

**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

**Itinerario curricular recomendado  
ENSEÑANZAS****Primer Curso**

<b>Código/Materia/Asignatura</b>	<b>Cdtos.</b>
31309004/ Economía / Economía (FB. Formación Básica)	6
31309006/ Sociología / Sociología (FB)	6
31309001/ Psicología / Psicología social de la comunicación (FB)	6
31309008/ Comunicación / Teoría de la imagen (FB)	6
31309009/ Lengua / La lengua española en la publicidad y las RR.PP (FB)	6
31309003/ Derecho / Derecho de la comunicación (FB)	6
31309002/ Comunicación / Teoría de la comunicación (FB)	6
31309005/ Historia / Historia económica y social (FB)	6
31309007/ Comunicación / Estructura de la publicidad y las RR.PP. (FB)	6
31309010/ Informática / Herramientas informáticas para la comunicación (FB)	6

**Segundo Curso**

<b>Código/Materia/Asignatura</b>	<b>Cdtos.</b>
31309011/ Comunicación / Evolución de las formas y procesos de la publicidad (OB. Obligatoria)	6
31309021/ Comunicación / Diseño y gestión de la comunicación institucional (OB)	6
31309015/ Comunicación/ Dirección y planificación estratégica en comunicación (OB)	6
31309019/ Comunicación / Planificación de medios y soportes (OB)	6
31309013/ Comunicación / La investigación científica en comunicación (OB)	6
31309011/ Comunicación / Evolución de las formas y procesos de las RR.PP (OB)	6
31309022/ Comunicación / Imagen corporativa institucional (OB)	6
31309016/ Empresa / Marketing y gestión de cuentas (OB)	6
31309020/ Comunicación / Diseño gráfico, multimedia y de espacios comerciales (OB)	6
31309023/ Comunicación / Sistemas de comunicación empresarial I (OB)	6

## Tercer Curso

<b>Código/Materia/Asignatura</b>	<b>Cdtos.</b>
31309017/ Comunicación/ Creatividad publicitaria (OB)	6
31309018/ Comunicación / Nuevas tecnologías en comunicación (OB)	6
31309014/ Comunicación / Métodos y técnicas de investigación de medios y audiencias (OB)	6
31309025/ Comunicación / Comunicación para el desarrollo y el cambio social (OB)	6
31309027/ Comunicación / Talleres de comunicación e inteligencia emocional (OB)	6
31309037/ Informática / Herramientas multimedia y animación (OP. Optativa)	6
31309034/ Derecho / Ética y deontología de la publicidad y las RR.PP. (OP)	6
31309024/ Comunicación / Sistemas de comunicación empresarial II (OB)	6
31309026/ Comunicación / Comunicación, derechos humanos e igualdad (OB)	6
31309028/ Talleres de dirección de proyectos digitales en publicidad y RR.PP (OB)	6

## Cuarto Curso

<b>Código/Materia/Asignatura</b>	<b>Cdtos.</b>
31309041/ Trabajo Fin de Grado (OB)	6
31309042/ Prácticas en empresa (OP)	12
31309043/ Creación de empresas de comunicación (OP)	6
31309044/ Idioma / Inglés para fines profesionales (OP)	6
31309035/ Comunicación / Comunicación digital (OP)	6
31309032/ Comunicación / Técnicas de protocolo y organización de actos y eventos (OP)	6
31309030/ Comunicación / Comunicación internacional e intercultural (OP)	6
31309039/ Informática / Tecnología y publicación en internet (OP)	6
31309033/ Idioma / Inglés aplicado a publicidad y RR.PP (OP)	6
31309029/ Lengua / Lenguaje y comunicación eficaz (OP)	6
31309031/ Sociología / Sociedad global y estilos de vida (OP)	6
31309038/ Comunicación / Medios y soportes interactivos (OP)	6
31309036/ Comunicación / Gestión y realización de proyectos audiovisuales (OP)	6

La optatividad contempla igualmente la previsión del Art. 12.8 del RD 1393/2007, según la cual el alumno puede cursar hasta 6 créditos por reconocimiento de actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias o de cooperación

## MÓDULOS

<b>M1</b>	BÁSICO DE CIENCIAS SOCIALES. 36 Créditos.
<b>M2</b>	BÁSICO DE COMUNICACIÓN. 24 Créditos.
<b>M3</b>	TEORÍA E HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN. 12 Créditos.
<b>M4</b>	INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN.12 Créditos.
<b>M5</b>	PLANIFICACIÓN, ESTRATEGIAS Y CREACIÓN EN COMUNICACIÓN. 18 Créditos.
<b>M6</b>	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS EN COMUNICACIÓN. 18 Créditos.
<b>M7</b>	ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.12 Créditos.
<b>M8</b>	ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN EMPRESARIAL.12 Créditos.
<b>M9</b>	ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL. 12 Créditos.
<b>M10</b>	NUEVAS TENDENCIAS EN COMUNICACIÓN. 12 Créditos.
<b>M11</b>	COMUNICACIÓN GLOBAL. 36 Créditos
<b>M12</b>	COMUNICACIÓN INTERACTIVA. Créditos 36
<b>M13</b>	PROYECTO DE FIN DE GRADO Y PRÁCTICAS EN EMPRESAS.18 Créditos.

**AÑOS ACADÉMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN: 4 AÑOS**  
**CARGA LECTIVA: 240 CRÉDITOS**

<b>Curso</b>	<b>Tipo de materia</b>	<b>Créditos ECTS</b>
<b>Primero</b>	<b>Formación Básica</b>	<b>60</b>
<b>Segundo</b>	<b>Obligatorias</b>	<b>60</b>
<b>Tercero</b>	<b>Obligatorias / Optativas</b>	<b>60</b>
<b>Cuarto</b>	<b>Obligatorias / Optativas</b>	<b>54</b>
	<b>Trabajo Fin de Grado</b>	<b>6</b>
	<b>Créditos totales</b>	<b>240</b>

**DISTRIBUCIÓN GLOBAL DE LOS CRÉDITOS**

<b>Tipo de materia</b>	<b>Créditos ECTS</b>	<b>%</b>
<b>Formación Básica</b>	<b>60</b>	<b>25%</b>
<b>Obligatorias</b>	<b>120</b>	<b>50%</b>
<b>Optativas</b>	<b>54</b>	<b>22,5%</b>
<b>Trabajo Fin de Grado</b>	<b>6</b>	<b>2,5%</b>
<b>Créditos totales</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

**OBJETIVOS DEL TÍTULO**

- 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.

# MECANISMOS DE ADAPTACIÓN AL NUEVO PLAN DE ESTUDIO

## PROPUESTA DE ADAPTACIONES DE LA LICENCIATURA AL GRADO

### Propuesta de Adaptaciones

LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RR.PP. (segundo ciclo)	Tipo	CR. LRU	GRADO EN PUBLICIDAD Y RR.PP.	Tipo	CR. ECTS
Creatividad publicitaria	Tr.	12	Creatividad publicitaria	Ob.	6
Planificación y medios publicitarios	Tr.	10	Planificación de medios y soportes	Ob.	6
Ética y deontología de la publicidad y las RR.PP.	Ob.	6	Ética y deontología de la Publicidad y las RR.PP.	Opt.	6
Tecnología informática aplicada a la publicidad y las RR.PP.	Ob.	6	Herramientas informáticas para la comunicación	B.	6
Psicología social de la comunicación	Ob.	6	Psicología social de la comunicación	B.	6
Marketing político-social	Opt.	6			
Historia económica de la publicidad y de los medios de comunicación de masas	Opt.	6	Historia económica y social	B.	6
Teoría de los precios	Opt.	6			
Teoría de la publicidad	C. Form.	6	Evolución de las formas y procesos de la publicidad	Ob.	6
Introducción a las RR.PP.	C. Form.	6	Evolución de las formas y procesos de las RR.PP	Ob.	6
Teoría de la comunicación y teoría de la información	C. Form.	10			
Sistemas y procesos de la publicidad y las RR.PP.	Tr.	10	Estructura de la publicidad y de las RRPP	B.	6
Derecho de la publicidad	Ob.	6	Derecho de la comunicación	B.	6
Sociología del consumo	Ob.	6	Sociedad global y estilos de vida.	Opt.	6
Marketing de la comunicación	Ob.	6			
Organización y gestión de empresas de publicidad y RR.PP.	Ob.	6	Creación de empresas de comunicación	Ob.	6
Técnicas de medición de la investigación publicitaria	Ob.	6	La investigación científica en comunicación	Ob.	6
Gabinetes de comunicación	Opt.	6	Diseño y gestión de la comunicación institucional	Ob.	6
Técnicas y medios de la expresión visual	Opt.	6	Diseño gráfico, multimedia y de espacios comerciales	Ob.	6
Inglés aplicado a la publicidad y las RR.PP.	Opt.	6	Inglés aplicado a la publicidad y RR.PP.	Opt.	6
Teoría y técnicas de las relaciones públicas	Tr.	10	Técnicas de protocolo y organización de actos y eventos	Opt.	6
Lengua	C. Form.	8	Lengua española de la publicidad y las RR.PP.	B.	6

Tr. Troncal. / Ob. Obligatoria. / Op. Optativa. / C. Form. Complemento de Formación / B. Formación Básica