

Resultando que el plan de estudios de la titulación de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, que se impartirá en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Información de la Universidad del País Vasco, ha sido aprobado en la sesión de Junta de Gobierno, de fecha 5 de mayo de 1994 y homologado por Acuerdo de la Comisión Académica del Consejo de Universidades, con fecha 14 de julio de 1995;

Considerando que es competencia de la Universidad del País Vasco ordenar la publicación de los planes de estudios homologados y modificados en el «Boletín Oficial del Estado» y en el «Boletín Oficial del País Vasco», conforme a lo establecido en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre («Boletín Oficial del Estado» de 14 de diciembre), y en el artículo 6.2 de la Orden de 10 de diciembre de 1992 («Boletín Oficial del País Vasco» del 23),

Este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios al que se refiere la presente Resolución, que quedará estructurado conforme a lo que figura en los anexos a la misma.

Leioa, 1 de agosto de 1995.—El Rector, Juan José Goiriena de Gandarias y Gandarias.

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

UNIVERSIDAD DEL PAIS VASCO/EUSKAL HERRIKO UNIBERTSITATEA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TITULO 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	1ºy2º	ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIAL Y DE SU EVOLUCIÓN HISTÓRICA		8T+2,5A	7	3,5	Profundización en las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones política, económica y social. Evolución histórica.	*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
			Sociología (1º)	4T+0,5A	4	0,5	Profundización en las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones política, económica y social. Evolución histórica. Dimensiones básicas de la vida social, cultura, hábitos, dinámica de las necesidades, estado y articulación social.	
			Historia Contemporánea de España y Euskadi (2º)	4T+2A	3	3	Continuación de la profundización en las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones política, económica y social. Evolución histórica. Modernización económica social y jurídica, a partir de la crisis del antiguo régimen.	
1º	1ºy2º	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN AUDIOVISUAL		12T	6	6	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.	*Comunicación Audiovisual y Publicidad *Periodismo
			Tecnología de los Medios Audiovisuales (1º)	6T	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.	
			Introducción a la Producción en Radio y Televisión (2º)	6T	3	3	Continuación en el estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.	

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	1º	COMUNICACION E INFORMACION ESCRITA		12T	6	6	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" "Periodismo"
			Introducción al Periodismo	6T	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.	
			Tecnología de los Medios Impresos	6T	3	3	Continuación en el estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.	
1º	2º	DOCUMENTACION INFORMATIVA	Documentación Informativa	6T	3	3	Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación.	"Biblioteconomía y Documentación" "Comunicación Audiovisual y Publicidad" "Periodismo"
1º	1º	LENGUA		8T+1A	5	4	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española ó vasca.	"Filología Española" "Filología Vasca"
			Lengua I : lengua española o lengua vasca	5T+1A	3	3	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española o vasca.	
			Lengua II : lengua española o lengua vasca	3T	2	1	Continuación de la introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española o vasca.	
1º	1ºy2º	PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS		12T	6	6	Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
			Introducción a la Publicidad y a las Relaciones Públicas (1º)	6T	3	3	Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.	
			Persuasión Publicitaria (2º)	6T	3	3	Continuación en la introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.	
1º	1ºy2º	TEORIA DE LA COMUNICACION Y TEORIA DE LA INFORMACION		10T+2A	8	4	Estudio 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"

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	4º	CREATIVIDAD PUBLICITARIA	Fundamentos de la Comunicación y de la Información (1º)	5T+1A	4	2	Estudio 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*
			Investigación en la Comunicación de Masas (2º)	5T+1A	4	2	Continuación en el estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.	
			Creatividad Publicitaria I	6T	3	3	Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.	
			Creatividad Publicitaria II	4T+0,5A	2,5	2	Continuación del estudio de las estrategias y procesos encaminados a la realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.	
2º	3º	PLANIFICACION Y MEDIOS PUBLICITARIOS		10T+0,5A	5,5	5	Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.	*Comercialización e Investigación de Mercados*
			Planificación y Medios Publicitarios I	6T	3	3	Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing.	*Comunicación Audiovisual y Publicidad*
			Planificación y Medios Publicitarios II	4T+0,5A	2,5	2	Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.	*Sociología*
2º	3º	SISTEMAS Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD Y DE LAS RELACIONES PUBLICAS		10T+0,5A	5,5	5	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias y de relaciones públicas: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores.	*Comunicación Audiovisual y Publicidad*
			Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas I	6T	3	3	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias y de las relaciones públicas: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores.	*Periodismo*
			Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas II	4T+0,5A	2,5	2	Continuación de la descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias y de las relaciones públicas: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores.	*Psicología Social*

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	4º	TEORIA Y TECNICAS DE LAS RELACIONES PUBLICAS		10T+0,5A	5,5	5	Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas. Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas. Parte I. Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas. Parte II.	*Comunicación Audiovisual y Publicidad" *Periodismo" *Psicología Social" *Sociología"
			Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas I	6T	3	3		
			Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas II	4T+0,5A	2,5	2		

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

UNIVERSIDAD DEL PAIS VASCO / EUSKAL HERRIKO UNIBERTSITATEA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TITULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

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	1º	ECONOMIA GENERAL	6	3	3	Análisis de las principales variables de la economía como ciencia social.	"Economía Aplicada"
1º	1º	GENEROS INFORMATIVOS	6	3	3	Macroestructura e infraestructura de la información y principales caminos a la narrativa informativa.	"Periodismo" "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
1º	1º	HISTORIA GENERAL DE LA COMUNICACION SOCIAL	6	3	3	Dimensión histórica de la comunicación social y análisis específico en su interior de la comunicación de masas.	"Historia Contemporánea"
1º	1º	LENGUAJE AUDIOVISUAL	6	3	3	Introducción a los códigos narrativos visuales, sonoros y audiovisuales.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" "Periodismo"
1º	1º	NORMAS Y USO DE LA LENGUA: LENGUA ESPAÑOLA O LENGUA VASCA	3	1	2	Situación de la lengua española o lengua vasca. Análisis de dudas y dificultades en textos orales y escritos.	"Filología Española" "Filología Vasca"
1º	2º	DERECHO CONSTITUCIONAL Y DERECHO AUTONÓMICO	6	3	3	Principios de la Constitución y del Estatuto de Autonomía del País Vasco. Órganos constitucionales y autonómicos. Competencias. Control.	"Derecho Constitucional"
1º	2º	FUNDAMENTOS DEL MARKETING	6	3	3	Panorámica general del marketing y sus aplicaciones a los medios de comunicación.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"

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	2º	HISTORIA DEL PENSAMIENTO POLITICO	6	3	3	Análisis de las principales teorías políticas contemporáneas y de su gestación histórica.	"Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos"
1º	2º	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACION EN LAS CIENCIAS SOCIALES	6	3	3	Objetivos, fuentes y análisis de datos en la investigación científica.	"Sociología"
1º	2º	MODELOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION	6	3	3	Análisis multiperspectivo de la estructura y modelos de los medios de información.	"Periodismo" "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
1º	2º	RELACIONES INTERNACIONALES	6	3	3	Nociones teóricas y conocimiento de la historia reciente de las relaciones internacionales.	"Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales"
1º	2º	TEORIA Y TECNICA DE LA INFORMACION EN RADIO Y TELEVISION	6	3	3	Estructura y contexto de la noticia y el sistema informativo en radio y televisión.	"Periodismo" "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
2º	3º	DERECHO DE LA PUBLICIDAD	4,5	2,5	2	Estudio de la normativa legal nacional e internacional relativa a la actividad publicitaria.	"Derecho Mercantil"
2º	3º	ESTADISTICA	4,5	2,5	2	Estudio de las medidas descriptivas de masas de datos estadísticos, así como de las técnicas de tratamiento de dichos datos, univariantes y multivariantes.	"Sociología"
2º	3º	EVALUACION DE LA EFICACIA PUBLICITARIA	4,5	2,5	2	Estudio de las variables y de las técnicas utilizables en el ámbito del estudio de la efectividad de los mensajes y de las estrategias de difusión publicitarias.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
2º	3º	HISTORIA DE LA PUBLICIDAD Y EL CONSUMO	4,5	2,5	2	Comprensión de los hitos más relevantes que han configurado el desarrollo de la publicidad y de la cultura de consumo.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
2º	3º	INVESTIGACION DE MERCADOS	4,5	2,5	2	Comprensión y aplicación de técnicas cualitativas y cuantitativas a la comprensión de las dinámicas de mercado, tanto de marcas comerciales, como de servicios comerciales y sociales.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
2º	4º	MARKETING COMUNICACIONAL	4,5	2,5	2	Estudio de las dimensiones exclusivamente comunicacionales del marketing, y de las fuentes de constitución de valor simbólico para las corporaciones y las marcas.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
2º	4º	MARKETING ESTRATEGICO Y OPERACIONAL	4,5	2,5	2	Estudio del marketing en su dimensión estratégica y en su dimensión de acción aplicada relativa a sus variables fundamentales de precio, distribución, promoción, producto y control de mercados.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" "Comercialización e Investigación de Mercados"

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	4º	PSICOSOCIOLOGIA DEL CONSUMO I	4,5	2,5	2	Estudio desde la psicología del sistema cognitivo humano en sus actividades interpretativas y conductuales relativas al ámbito del consumo.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" "Psicología Social"
2º	4º	PSICOSOCIOLOGIA DEL CONSUMO II	4,5	2,5	2	Estudio de las influencias sociales que rodean al consumidor y que afectan a sus decisiones de consumo.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" "Psicología Social"

- (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

UNIVERSIDAD DEL PAIS VASCO/EUSKAL HERRIKO UNIBERTSITATEA

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
 - curso

DENOMINACION (2)	CREDITOS			BREVE DESCRIPCION DEL CONTENIDO	VINCULACION A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
<u>PRIMER CICLO-Primer Curso</u>					
ESTRUCTURA ECONOMICA	6	3	3	Conceptos básicos de estructura económica y análisis de la organización económica internacional y española.	"Economía Aplicada"
HISTORIA UNIVERSAL CONTEMPORANEA	6	3	3	Consecuencias derivadas del proceso de modernización iniciado en el siglo XIX.	"Historia Contemporánea"
LITERATURA ESPAÑOLA Y UNIVERSAL I	6	3	3	Análisis de la producción literaria.	"Filología Española"
LITERATURA ESPAÑOLA Y UNIVERSAL II	6	3	3	Continuación del análisis de la producción literaria.	"Filología Española"
LITERATURA VASCA Y UNIVERSAL I	6	3	3	Análisis de la producción literaria.	"Filología Vasca"

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	
				<input type="text" value="60"/>	
				- por ciclo <input type="text" value="1º=24"/> <input type="text" value="2º=36"/>	
				- curso <input type="text" value="1º-12"/> <input type="text" value="2º-12"/> <input type="text" value="3º-18"/> <input type="text" value="4º-18"/>	
DENOMINACION (2)	CREDITOS			BREVE DESCRIPCION DEL CONTENIDO	VINCULACION A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
LITERATURA VASCA Y UNIVERSAL II	6	3	3	Continuación del análisis de la producción literaria.	"Filología Vasca"
METODOS DE ANALISIS DEL DISCURSO AUDIOVISUAL	6	3	3	Historia, teorías y fundamentos epistemológicos de las metodologías de análisis del discurso. Aplicación al discurso audiovisual.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" "Periodismo"
PSICOLOGIA SOCIAL	6	3	3	Procesos de influencia subyacentes en las relaciones sociales.	"Psicología Social" "Metodología de las Ciencias del Comportamiento"
RETORICA AUDIOVISUAL	6	3	3	Historia y propósitos de las retóricas clásicas y contemporáneas. Su utilidad en la creación y el estudio de discurso audiovisuales.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" "Periodismo" "Filología Española" "Filología Vasca"
TEORIA Y TECNICA FOTOGRAFICA	6	3	3	Análisis de la imagen fotográfica y conocimiento del medio tecnológico.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" "Periodismo"
<u>PRIMER CICLO-Segundo Curso</u>					
COMPORTAMIENTO POLITICO	6	3	3	Introducción al comportamiento político. Los supuestos, dimensiones y marcos del comportamiento político. El comportamiento electoral. Bases, campos de estudio, modelos descriptivos y explicativos. Los discursos y la comunicación política. El comportamiento político y la violencia política. El comportamiento étnico y el nacionalismo.	"Ciencia Política y de la Administración"
DERECHO CONSTITUCIONAL EUROPEO	6	3	3	Movimiento constitucional y constitución Europea. Principios jurídico-constitucionales. Derechos fundamentales. Garantías. Organos constitucionales europeos. Competencias.	"Derecho Constitucional"
ECONOMIA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	6	3	3	Introducción al análisis económico de la comunicación y la cultura.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" "Periodismo"
INFORMACION Y EXPRESION FOTOGRAFICA	6	3	3	Desarrollo en el método técnico y contenido de la expresión visual. Su proyección a los medios de comunicación e información.	"Periodismo" "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
INTRODUCCION A LA EMPRESA INFORMATIVA	6	3	3	Panorámica general del funcionamiento y aspectos básicos sobre dirección y gestión de las empresas informativas.	"Periodismo" "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
OPINION PUBLICA I	6	3	3	Modelos sociológicos en el análisis de la opinión pública.	"Sociología"
PRINCIPIOS DEL DISEÑO PERIODISTICO	6	3	3	Técnicas, estética y aplicación del diseño periodístico a la información y publicidad en prensa.	"Periodismo"
REPORTERISMO	6	3	3	Teoría y práctica del reportaje.	"Periodismo" "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
TECNICAS DE INVESTIGACION SOCIAL	6	3	3	Muestreo, técnicas cuantitativas y cualitativas, análisis de datos directos en la investigación social.	"Sociología"

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	
				- por ciclo	1º -24 2º -36
				- curso	1º-12 2º-12 3º-18 4º-18
DENOMINACION (2)	CREDITOS			BREVE DESCRIPCION DEL CONTENIDO	VINCULACION A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
SEGUNDO CICLO-Tercer Curso					
COMUNICACION DE MASAS Y CREACION DE MITOS	4,5	2,5	2	Interpretación de los signos, ritos, símbolos, relatos, mitos y lenguajes, así como de sus formas de representación en los medios de comunicación.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
DEONTOLOGIA DE LA PUBLICIDAD	4,5	2,5	2	Planteamiento de las bases humanísticas y éticas que deben presidir, más allá de los marcos legales, la expresión publicitaria.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" "Filosofía"
EUSKERA TECNICO I	4,5	1,5	3	Descripción de los aspectos morfológicos y sintácticos característicos de la lengua vasca y su incidencia en la composición y en la derivación. Problemas fundamentales derivados de la adecuación y adaptación del léxico. Cuestiones de redacción, traducción y estilo.	"Filología Vasca"
FOTOGRAFIA PUBLICITARIA	4,5	2	2,5	Estudio de la expresión fotográfica para la promoción publicitaria. Teoría y realización.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
GESTION Y ECONOMIA DE LA PUBLICIDAD	4,5	2,5	2	Estudio de los recursos organizativo-económicos, para la acción de los entes implicados en la publicidad.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
GUIÓN CINEMATOGRAFICO I: PRINCIPIOS BASICOS	4,5	2,5	2	Conceptos y elementos en los que se sustenta el guión cinematográfico. Aplicación práctica: sinopsis, tratamientos, diálogos, adaptación de relatos.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
HISTORIA CONTEMPORANEA DE LA EMPRESA	4,5	2,5	2	Evolución de la empresa y las relaciones sociales que surgen en su ámbito dentro de las distintas vías del desarrollo del capital en los siglos XIX y XX.	"Historia Contemporánea" "Historia e Instituciones Económicas"
HISTORIA DEL CINE I	4,5	2,5	2	Evolución del cine, tanto en el marco del desarrollo social, económico y estético, como en el de las formas de representación visual.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
LA RADIO, MEDIO DE EXPRESION, NARRATIVA RADIOFONICA	6	3	3	Información y experimentación sobre la singularidad de lo radiofónico como forma expresiva y vehículo informativo con caracteres propios.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
PLANIFICACION Y GESTION CULTURAL	4,5	2,5	2	Estudio y aplicación práctica de proyectos de gestión en centros y organismos culturales.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
SOCIOLOGIA DE LA CULTURA	4,5	2,5	2	Análisis del lugar que ocupa la cultura en las sociedades avanzadas, su relación con el tiempo de no-trabajo y las actividades de ocio y su formulación en términos de consumo.	"Sociología"
TEORIA Y ANALISIS FILMICO	4,5	2,5	2	Familiarización con el corpus teórico básico producido en torno al cine desde su nacimiento. Elementos fundamentales en el proceso de análisis del texto cinematográfico.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"
VIDEOCREACION	4,5	2,5	2	Análisis interpretación y aplicación de las formas de representación de creación videográfica.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"

Créditos totales para optativas (1)

60

- por ciclo

1º -24

2º -36

1º-12

2º-12

3º-18

4º-18

- curso

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)						
				- por ciclo	<table border="1"> <tr> <td>1º =24</td> <td rowspan="4"> { 1º-12 2º-12 3º-18 4º-18 } </td> </tr> <tr> <td>2º =36</td> </tr> <tr> <td></td> </tr> <tr> <td></td> </tr> </table>	1º =24	{ 1º-12 2º-12 3º-18 4º-18 }	2º =36		
1º =24	{ 1º-12 2º-12 3º-18 4º-18 }									
2º =36										
				- curso	<table border="1"> <tr> <td></td> </tr> </table>					
DENOMINACION (2)	CREDITOS			BREVE DESCRIPCION DEL CONTENIDO	VINCULACION A AREAS DE CONOCIMIENTO (3)					
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos							
<u>SEGUNDO CICLO-Cuarto Curso</u>										
ANALISIS DEL DISCURSO PUBLICITARIO I	4,5	2,5	2	Estudio de la estructura profunda de los mensajes publicitarios en una perspectiva de semiosis (primera parte).	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"					
ANALISIS DEL DISCURSO PUBLICITARIO II	4,5	2,5	2	Estudio de la estructura profunda de los mensajes publicitarios en una perspectiva de semiosis (segunda parte).	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"					
CIENCIA Y TECNICA DE LA INFLUENCIA CONDUCTURAL	4,5	2,5	2	Comprensión de las técnicas de condicionamiento social ejecutadas por diferentes entes para la obtención de la conformidad social sin mediaciones cognitivas.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"					
DISEÑO GRAFICO EN PUBLICIDAD I	4,5	2,5	2	Estudio de la historia de las formas de expresión gráfica en publicidad.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"					
DISEÑO GRAFICO EN PUBLICIDAD II	4,5	2,5	2	Estudio de la lógica compositiva de los elementos de la expresión gráfica en publicidad.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"					
EMPRESA INFORMATIVA	6	3	3	Organización y estructura de las empresas cuyo objetivo es la difusión de información en cualquiera de sus modalidades, no sólo relativas a la información de masas convencional.	"Periodismo"					
ESTRATEGIAS DE PROGRAMACION EN RADIO Y TELEVISION	4,5	2,5	2	Expresión de las políticas empresarial-comunicativas a través de la parrilla de programación. Análisis de las relaciones entre audiencias, publicidad y programación. Los géneros en la programación.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"					
EUSKERA TECNICO II	4,5	1,5	3	Aprendizaje de los recursos de los que dispone el idioma para la adquisición, conformación y uso correcto de términos, expresiones y demás elementos, lexicales necesarios para la correcta trasmisión de conceptos y conocimientos técnicos; en especial de aquellos para los cuales el euskara tradicional ha carecido hasta el presente de expresiones esables y consagradas.	"Filología Vasca"					
GESTION DE LA PRODUCCION AUDIOVISUAL EN PUBLICIDAD	4,5	2,5	2	Estudio de los factores de administración de los medios necesarios para la puesta en marcha de las producciones audiovisuales.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"					
GUION CINEMATOGRAFICO II: DEL GUION A LA PUESTA EN ESCENA	4,5	2,5	2	Resolución de escenas en diversos tipos de textos fílmicos. Análisis de films tomando como base su guión.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"					
HISTORIA DEL CINE II	4,5	2,5	2	Continuación de la evolución del cine, tanto en el marco del desarrollo social, económico y estético, como en el de las formas de representación visual.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"					
REALIZACION AUDIOVISUAL EN PUBLICIDAD	4,5	2,5	2	Estudio de los procesos y técnicas de la realización y producción audiovisual en publicidad.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad"					
SISTEMA COMUNICATIVO ESPAÑOL Y VASCO	6	3	3	Análisis de la estructura organizativa, las políticas institucionales, las estrategias y los hábitos de consumo de los medios de comunicación en España y en Euskadi.	"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: DEL PAIS VASCO / EUSKAL HERRIKO UNIBERTSITATEA

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCTENTE 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 SOCIALES Y DE LA INFORMACION; R.D. 2344/1981, de 2 de Octubre (B.O.E. 20.10.81) y Decreto 170/1988, de 28 de junio (B.O.P.V. 7.07.88).

4. CARGA LECTIVA GLOBAL 317 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	41T+2,5A	27	12	--		82,5
	2º	27T+3A	42	12	--		84
II CICLO	3º	20T+1A	22,5	18	--		61,5
	4º	20T+1A	18	18	--		57
	Curso Indiferente	--	--	--	32		32

(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 SI NO (6).

6. SI SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CREDITOS A:

- (7) 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: CREDITOS.
 — EXPRESION DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8)

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

— 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	82,5	44	38,5
2º	84	43	41
3º	61,5	33	28,5
4º	57	30,5	26,5
Disciplinas Libre Configuración	32		
TOTAL	317		

(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.

II. ORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

- a) 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.
- b) 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).
- c) Periodo de escolaridad mínimo, en su caso (artículo 9.º, 2, 4.º R.D. 1497/87).
- d) 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) REGIMEN DE ACCESO A 2º CICLO

Para el acceso a l segundo ciclo de esas enseñanzas se aplicará lo dispuesto en la Orden de 5 de Junio de 1992 (B.O.E. 12.06.92) por la que se establecen las titulaciones y estudios previos de primer ciclo, así como los complementos de formación necesarios.

1.b) ORDENACION TEMPORAL DEL APRENDIZAJE SIGUIENDO LA ORDENACION POR CURSOS ESTABLECIDA EN EL PLAN DE ESTUDIOS

Para matricularse de los cursos (asignaturas) obligatorios y optativos del 2º ciclo será necesario tener aprobados un mínimo de 120 créditos de primer ciclo y, entre ellos, todos los cursos (asignaturas) de carácter troncal (73,5 créditos) más los 12 créditos correspondientes a las siguientes asignaturas obligatorias: "Fundamentos del Marketing" y "Métodos y Técnicas de Investigación en las Ciencias Sociales".

Otros prerrequisitos:

<u>CURSOS OBLIGATORIOS</u>	<u>PRERREQUISITOS</u>
"Creatividad Publicitaria II".....	"Creatividad Publicitaria I"
"Investigación de Mercados".....	"Estadística"
"Planificación y Medios Publicitarios II".....	"Planificación y Medios Publicitarios I"
"Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas I".....	"Introducción a la Publicidad y a las Relaciones Públicas"
"Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas II".....	"Introducción a la Publicidad y a las Relaciones Públicas" "Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas I"

CURSOS OBLIGATORIOS

PRERREQUISITOS

"Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas I".....	"Introducción a la Publicidad y a las Relaciones Públicas"
"Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas II".....	"Introducción a la Publicidad y a las Relaciones Públicas" "Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas I"

CURSOS OPTATIVOS

PRERREQUISITOS

"Análisis del Discurso Publicitario I".....	"Análisis del Discurso Publicitario I"
"Diseño Gráfico en Publicidad II".....	"Diseño Gráfico en Publicidad I"
"Guión Cinematográfico II: del Guión a la Puesta en Escena".....	"Guión Cinematográfico I: Principios Básicos"
"Historia del Cine II".....	"Historia del Cine I"
"Realización Audiovisual en Publicidad".....	"Gestión de la Producción Audiovisual en Publicidad"

1.c) PERIODO DE ESCOLARIDAD MINIMO

Se establece un período de escolaridad mínimo de cuatro años académicos.

1.d) MECANISMOS DE CONVALIDACION Y/O ADAPTACION

Se establecen los siguientes mecanismos de convalidación y/o adaptación al nuevo plan de estudios para los alumnos que vienen cursando el plan antiguo:

<u>PLAN ANTIGUO</u>	<u>PLAN NUEVO</u>
Licenciado en Ciencias de la Información sección: Publicidad	<u>Primer Ciclo</u> <u>Primer Curso</u>
"Economía Política" (1º).....	"Economía General"
"Teoría General de la Información" (2º).....	"Fundamentos de la Comunicación y de la Información"
"Redacción I" (2º).....	"Géneros Informativos"
"Historia General de la Comunicación" (3º).....	"Historia General de la Comunicación Social"
"Estructura de la Información Periodística" (1º).....	"Introducción al Periodismo"
"Teoría y Estructura de la Lengua Castellana" (1º).....	"Lengua I: Lengua Española" y "Lengua II: Lengua Española"
"Teoría de la Imagen" (3º).....	"Lenguaje Audiovisual"
"Sociología General" (1º).....	"Sociología"
"Tecnología de los Medios Audiovisuales" (3º).....	"Tecnología de los Medios Audiovisuales"
"Tecnología de los Medios Impresos I" (3º).....	"Tecnología de los Medios Impresos"
"Estructura Económica Mundial de España y de Euskadi" (2º)	"Estructura Económica"
"Historia Universal Contemporánea" (1º).....	"Historia Universal Contemporánea"

.....
.....	"Psicología e Investigación Motivacional" (4º)	Quinto Curso "Psicología del Consumo I" Y "Psicología del Consumo II" "Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas I" Y "Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas II" "Análisis del Discurso Publicitario I" Y "Análisis del Discurso Publicitario II" "Diseño Gráfico en Publicidad I" Y "Diseño Gráfico en Publicidad II" "Estrategias de Programación en Radio y Televisión" Y "Gestión de la Producción Audiovisual en Publicidad" "Estructura Técnica II" "Guión Cinematográfico II: Del Guion a la Puesta en Escena" "Historia del Cine II" "Realización Audiovisual en Publicidad"
.....	"Teoría y Técnicas de las Relaciones Publicitarias" (5º)	
.....	"Semiótica de la Comunicación de Masas" (4º)	
.....	"Tecnología de los Medios Impresos en Publicidad" (5º)	
.....	"Teoría y Técnica de la Información Audiovisual" (4º)	
.....	"Estructura Técnica I" (5º)	
.....	"Teoría e Historia del Cine" (5º)	
.....	"Teoría y Técnica de la Información Audiovisual" (4º)	
.....	3 OTRAS ACLARACIONES, JUSTIFICACIONES AL PLAN DE ESTUDIOS	

.....
.....	"Derecho Político Español e Instituciones Autonómicas Vascoas" (3º)	Segundo Curso "Derecho Constitucional y Derecho Autonómico" "Historia Contemporánea de España y Euzkadi" "Historia del Pensamiento Político" "Investigación en la Comunicación de Masas" "Métodos y Técnicas de Investigación en las Ciencias Sociales" "Modelos de los Medios de Comunicación" "Reportalismo" Segundo año Lactas Curso "Derecho de la Publicidad" Y "Deontología de la Publicidad" "Estadística" Y "Investigación de Mercados" "Historia de la Publicidad y el Consumo" Y "Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas I" "Planificación y Medios Publicitarios I" Y "Planificación y Medios Publicitarios II" "Comunicación de Masas y Creación de Mitos" Y "Planificación y Gestión Cultural" Sociología de la Cultura" "Estructura Técnica I" "Historia del Cine I" "Teoría y Análisis Fílmico" "La Radio, Medio de Expresión, Narrativa Radiodifusiva" Quinto Curso "Creatividad Publicitaria I" Y "Creatividad Publicitaria II" "Marketing Comunicacional" "Marketing Estratégico y Operacional"
.....	"Historia de España Contemporánea" (2º)	
.....	"Historia del Pensamiento Político" (1º)	
.....	"Teoría General de la Información" (2º)	
.....	"Metodología de las Ciencias Sociales" (2º)	
.....	"Introducción a la Comunicación de Masas" (1º)	
.....	"Redacción II" (5º)	
.....	"Derecho de la Publicidad" (5º)	
.....	"Estadística e Investigación Comercial" (4º)	
.....	"Teoría e Historia de la Publicidad" (4º)	
.....	"Medios de Comunicación Publicitarias" (5º)	
.....	"Opinión Pública" (5º)	
.....	"Estructura Técnica I" (4º)	
.....	"Teoría e Historia del Cine" (5º)	
.....	"Radio Informativa" (5º)	
.....	"Creatividad" (4º)	
.....	"Mercadotecnia II" (5º)	
.....	"Mercadotecnia I" (4º)	