

**UCA****Universidad
de Cádiz****Doble grado en Publicidad y
Relaciones Públicas - Marketing e
Investigación de Mercados****FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA
COMUNICACIÓN**

Avenida de la Universidad, s/n
11405-JEREZ DE LA FRONTERA
Teléfono: 956 037118
Fax: 956 037817

**DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y
MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

(Aprobado en Consejo de Gobierno de la Universidad de Cádiz celebrado el 22 de junio de 2011)

CRÉDITOS POR CURSO ACADÉMICO Y TIPO DE MATERIA

CURSO	CREDITOS	PUBLICIDAD Y RR. PP.	MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
1º	72	72 Básicos	
2º	72	60 Obligatorios	12 Obligatorios
3º	72	48 Obligatorios	24 Obligatorios
4º	66		54 Obligatorios
		12 Optativos	
5º	42		18 Obligatorios
		6 Trabajo fin de grado + 18 Optativos	
Total			

ITINERARIO CURRICULAR:

ASIGNATURA	CAR.	CRED.	ASIGNATURA	CAR.	CRED.
1º Semestre			2º Semestre		
Derecho Empresarial I	BAS	6	Estadística	BAS	6
Economía	BAS	6	Introducción al Marketing	BAS	6
Introducción a la Economía de la Empresa	BAS	6	Microeconomía	BAS	6
Matemáticas	BAS	6	Teoría de la comunicación	BAS	6
Teoría de la Imagen	BAS	6	Estructura de la Publicidad y las RR. PP.	BAS	6
La Lengua Española en la Publicidad y las RR.PP	BAS	6	Herramientas informáticas para la comunicación	BAS	6
3º Semestre			4º Semestre		
Evolución de las formas y procesos de la Publicidad	OBL	6	Evolución de las formas y procesos de las RR. PP	OBL	6
Diseño y gestión de la comunicación institucional	OBL	6	Imagen corporativa institucional	OBL	6
Dirección y planificación estratégica en comunicación	OBL	6	Marketing y gestión de cuentas	OBL	6
Planificación de medios y soportes	OBL	6	Diseño gráfico, multimedia y de espacios comerciales	OBL	6
La investigación científica en comunicación	OBL	6	Sistemas de comunicación empresarial I	OBL	6
Estadística Avanzada	OBL	6	Instrumentos para el Análisis del Entorno Económico	OBL	6
5º Semestre			6º Semestre		
Métodos y técnicas de investigación de medios y audiencias	OBL	6	Comunicación, Derechos humanos e igualdad	OBL	6
Creatividad publicitaria	OBL	6	Sistemas de comunicación empresarial II	OBL	6
Nuevas tecnologías en comunicación	OBL	6	Talleres de dirección de proyectos digitales en Publicidad y RR.PP	OBL	6
Comunicación para el desarrollo y el cambio social	OBL	6	Métodos Estadísticos Multivariantes	OBL	6
Talleres de comunicación e inteligencia emocional	OBL	6	Marketing No Lucrativo	OBL	6
Derecho Empresarial II	OBL	6	Comportamiento del Consumidor	OBL	6
7º Semestre			8º Semestre		
Dirección de Marketing	OBL	6	Investigación de Mercados II	OBL	6
Dirección de Empresas	OBL	6	Marketing Sectorial	OBL	6
Distribución Comercial I	OBL	6	Distribución Comercial II	OBL	6
Investigación de Mercados I	OBL	6	OPTATIVA 1	OPT	6
Macroeconomía	OBL	6	OPTATIVA 2	OPT	6
Precio y Producto	OBL	6			
9º Semestre			10º Semestre		
Comunicación Comercial I	OBL	6	Comunicación Comercial II	OBL	6
Prácticas en Empresas (12 Créd.) o				OPT	12
Habilidades Comunicativas, Emocionales y de negociación. (6 Cred.) Sociología del Trabajo y de las Relaciones laborales (6 Cred.). Inglés para Fines Profesionales (6 Cred.).				(elegir 2)	
Trabajo de Fin de Grado				OBL	6
Creación de empresas	OBL	6	Creación de empresas	OBL	6
OPTATIVA 3	OPT	6			

BAS. Básica. OBL. Obligatoria. OPT. Optativa. TFG. Trabajo Fin de Grado

La optatividad se cursará entre la oferta de optativas de ambos títulos, según el itinerario fijado por el Centro

OBJETIVO DEL DOBLE GRADO

El objetivo general de este doble grado es crear profesionales plenamente adaptado a las necesidades del mundo empresarial y publicitario, que estén formados tanto dentro del ámbito de la publicidad como del marketing. Que deseen trabajar y desarrollar funciones directivas que combinen los instrumentos de marketing y la estrategia de comunicación.

Los estudiantes obtendrán las competencias que los grados en Publicidad y Relaciones Públicas y de Marketing e Investigación de Mercados otorgan, adquiriendo especiales habilidades para la comunicación y la comercialización, capaz de imaginar, crear, desarrollar, controlar, vender y comunicar cualquier tipo de producto y/o servicio. El resultado será una alta cualificación en dos ámbitos altamente demandados y competitivos.

Esta doble titulación integra los objetivos de las dos titulaciones entre los que destacamos:

Objetivos del título de Publicidad y Relaciones Públicas

- ^ Proporcionar un conocimiento de todos los elementos que conforman y se interrelacionan en el sistema de la comunicación, en especial de la publicidad y las relaciones públicas, para su aplicación a la realidad de las organizaciones y para el desarrollo de una actitud estratégica. Esta formación le capacitará para la toma de decisiones y la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.
- ^ Adquirir un conocimiento básico y general de los principales puntos que configuran el panorama actual de la labor del profesional de la comunicación, especialmente publicitaria y de las relaciones públicas. Los conocimientos deben ser siempre relevantes para la comprensión del fenómeno de la comunicación y de su función en la sociedad contemporánea. De esta manera se conseguirá que el alumnado se convierta en un gran conocedor del contexto social, cultural, político, económico y empresarial en el que se inserta su trabajo y sepa adecuar de forma responsable su labor al mismo.
- ^ Fomentar la capacidad crítica, analítica e interpretativa, aportando los conocimientos de las técnicas de investigación y procedimientos de trabajo necesarios para transformar las necesidades del cliente en soluciones de comunicación eficientes.
- ^ Ser capaces de comunicarse y expresarse con coherencia y corrección en su ejercicio profesional; para ello deberán dominar el uso especializado de la/s lengua/s de su comunidad y del inglés.
- ^ Ser capaces de construir, planificar y evaluar acciones y discursos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas para la elaboración de campañas de comunicación, para lo que conocerán también las posibilidades de aplicación eficaz de las diferentes tecnologías.
- ^ Conocer las teorías, categorías y conceptos que más han incidido en las diferentes ramas de investigación, desarrollo e innovación de la comunicación empresarial e institucional así como su necesidad de autorregulación por sus consecuencias éticas y socio-culturales.

Objetivos del grado en Marketing e Investigación de Mercado:

- ^ Capacitar a los estudiantes para que manejen las herramientas necesarias para analizar los mercados mediante la investigación comercial y comprender el comportamiento de los consumidores.
- ^ Enseñar a los futuros egresados los contenidos necesarios para aprender a diseñar y gestionar las estrategias de productos, precios, distribución y comunicación necesarias para desarrollar un plan de marketing.
- ^ Transmitir a los futuros profesionales de marketing la importancia del potencial que tienen las estrategias de marketing para el ámbito de las Pequeñas y Medianas Empresas.

^ Facilitar la inserción laboral de los estudiantes en el mercado con una comprensión amplia de las funciones que se realizan en el subsistema comercial y su vinculación con el resto de subsistemas de la empresa, así como las relaciones con otros profesionales no expertos en marketing.