Estratégica de la Comunicación Publicitaria.

Investigación de la Comunicación Publicitaria y de las Relaciones Públicas.

Dirección y Consultoría de la Comunicación Corporativa e Institucional.

Producción de Contenidos en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas.

Gestión de la comunicación turística y del patrimonio (Para cumplimentar este itinerario los alumnos deberán estar matriculados en el Programa de Estudios Conjuntos con el grado en Turismo).

Para cumplimentar un itinerario, el alumno deberá cursar al menos 12 asignaturas optativas.

Los itinerarios que se proponen no constituyen una oferta cerrada. Todos los alumnos tienen abierta la posibilidad de diseñar su propio «itinerario».

Por razones de índole organizativa, la Universidad de Valladolid se reserva la posibilidad de variar la relación de asignaturas optativas, así como la de no ofertar alguna de las asignaturas optativas relacionadas.

Para ampliar información acerca de este plan de estudios se puede acudir a la página Web de la Universidad de Valladolid: <http://www.uva.es>