

Curso	Duración	Asignatura	Tipo	Créditos
Segundo	C1	Derecho de la Información	F	6
	C1	Teoría del Periodismo	F	6
	C1	Documentación Periodística	O	6
	C1	Historia del Periodismo Universal	O	6
	C1	Tecnología y Diseño de la Información Escrita	O	6
	C2	Géneros y Estilos Periodísticos	O	6
	C2	Periodismo Especializado	O	6
	C2	Producción Periodística	O	6
	C2	Tecnología del Periodismo Gráfico	O	6
Tercero	C1	Teoría y Técnicas Audiovisuales Aplicadas al Periodismo	O	6
	C1	Gabinetes de Comunicación	O	6
	C1	Periodismo Político y Económico	O	6
	C1	Redacción Periodística (prensa)	O	6
	C1	Optativa 1	P	6
	C1	Optativa 2	P	6
	C2	Historia del Periodismo Español	O	6
	C2	Redacción Periodística (radio y Televisión)	O	6
	C2	Técnicas de Investigación Periodística	O	6
Cuarto	C2	Optativa 3	P	6
	C2	Optativa 4	P	6
	C1	Análisis del Discurso Periodístico	O	6
	C1	Cibercultura	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	Códigos y Valores de la Profesión Periodística	O	6
	C2	Estructura y Políticas de Comunicación	O	6
	C2	Trabajo Fin de Grado	T	6

Relación de asignaturas optativas	
Asignatura	Créditos
Comunicación para el Desarrollo Social	6
Diseño de Programas Informativos	6
Escritura Creativa	6
Historia del Mundo Actual	6
Innovación Cibernética en Periodismo	6
Letras Contemporáneas	6
Multimedia	6
Opinión Pública	6
Organización y Gestión de Empresas Periodísticas	6
Periodismo Científico y Ambiental	6
Periodismo Cultural	6
Periodismo de Sucesos y Tribunales	6
Periodismo de Viajes	6
Periodismo Deportivo	6
Periodismo Social y Educativo	6
Prácticas en Empresas o Actividades Extraordinarias	6
Recursos Documentales Periodísticos	6
Redacción Periodística en la Red	6
Teoría e Historia de la Propaganda	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.

RESOLUCIÓN de 18 de marzo de 2011, de la Universidad de Sevilla, por la que se publica el Plan de Estudios conducente a la obtención del título de Graduado/Graduada 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.

PLAN DE ESTUDIOS DE GRADUADO/A 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
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
Especialización en Comunicación Social	Publicidad en el Tercer Sector	O	6
	Teoría e Historia de la Propaganda	O	6
Fin de Grado y Prácticas en Empresas	Prácticas en Empresas	P	6
	Proyecto Fin de Grado	T	6
Instrumental de Publicidad y las Relaciones Públicas	Contexto Artístico de la Publicidad	P	6
	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 en Comunicación	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
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
	C2	Sociología y Estructura Social	F	6

Curso	Duración	Asignatura	Tipo	Créditos
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
Cuarto	C2	Optativa 3	P	6
	C2	Optativa 4	P	6
	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

Asignatura	Créditos
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.