

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

3537 *Resolución de 14 de marzo de 2017, de la Universidad Carlos III de Madrid, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Comunicación Publicitaria.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y declarado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 13 de enero de 2017 (publicado en el BOE de 26 de enero de 2017 mediante Resolución de 18 de enero de 2017 de la Secretaría General de Universidades),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Comunicación Publicitaria.

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

Getafe, 14 de marzo de 2017.–El Rector, Juan Romo Urroz.

ANEXO

UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

Plan de estudios conducentes al título de Máster universitario en Comunicación Publicitaria

Real Decreto 1393/2007, Anexo I, apartado 5.1. Estructura de las enseñanzas

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Distribución general del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo.

Tipo	ECTS
Obligatorias (O)	48
Optativas (OP)	6
Prácticas Externas (PE)	–
Trabajo Fin de Máster (TFM)	6
Total	60

PLAN DE ESTUDIOS POR MATERIAS

Máster universitario en Comunicación Publicitaria

Materia	Asignatura	ECTS ofertados	Tipo
Fundamentos y Teoría.	Fundamentos de Comunicación y Publicidad/Communication and Advertising Foundations.	3	O
	Derecho de la Publicidad y de la Propiedad Intelectual/Advertising Law and Intellectual Property Law.	3	O
	Marketing de contenidos y Nuevas Tendencias/Branded Content and New Trends.	3	O
	Comunicación Corporativa/Corporate Communication.	3	O

Materia	Asignatura	ECTS ofertados	Tipo
Creatividad.	Creatividad I: del concepto a la campaña/Creativity I: from the concept to the campaign.	3	O
	Creatividad II: tendencias y nuevos medios/Creativity II: trends and new media.	3	O
	Dirección de Redacción publicitaria y Dirección de Arte/Copywriting and Art Direction.	3	O
	Creatividad Cultural/Cultural Creativity.	3	O
Metodologías de investigación de Mercado aplicadas a la publicidad.	Metodologías de la Investigación en Comunicación y Publicidad/Research methodology in Communication and Advertising.	3	O
	Eficacia Publicitaria: pretest y postest/Advertising Efficacy: pretest and postest.	3	O
Análisis y Estrategia.	Gestión de marcas en medios tradicionales y digitales/Branding y Digital Branding.	3	O
	Comportamiento del Consumidor Avanzado/Advanced Consumer Behaviour.	3	O
	Inteligencia de Marketing: métricas de marca y monitoreo/Marketing Intelligence: Brand metrics and monitoring.	3	O
Planificación y Gestión.	Planificación de Medios/Media Planning.	3	O
	Dirección de Producción de Proyectos Publicitarios/Production Management of Advertising Projects.	3	O
	Gestión de Proyectos Transmedia/Trasmedia Projects Management.	3	O
Prácticas.	Prácticas en Empresa/Internships.	6	OP
	Prácticas en Laboratorio-Agencia de Publicidad/Advertising laboratory Practices.	6	OP
Trabajo Fin de Máster.	Trabajo fin de máster.	6	TFM