

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

26233 Resolución de 19 de noviembre de 2024, de la Universidad Francisco de Vitoria, por la que se publica el plan de estudios de Graduado o Graduada en Publicidad, Ideación y Comunicación de Marcas.

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo el informe positivo de la Fundación para el Conocimiento Madri+d, y acordado el carácter oficial del título por el Consejo de Ministros de 17 de septiembre de 2024 (publicado en el BOE de 27 de septiembre de 2024 por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 20 de septiembre de 2024),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Publicidad, Ideación y Comunicación de Marcas.

Pozuelo de Alarcón, 19 de noviembre de 2024.–El Rector, Daniel Sada Castaño.

GRADUADO EN PUBLICIDAD, IDEACIÓN Y COMUNICACIÓN DE MARCAS

Ámbito de conocimiento: Periodismo, Comunicación y Publicidad y Relaciones Públicas

Tipología	ECTS
Formación Básica.	60
Obligatorias.	148
Optativas.	14
Prácticas Externas.	9
Trabajo Fin de Grado.	9
Total.	240

A continuación adjuntamos el esquema de la estructura del plan de estudios, en el cual se detalla la planificación temporal de módulos, materias y asignaturas (hay que tener en cuenta que 1 SEM y 2 SEM equivalen al primer curso; 3 SEM y 4 SEM equivalen al segundo curso; 5 SEM y 6 SEM equivalen al tercer curso; 7 SEM y 8 SEM equivalen al cuarto curso):

Módulo	Materia	Asignatura	Tipología	Semestre	ECTS
Formación Básica.	Fundamentos Teóricos.	Teoría de la Comunicación Publicitaria.	FB	1 SEM	6
		Historia de la Publicidad.	FB	1 SEM	6
		Introducción a los Estudios Universitarios.	FB	1 y 2 SEM	6
	Fundamentos del Entorno y el Mercado.	Marketing de Marca: La Marca como Activo Estratégico.	FB	1 SEM	6
		Comportamiento del Consumidor.	FB	2 SEM	6

Módulo	Materia	Asignatura	Tipología	Semestre	ECTS
	Bases de la Comunicación.	Habilidades y Competencias para el Liderazgo.	FB	1 y 2 SEM	6
		Técnicas de Comunicación y Soft Skills.	FB	2 SEM	6
		Ideación Creativa I.	FB	3 SEM	6
		Construcción de Narraciones Corporativas.	FB	3 SEM	6
		Dirección de Comunicación: Experiencia de Marca Interna y Externa.	FB	4 SEM	6
Disciplinar.	Deontología, Cultura e Historia.	Historia y Estrategia de Marcas Icónicas.	OB	2 SEM	3
		Ecosistema I: Perfiles Profesionales.	OB	2 SEM	3
		Compromiso Social y Activismo Corporativo.	OB	3 SEM	4
		Antropología.	OB	3 y 4 SEM	6
		Responsabilidad Social.	OB	3 y 4 SEM	6
		Introducción a la Teología: El Hombre y la Cuestión de Dios.	OB	5 SEM	6
		Historia de Occidente.	OB	6 SEM	6
		Ética.	OB	7 y 8 SEM	6
		Normativa y Reglamentación Publicitaria.	OB	8 SEM	6
	Ideación Creativa.	Fundamentos de la Creatividad Funcional.	OB	1 SEM	4
		Creación de Identidades Corporativas.	OB	2 SEM	4
		Gamificación y Co-creación.	OB	4 SEM	4
		Ideación Creativa II.	OB	5 SEM	6
		Copy Publicitario.	OB	6 SEM	6
		Creatividad y Branding en Mundos Virtuales.	OB	7 SEM	6
	Producción de Mensajes.	Fotografía y Retoque de Imagen.	OB	3 SEM	4
		Montaje Audiovisual: El Case Publicitario.	OB	4 SEM	6
		Dirección de Arte.	OB	6 SEM	6
		Realización de Campañas.	OB	6 SEM	4
		Producción de Campañas Audiovisuales.	OB	7 SEM	6
		Producción de Campañas Gráficas.	OB	7 SEM	4

Módulo	Materia	Asignatura	Tipología	Semestre	ECTS
	Estrategias de Comunicación.	Entorno I: Investigación de Públicos y Audiencias.	OB	1 SEM	4
		Entorno II: Competencia, Partners y otros Agentes.	OB	3 SEM	4
		Publicidad en la Red.	OB	4 SEM	4
		Difusión de Narraciones Corporativas.	OB	4 SEM	4
		Retail & Trade Marketing.	OB	5 SEM	6
		Gestión de Cuentas Publicitarias.	OB	5 SEM	4
		Planificación Estratégica.	OB	5 SEM	4
		Planificación de Medios.	OB	6 SEM	4
		Estrategias de Marca en Situaciones de Crisis.	OB	7 SEM	4
		Ecosistema II: Benchmark del Sector.	OB	8 SEM	4
Trabajo Fin de Grado y Prácticas Académicas Externas.	Prácticas Académicas Externas.	Prácticas Académicas Externas.	P. EXT	7 y 8 SEM	9
	Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado.	TFG	7 y 8 SEM	9
		Optativa I.	OP	5 SEM	4
		Optativa II.	OP	6 SEM	4
		Optativa III.	OP	7 SEM	3
		Optativa IV.	OP	8 SEM	3
		Total.			240

Relación de asignaturas optativas

El alumno tiene que cursar 14 ECTS optativos

Módulo	Materia	Asignatura	Tipología	Semestre	ECTS
Disciplinar.	Emprendimiento y New Business.	Tendencias: Visual Thinking y Coolhunting	OP	5 SEM	4
		Empresa y Emprendimiento	OP	7 SEM	3
		Cualificaciones y Competitive	OP	7 SEM	3
		New Business	OP	8 SEM	3
	Producción de Mensajes.	Podcasts y otros Formatos Radiofónicos	OP	5 SEM	4
		Diseño de Sitios Web y Aplicaciones Móviles	OP	6 SEM	4
	Ideación Creativa.	Producción y Consumo Responsables	OP	5 SEM	4
		Escaparatismo	OP	6 SEM	4
		Publicidad Social y Tercer Sector	OP	8 SEM	3
	Estrategias de Comunicación.	Método Científico: Investigación Cualitativa y Cuantitativa	OP	6 SEM	4

Módulo	Materia	Asignatura	Tipología	Semestre	ECTS
	Actividades Formativas Complementarias.	Actividades Formativas Complementarias I	OP	7 SEM	3
		Actividades Formativas Complementarias II	OP	8 SEM	3

ECTS de formación básica por ámbito de conocimiento

Ámbito de conocimiento	Materia	Asignatura	Tipología	Semestre	ECTS
Periodismo, Comunicación y Publicidad y Relaciones Públicas.	Fundamentos Teóricos.	Teoría de la Comunicación Publicitaria.	FB	1 SEM	6
		Historia de la Publicidad.	FB	1 SEM	6
		Introducción a los Estudios Universitarios.	FB	1 y 2 SEM	6
	Fundamentos del Entorno y el Mercado.	Marketing de Marca: La Marca como Activo Estratégico.	FB	1 SEM	6
		Comportamiento del Consumidor.	FB	2 SEM	6
	Bases de la Comunicación.	Habilidades y Competencias para el Liderazgo.	FB	1 y 2 SEM	6
		Técnicas de Comunicación y Soft Skills.	FB	2 SEM	6
		Ideación Creativa I.	FB	3 SEM	6
		Construcción de Narraciones Corporativas.	FB	3 SEM	6
		Dirección de Comunicación: Experiencia de Marca Interna y Externa.	FB	4 SEM	6