

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

24584 *Resolución de 30 de septiembre de 2024, de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, por la que se publica el plan de estudios de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas.*

En el ejercicio de las atribuciones que me confiere el artículo 38.I) de las Normas de Organización y Funcionamiento de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, dispongo:

Obtenida la verificación del Plan de Estudios por el Consejo de Universidades de 5 de junio de 2024, previo informe positivo de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León y declarado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 17 de septiembre de 2024 (publicado en el BOE de 27 de septiembre, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 20 de septiembre).

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

El plan de estudios a que se refiere la presente resolución quedará estructurado conforme figura en su anexo.

Valladolid, 30 de septiembre de 2024.–El Rector, David García López.

ANEXO

Plan de Estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

La estructuración de los contenidos formativos que abarcan los planes de estudio conducentes al título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se vertebra sobre una estructura de tres niveles: módulo, materia y asignatura. Esta estructuración da soporte a una formación que provee las capacidades requeridas en la práctica profesional de la Publicidad y Relaciones Públicas.

Las diferentes materias dentro del plan se han agrupado en seis módulos, utilizando como criterio de agrupación la afinidad de contenidos entre las materias (siguiendo las recomendaciones del libro blanco). Por otro lado, la secuenciación de las diferentes materias responde a un itinerario de aprendizaje basado en los conocimientos secuenciados que el alumno debe ir conociendo a lo largo de los semestres.

Este grado se puede cursar en la modalidad presencial o en la modalidad virtual.

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

Tipo de materia		Créditos
BA.	Formación básica.	66
OB.	Obligatorias.	126
OP.	Optativas.	30
PE.	Prácticas externas.	12
TFM.	Trabajo fin máster.	6
	Total.	240

El plan de estudios integrando toda la estructura de módulo-materia-asignatura se recoge en la siguiente tabla:

Código módulo	Módulo	ECTS	Código materia	Materias	ECTS	Código asignatura	Asignaturas	ECTS	Carácter
1	Expresión, evolución y fundamentos de la realidad comunicativa contemporánea.	114	1.1	Expresión oral y escrita en el ámbito de la comunicación.	36	1.1.1	Discurso oral y escrito.	6	BA
						1.1.2	Narrativa audiovisual.	6	BA
						1.1.3	Redacción publicitaria y comunicación persuasiva.	6	OB
						1.1.4	Professional English.	6	OP
						1.1.5	Guion y narrativa en videojuegos.	6	OP
						1.1.6	Presentador de formatos audiovisuales.	6	OP
			1.2	Evolución, comprensión, crítica y legalidad contemporánea.	30	1.2.1	Historia contemporánea, publicidad y medios de comunicación.	6	BA
						1.2.2	Sociología y opinión pública.	6	BA
						1.2.3	Economía y gestión de empresas de comunicación.	6	BA
						1.2.4	Derecho de la información, la publicidad y la comunicación audiovisual.	6	OB
						1.2.5	Marco legal y deontología profesional.	6	BA
			1.3	Fundamentos, técnicas, procesos y análisis de la comunicación.	48	1.3.1	Teoría aplicada de la comunicación y de la información.	6	BA
						1.3.2	Metodología de la investigación en comunicación.	6	OB
						1.3.3	Tecnologías digitales.	6	OB
						1.3.4	Tecnología, edición de vídeo y diseño.	6	BA
						1.3.5	Fundamentos de la publicidad y RR. PP.	6	BA
						1.3.6	Fuentes y técnicas de tratamiento de datos.	6	OB
						1.3.7	Fotografía y teoría de la imagen.	6	OB
1.3.8	Competencia digital.	6				BA			

Código módulo	Módulo	ECTS	Código materia	Materias	ECTS	Código asignatura	Asignaturas	ECTS	Carácter
2	Fundamentos, estructura, estrategia e innovación de la Publicidad.	42	2.1	Fundamentos, estructuras, organización y estrategias de la publicidad.	18	2.1.1	Dirección de cuentas.	6	OB
						2.1.2	Estrategia y planificación de medios publicitarios.	6	OB
						2.1.3	El planner.	6	OB
			2.2	Creatividad e innovación en publicidad.	24	2.2.1	Arte y medios de comunicación.	6	BA
						2.2.2	Creatividad publicitaria.	6	OB
						2.2.3	Copy y arte.	6	OB
						2.2.4	Laboratorio publicitario aplicado.	6	OB
3	Relaciones Públicas y marketing: fundamentos, dirección y gestión de activos intangibles.	75	3.1	Gestión, técnicas y estrategias de las relaciones públicas.	54	3.1.1	Organización de las empresas de comunicación y gestión de personas.	6	OP
						3.1.2	Patrocinio: nuevas formas de financiación y acción social.	6	OP
						3.1.3	Estrategias y técnicas de las RR. PP.	6	OB
						3.1.4	Comunicación corporativa.	6	OB
						3.1.5	Protocolo y gestión de eventos.	6	OP
						3.1.6	Responsabilidad social corporativa.	6	OP
						3.1.7	Sostenibilidad y compromiso social.	6	OP
						3.1.8	Comunicación política.	6	OP
						3.1.9	Dirección de comunicación.	6	OB
			3.2	Marketing e investigación de mercados aplicado al consumo.	18	3.2.1	Branding: marca y reputación.	6	OB
						3.2.2	Psicología del consumo.	6	OP
3.2.3	Innovación y emprendimiento.	6				OB			

Código módulo	Módulo	ECTS	Código materia	Materias	ECTS	Código asignatura	Asignaturas	ECTS	Carácter
4	Creación y producción de la comunicación digital.	60	4.1	Comunicación digital.	30	4.1.1	Marketing sectorial.	6	OP
						4.1.2	Marketing digital.	6	OB
						4.1.3	Gestión y dinamización de contenidos digitales.	6	OB
						4.1.4	Consumidor digital.	6	OP
						4.1.5	Plan de marketing.	6	OP
			4.2	Entretenimiento multimedia y digital.	30	4.2.1	Diseño, creatividad y nuevas narrativas digitales.	6	OB
						4.2.2	Videjuegos: historia, formatos y géneros.	6	OP
						4.2.3	Realización y entretenimiento digital.	6	OB
						4.2.4	Nuevas tendencias en televisión.	6	OP
						4.2.5	Animación 3D.	6	OP
5	Prácticas externas.	12	5.1	Prácticas externas.	12	5.1.1	Prácticas externas I.	6	PE
						5.1.2	Prácticas externas II.	6	PE
6	Trabajo fin de grado.	6	6.1	Trabajo fin de grado.	6	6.1.1	Trabajo fin de grado.	6	TFG