

## III. OTRAS DISPOSICIONES

## UNIVERSIDADES

**6786** *Resolución de 18 de marzo de 2011, de la Universidad de Sevilla, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas.*

Obtenida la verificación positiva del plan de estudios por parte del Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y una vez establecido el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 1 de octubre de 2010 («BOE» de 11 de noviembre de 2010),

Este Rectorado, de conformidad con lo previsto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla, que quedará estructurado según figura en los siguientes anexos.

Sevilla, 18 de marzo de 2011.–El Rector, Joaquín Luque Rodríguez.

## ANEXO

PLAN DE ESTUDIOS DE GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS  
POR LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA**Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas**

*Centro de Impartición: Facultad de Comunicación*

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

Tipo de materia		Créditos
F	Formación Básica. . . . .	60
O	Obligatorias . . . . .	108
P	Optativas . . . . .	66
T	Trabajo Fin Grado . . . . .	6
Total. . . . .		240

## Estructura de las enseñanzas por módulos

Módulo	Asignatura	Tipo materia	Créditos
Básico de Ciencias Sociales.	Derecho Publicitario.	F	6
	Economía Aplicada a la Publicidad.	F	6
	Lengua Española y Publicidad: Saber Idiomático y Competencias Comunicativas.	F	6
	Marketing.	F	6
	Psicología Social de la Publicidad y las Relaciones Públicas.	F	6
	Sociología y Estructura Social.	F	6

Módulo	Asignatura	Tipo materia	Créditos
Básico de Comunicación.	Estructura de la Información.	F	6
	Historia de la Publicidad y las Relaciones Públicas.	F	6
	Tecnología de los Medios Audiovisuales.	F	6
	Teoría de la Comunicación y de la Información.	F	6
Especialización en Comunicación Empresarial.	Comunicación Corporativa: el Manual de Identidad Corporativa.	O	6
	Gestión de Empresas de Comunicación.	O	6
Especialización en Comunicación Institucional.	Gabinetes de Comunicación.	O	6
	Programación y técnicas de las relaciones públicas.	O	6
Especialización en Comunicación Institucional, Empresarial y Social.	Ceremonial y Protocolo.	P	6
	Comunicación Política.	P	6
	Deontología y Responsabilidad Social en Publicidad.	P	6
	Dirección de Cuentas.	P	6
	Gestión Publicitaria de Espacios Comerciales.	P	6
	Publicidad e Interculturalidad.	P	6
	Publicidad, Cultura de Masas e Industrias Culturales.	P	6
	Publicidad en el Tercer Sector.	O	6
Especialización en Comunicación Social.	Teoría e Historia de la Propaganda.	O	6
	Prácticas en Empresas.	P	6
Fin de Grado y Prácticas en Empresas.	Proyecto Fin de Grado.	T	6
	Contexto Artístico de la Publicidad.	P	6
Instrumental de Publicidad y las Relaciones Públicas.	Estrategias Discursivas de la Comunicación Verbal en Publicidad y de las Relaciones Públicas.	P	6
	Evolución de la Economía Europea y Española y su Entorno.	P	6
	Producción y Realización Publicitaria en Medios Audiovisuales.	P	6
	Tendencias Literarias en la Cultura Contemporánea.	P	6
	Teoría del Consumo.	P	6
	Investigación Publicitaria.	O	6
	Métodos y Técnicas de Investigación Social.	O	6
Nuevas Tendencias en Comunicación.	Diseño Publicitario Digital.	O	6
	Tecnologías Digitales Aplicadas a la Publicidad.	O	6
Planificación, Estrategias y Creación en Comunicación.	Creatividad Publicitaria.	O	6
	Estrategia Publicitaria.	O	6
	Planificación y Gestión de Medios Publicitarios.	O	6
Publicidad y Cultura.	Análisis del Discurso Publicitario.	P	6
	Historia de la Comunicación.	P	6
	Historia de la Cultura Contemporánea.	P	6
	Teoría de la Imagen.	P	6
	Teoría e Historia del Cartel Publicitario.	P	6
Teoría e Historia del Diseño Publicitario.	P	6	

Módulo	Asignatura	Tipo materia	Créditos
Técnicas y Herramientas en Comunicación.	Dirección de Arte y Diseño.	O	6
	Redacción Publicitaria.	O	6
	Teoría y Tecnología de la Fotografía Publicitaria.	O	6
Teoría e Historia de la Comunicación.	Teoría y Estructura de la Publicidad.	O	6
	Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas.	O	6

## Organización temporal de las asignaturas del plan de estudios

Curso	Duración	Asignatura	Tipo	Créditos
Primero.	C1	Economía Aplicada a la Publicidad.	F	6
	C1	Lengua Española y Publicidad: Saber Idiomático y Competencias Comunicativas.	F	6
	C1	Teoría de la Comunicación y de la Información.	F	6
	C1	Teoría y Estructura de la Publicidad.	O	6
	C1	Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas.	O	6
	C2	Estructura de la Información.	F	6
	C2	Historia de la Publicidad y las Relaciones Públicas.	F	6
	C2	Marketing.	F	6
	C2	Psicología Social de la Publicidad y las Relaciones Públicas.	F	6
Segundo.	C1	Tecnología de los Medios Audiovisuales.	F	6
	C1	Creatividad Publicitaria.	O	6
	C1	Estrategia Publicitaria.	O	6
	C1	Métodos y Técnicas de Investigación Social.	O	6
	C1	Tecnologías Digitales Aplicadas a la Publicidad.	O	6
	C2	Derecho Publicitario.	F	6
	C2	Dirección de Arte y Diseño.	O	6
	C2	Investigación Publicitaria.	O	6
	C2	Redacción Publicitaria.	O	6
Tercero.	C1	Teoría e Historia de la Propaganda.	O	6
	C1	Planificación y Gestión de Medios Publicitarios.	O	6
	C1	Programación y técnicas de las relaciones públicas.	O	6
	C1	Teoría y Tecnología de la Fotografía Publicitaria.	O	6
	C1	Optativa 1.	P	6
	C1	Optativa 2.	P	6
	C2	Diseño Publicitario Digital.	O	6
	C2	Gabinetes de Comunicación.	O	6
	C2	Gestión de Empresas de Comunicación.	O	6
C2	Optativa 3.	P	6	
C2	Optativa 4.	P	6	

Curso	Duración	Asignatura	Tipo	Créditos
Cuarto.	C1	Comunicación Corporativa: el Manual de Identidad Corporativa.	O	6
	C1	Publicidad en el Tercer Sector.	O	6
	C1	Optativa 5.	P	6
	C1	Optativa 6.	P	6
	C1	Optativa 7.	P	6
	C2	Optativa 8.	P	6
	C2	Optativa 9.	P	6
	C2	Optativa 10.	P	6
	C2	Optativa 11.	P	6
	C2	Proyecto Fin de Grado.	T	6

## Relación de asignaturas optativas

Asignatura	Créditos
Análisis del Discurso Publicitario . . . . .	6
Ceremonial y Protocolo . . . . .	6
Comunicación Política . . . . .	6
Contexto Artístico de la Publicidad . . . . .	6
Deontología y Responsabilidad Social en Publicidad . . . . .	6
Dirección de Cuentas . . . . .	6
Estrategias Discursivas de la Comunicación Verbal en Publicidad y de las Relaciones Públicas . . . . .	6
Evolución de la Economía Europea y Española y su Entorno . . . . .	6
Gestión Publicitaria de Espacios Comerciales . . . . .	6
Historia de la Comunicación . . . . .	6
Historia de la Cultura Contemporánea . . . . .	6
Prácticas en Empresas . . . . .	6
Producción y Realización Publicitaria en Medios Audiovisuales . . . . .	6
Publicidad e Interculturalidad . . . . .	6
Publicidad, Cultura de Masas e Industrias Culturales . . . . .	6
Tendencias Literarias en la Cultura Contemporánea . . . . .	6
Teoría de la Imagen . . . . .	6
Teoría del Consumo . . . . .	6
Teoría e Historia del Cartel Publicitario . . . . .	6
Teoría e Historia del Diseño Publicitario . . . . .	6

A: Anual; C1: 1.º Cuatrimestre; C2: 2.º Cuatrimestre.

Nota: Según dispone la memoria de verificación del Título, el estudiante, antes de la finalización de sus estudios, deberá acreditar un nivel de competencias lingüísticas en un idioma extranjero equivalente, al menos, al nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.