

29700 RESOLUCION de 18 de noviembre de 1993, de la Universidad de Málaga, por la que se ordena la publicación del plan de estudios de la Universidad de Málaga, conducente a la obtención del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, homologado por el Consejo de Universidades por acuerdo de 28 de septiembre de 1992.

Homologado por el Consejo de Universidades, por acuerdo de su Comisión Académica de fecha 28 de septiembre de 1992, el plan de estudios de la Universidad de Málaga, conducente a la obtención del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, se ordena su publicación conforme figura en el anexo a esta Resolución.

Málaga, 18 de noviembre de 1993.—El Rector, José María Martín Delgado.

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

MÁLAGA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia troncal (3)	Créditos anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1º	1	Análisis del entorno social y de su evolución histórica	Mundo Contemporáneo	8T	7	1	Profundización en las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones política, económica y social. Evolución histórica, con especial énfasis en el siglo XX.	•Ciencia Política y de la Administración. •Historia Contemporánea. •Historia del Derecho y de las Instituciones. •Historia del Pensamiento y de los movimientos sociales y políticos. •Historia e Instituciones Económicas. •Sociología.
1º	1	Comunicación e información Audiovisual	Tecnología de la comunicación e información audiovisuales	6T + 2A	4	4	Estudio y capacitación en la tecnología de la expresión de formas y medios audiovisuales.	•Comunicación Audiovisual y Publicidad. •Periodismo.
1º	1	Comunicación e Información escrita	Tecnología de la comunicación e información escritas	6T + 2A	4	4	Estudio y capacitación en la tecnología y la expresión escrita en formas y medios impresores y electrónicos	•Comunicación Audiovisual y Publicidad. •Periodismo.
1º	1	Lengua	Lengua Española aplicada a los medios de comunicación I	8T + 1A	5	4	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española aplicada a los medios de comunicación.	• Filología Española
1º	1	Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información	Teoría de la Comunicación	5T + 3A	7	1	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los correspondientes métodos de investigación.	•Comunicación Audiovisual y Publicidad. •Periodismo. •Psicología Social. •Sociología.
1º	1	Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información.	Teoría de la Información Periodística	5T + 3A	7	1	Estudio de la teoría de la información periodística dentro de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.	•Comunicación Audiovisual y Publicidad. •Periodismo. •Psicología Social. •Sociología.
1º	2	Comunicación e Información Audiovisual	Análisis y expresión en Comunicación e Información Audiovisuales.	6T + 2A	4	4	Estudio y capacitación en el análisis y la expresión en formas y medios audiovisuales.	•Comunicación Audiovisual y Publicidad. •Periodismo.
1º	2	Comunicación e Información escrita	Redacción Periodística I	6T + 2A	4	4	Estudio y capacitación en el análisis y la expresión escrita en formas y medios impresores y electrónicos.	•Comunicación Audiovisual y Publicidad. •Periodismo.
1º	2	Documentación informativa	Documentación Informativa	6T	3	3	Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación	•Bibliotecología y Documentación. •Comunicación audiovisual y Publicidad. •Periodismo
1º	2	Publicidad y Relaciones Públicas	Publicidad	8T	4	4	Introducción teórica y práctica a la publicidad y a sus estructuras organizativas.	•Comunicación Audiovisual y Publicidad.
1º	2	Publicidad y Relaciones Públicas	Relaciones Públicas	+ 2A	4	2	Introducción teórica y práctica a las relaciones públicas y sus estructuras organizativas.	•Comunicación Audiovisual y Publicidad.

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso (1)	Denominación (2)	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia troncal (3)	Créditos anuales (4)			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (5)
				Totales	Teóricos	Prácticos/clínicos		
2º	3	Creatividad Publicitaria	Creatividad Publicitaria	10T	5	5	Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación	•Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2º	3	Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas	Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas	10T	5	5	Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas	•Comunicación Audiovisual y Publicidad. •Periodismo. •Psicología Social •Sociología
2º	3	Planificación y Medios Publicitarios	Planificación y Medios Publicitarios I	5T + 1A	3	3	Análisis de audiencias, motivaciones y marketing	•Comercialización e Investigación de Mercados •Comunicación Audiovisual y Publicidad. •Sociología
2º	4	Planificación y Medios Publicitarios	Planificación y Medios Publicitarios II	5T + 1A	3	3	Análisis y selección de soportes y medios para la planificación y difusión publicitaria	•Comercialización e Investigación de Mercados •Comunicación Audiovisual y Publicidad.
2º	4	Sistemas y Procesos de la Publicidad y las Relaciones Públicas	Creación y comunicación publicitaria	4T + 3A	4	3	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores desde la perspectiva de la creación y el lenguaje publicitarios	•Comunicación Audiovisual y Publicidad •Periodismo •Psicología Social •Sociología
		Sistemas y Procesos de la Publicidad y las Relaciones Públicas	Sistemas Publicitarios	4T + 3A	4	3	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores desde la perspectiva económica, empresarial e institucional	•Comunicación Audiovisual y Publicidad •Periodismo •Psicología Social •Sociología
2º	4	Sistemas y Procesos de la Publicidad y las Relaciones Públicas	Sistemas y Procesos en las Relaciones Públicas	2T + 2A	2	2	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las relaciones públicas	•Comunicación Audiovisual y Publicidad •Periodismo •Psicología Social •Sociología

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

MALAGA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)							
Ciclo	Curso (2)	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos/clínicos		
1º	1	Psicosociología de la Comunicación	6	5	1	Aspectos perceptivos en la comunicación. Psicosociología de los colectivos y grupos humanos. Estructura de las audiencias y opinión pública.	•Psicología Social.
1º	1	Sociología	6	4	2	Análisis de los principales conceptos y generalizaciones sobre la sociedad humana y sus procesos.	•Sociología
1º	2	Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas	6	5	1	Evolución histórica y desarrollo de la publicidad y de las relaciones públicas	•Comunicación Audiovisual y Publicidad
1º	2	Lengua Española aplicada a los medios de comunicación II	9	6	3	Profundización en el conocimiento y uso de la lengua española aplicados a los medios de comunicación	•Filología Española

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso) (1)

Ciclo	Curso (2)	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
2º	3	Lengua Extranjera I	9	5	4	Estudio teórico-práctico de la lengua extranjera elegida por el alumno entre las ofrecidas por la Universidad.	Filología correspondiente (Inglés)
2º	3º	Derecho de la Publicidad	6	5	1	Regimen jurídico de la Publicidad	Derecho Mercantil
2º	3	Producción y realización de publicidad audiovisual	6	4	2	Producción y realización de spots publicitarios en radio, televisión y otros medios	Comunicación Audiovisual y Publicidad
2º	4	Comunicación institucional y empresarial	6	5	1	Canalización de las informaciones internas y externas de los gabinetes de comunicación e información de instituciones y empresas	Periodismo Comunicación Audiovisual y Publicidad
2º	4	Lengua Extranjera II	9	5	4	Continuación del estudio teórico-práctico de la lengua extranjera elegida por el alumno entre las ofrecidas por la Universidad	Filología correspondiente (Inglés)
2º	4	Fundamentos de Deontología	3	3		Aproximación a la deontología del ejercicio profesional en comunicación e información y su alcance jurídico	Derecho Administrativo Filosofía del Derecho, Moral y Política Periodismo

(1) Libremente incluidas por la Universidad en el plan de estudios como obligatorias para el alumno.

(2) La especificación por cursos es opcional para la Universidad.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

MALAGA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TITULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)

 Créditos totales para optativas (1)
 - por ciclo en 1º ciclo
 - curso en 2º ciclo

DENOMINACION (2)	CREDITOS			BREVE DESCRIPCION DEL CONTENIDO	VINCULACION A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
De Primer Ciclo España Moderna y Contemporánea (1º ciclo)	6			Aproximación a la historia moderna y contemporánea de España	Historia Contemporánea Historia Moderna
Estructura Económica (1º ciclo)	6			Aproximación a la estructura económica mundial y de España y a sus principales instituciones	Economía Aplicada
Estructura social de España (1º ciclo)	6			Aproximación a las clases sociales, distribución de la riqueza, el poder y movilidad social, aplicada a la España contemporánea	Sociología
Historia de Andalucía (1º ciclo)	6			Aproximación a la historia de Andalucía, en sus dimensiones política, económica y social	Historia Moderna Historia Contemporánea
Literatura Española (1º ciclo)	6			Aproximación a la literatura española del siglo XX y sus relaciones con la literatura universal	Filología Española
Mundo arabo-islámico (1º ciclo)	6			Aspectos religiosos, geográficos, históricos y culturales del mundo arabo-islámico.	Estudios Arabes e Islámicos.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) <input type="text" value="66"/>	
				- por ciclo <input type="text" value="24"/> en 1º Ciclo	
				- curso <input type="text" value="42"/> en 2º Ciclo	
DENOMINACION (2)	CREDITOS			BREVE DESCRIPCION DEL CONTENIDO	VINCULACION A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos /Clínicos		
Mundo Iberoamericano (1º ciclo)	6			Aproximación a la evolución histórica de Iberoamérica, en sus diversos aspectos, con especial relación a la historia española.	•Historia Moderna •Historia Contemporánea
Psicología Aplicada (1º Ciclo)	6			Psicología de la personalidad, actitudes sociales y medio ambiente y comportamiento. Estrategias de intervención	•Personalidad, Evaluación y Tratamiento Psicológicos
De Segundo Ciclo					
Cartel Publicitario (2º ciclo)	6			Estudio teórico-práctico en sus diversas perspectivas	•Comunicación Audiovisual y Publicidad
Cine y Video Publicitarios (2º ciclo)	6			Estudio teórico-práctico, con énfasis en la producción	•Comunicación Audiovisual y Publicidad •Periodismo
Estudios Turísticos (2º ciclo)	6			Aproximación al fenómeno del turismo en sus diversas dimensiones	•Comunicación Audiovisual y Publicidad •Comercialización e Investigación de Mercados
Estructura regional e internacional de la comunicación audiovisual (2º ciclo)	6			Aproximación a la estructura regional e internacional de la comunicación audiovisual en sus dimensiones económica, social, técnica e institucional	•Comunicación Audiovisual y Publicidad •Periodismo
Expresión artística (2º ciclo)	6			Fundamentos de composición, forma y color	•Estética y teoría de las artes •Historia del Arte •Dibujo
Expresión Gráfica (2º ciclo)	6			Introducción a los sistemas de representación y al diseño asistido por ordenador	•Dibujo •Comunicación Audiovisual y Publicidad. •Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial
Fotografía artística y publicitaria (2º ciclo)	6			Estudio teórico-práctico	•Comunicación Audiovisual y Publicidad
Mercadotecnia (2º ciclo)	6			El mercado: tipología, dinámica y perspectiva. Técnica de decisión e influencia sobre el mercado. Eficacia promocional.	•Comercialización e investigación de mercados.
Narrativa literaria (2º ciclo)	6			Estructura del relato literario y sus relaciones con el relato audiovisual	•Teoría de la Literatura. •Comunicación Audiovisual y Publicidad. •Filología Española. •Teoría de la Literatura
Nuevas tecnologías de la producción audiovisual (2º ciclo)	6			Profundización en el estudio teórico-práctico de las nuevas tecnologías de producción audiovisual	•Comunicación Audiovisual y Publicidad

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclo o curso.

(2) Se mencionará entre paréntesis, tras la denominación de la optativa, el curso o ciclo que corresponda si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.

UNIVERSIDAD:

MALAGA

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCION DEL TITULO OFICIAL DE

(1) LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

2. ENSEÑANZAS DE PRIMER Y SEGUNDO CICLO (2)

3. CENTRO UNIVERSITARIO RESPONSABLE DE LA ORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIOS

(3) FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACION

4. CARGA LECTIVA GLOBAL 303 CREDITOS (4)

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CREDITOS LIBRE CONFIGURACION (5)	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
I CICLO	1º	49	12	(6)	(7,5)		67 (+7,5)
	2º	36	15	(18)	(7,5)		69 (+7,5)
					(15)		136
II CICLO	3º	26	21	(18)	(8)		65 (+8)
	4º	24	18	(24)	(8)	5	71 (+8)
					(16)		136

* Las cifras entre paréntesis recogen créditos a aplicar por ciclo y no por curso

(1) Se indicará lo que corresponda.

(2) Se indicará lo que corresponda según el art. 4.º del R.D. 1497/87 (de 1.º ciclo; de 1.º y 2.º ciclo; de sólo 2.º ciclo) y las previsiones del R.D. de directrices generales propias del título de que se trate.

(3) Se indicará el Centro Universitario, con expresión de la norma de creación del mismo o de la decisión de la Administración correspondiente por la que se autoriza la impartición de las enseñanzas por dicho Centro. *

(4) Dentro de los límites establecidos por el R.D. de directrices generales propias de los planes de estudios del título de que se trate.

(5) Al menos el 10% de la carga lectiva "global".

5. SE EXIGE TRABAJO O PROYECTO FIN DE CARRERA, O EXAMEN O PRUEBA GENERAL NECESARIA PARA OBTENER EL TITULO (6).

6. SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CREDITOS A:

- PRACTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PUBLICAS O PRIVADAS, ETC.
- TRABAJOS ACADEMICAMENTE DIRIGIDOS E INTEGRADOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS
- ESTUDIOS REALIZADOS EN EL MARCO DE CONVENIOS INTERNACIONALES SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD
- OTRAS ACTIVIDADES

— EXPRESION, EN SU CASO, DE LOS CREDITOS OTORGADOS: HASTA 17 CREDITOS.
 — EXPRESION DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8) 5 créditos imputables por equivalencia al trabajo fin de carrera; y entre 6 y 12 créditos, a juicio del Decano, imputables a los créditos de las

7. AÑOS ACADEMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN, POR CICLOS: (9) — asignaturas optativas.

— 1.º CICLO 2 AÑOS

— 2.º CICLO 2 AÑOS

8. DISTRIBUCION DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADEMICO

AÑO ACADEMICO	TOTAL	TEORICOS	PRACTICOS/ CLINICOS
1º	67 (+7,5)	43	18
2º	69 (+7,5)	30	21
3º	65 (+8)	27	20
4º	71 (+8)	26	16

(1) Los créditos entre paréntesis corresponden a la fracción de los créditos de libre configuración que se distribuyen por ciclo y no por curso. En la distribución de carga lectiva entre teóricos y prácticos no se incluyen los créditos correspondientes a optativas que el plan se conciben como teórico-prácticos.

(2) De acuerdo con lo dispuesto en el Anexo del R.D. 1428/91, la Universidad podrá organizar las enseñanzas de los créditos prácticos, bien por materias, bien como prácticas integradas.

(6) Si o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En caso afirmativo, se consignarán los créditos en el precedente cuadro de distribución de los créditos de la carga lectiva global

(7) Si o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En el primer caso se especificará la actividad a la que se otorgan créditos por equivalencia.

(8) En su caso, se consignará "materias troncales", "obligatorias", "optativas", "trabajo fin de carrera", etc., así como la expresión del número de horas atribuido, por equivalencia, a cada crédito, y el carácter teórico o práctico de éste.

(9) Se expresará lo que corresponda según lo establecido en la directriz general segunda del R. D. de directrices generales propias del título de que se trate

1. La Universidad deberá referirse necesariamente a los siguientes extremos:

- Régimen de acceso al 2.º ciclo. Aplicable sólo al caso de enseñanzas de 2.º ciclo o al 2.º ciclo de enseñanzas de 1.º y 2.º ciclo, teniendo en cuenta lo dispuesto en los artículos 5.º y 8.º 2 del R.D. 1497/87.
 - Determinación, en su caso, de la ordenación temporal en el aprendizaje, fijando secuencias entre materias o asignaturas o entre conjuntos de ellas (artículo 9.º, 1. R.D. 1497/87).
 - Periodo de escolaridad mínimo, en su caso (artículo 9.º, 2, 4.º R.D. 1497/87).
 - En su caso, mecanismos de convalidación y/o adaptación al nuevo plan de estudios para los alumnos que vinieran cursando el plan antiguo (artículo 11 R.D. 1497/87).
2. Cuadro de asignación de la docencia de las materias troncales a áreas de conocimiento. Se cumplimentará en el supuesto a) de la Nota (5) del Anexo 2-A.
3. La Universidad podrá añadir las aclaraciones que estime oportunas para acreditar el ajuste del plan de estudios a las previsiones del R.D de directrices generales propias del título de que se trate (en especial, en lo que se refiere a la incorporación al mismo de las materias y contenidos troncales y de los créditos y áreas de conocimiento correspondientes según lo dispuesto en dicho R. D.), así como especificar cualquier decisión o criterio sobre la organización de su plan de estudios que estime relevante. En todo caso, estas especificaciones no constituyen objeto de homologación por el Consejo de Universidades.

1.- a) Podrán acceder al 2º ciclo de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas además de quienes vengán cursando el 1º ciclo, quienes se ajusten a los requisitos que se determinen en aplicación de lo dispuesto en la Directriz cuarta del Anexo al R.D. 1428/91, de 30 de agosto (B.O.E. de 10 de octubre). La Universidad podrá establecer límites de admisión para este supuesto en función de la capacidad de sus Centros.

b) Secuencias entre materias:

Para cursar	Habrá que haber superado
Lengua Española aplicada a los medios de comunicación II (2º curso)	Lengua Española aplicada a los medios de comunicación I (1º curso)
Análisis y Expresión en comunicación e información audiovisuales (2º curso)	Teoría de la Comunicación (1º curso) Teoría de la Información Periodística (1º curso) Tecnología de la Comunicación e Información Escritas (1º curso)
Teoría y técnica de las Relaciones Públicas (3º curso)	Relaciones Públicas (2º curso)
Planificación y medios publicitarios I (3º curso)	Publicidad (2º curso)
Creación y comunicación publicitaria (4º curso)	Publicidad (2º curso)
Sistemas publicitarios (4º curso)	Publicidad (2º curso)
Planificación y medios publicitarios II (4º curso)	Planificación y medios publicitarios I (3º curso)
Sistemas y procesos en la relaciones públicas (4º curso)	Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas (3º curso)
Lengua Extranjera II (4º curso)	Lengua Extranjera (3º curso)

c) 3 años, salvo excepción autorizada por el Decano a la vista del currículum del estudiante y de las circunstancias que concurran.