



BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO

AÑO CCCXLII

JUEVES 4 DE JULIO DE 2002

NÚMERO 159

FASCÍCULO SEGUNDO

UNIVERSIDADES

13245 *RESOLUCIÓN de 17 de junio de 2002, de la Universidad de Sevilla, por la que se ordena la publicación de los planes de estudios conducentes a la obtención de los títulos de Licenciado en Comunicación Audiovisual, Licenciado en Periodismo y Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.*

La Junta de Gobierno de esta Universidad, en sesión celebrada el día 14 de marzo de 2002, aprobó los planes de estudios conducentes a la obtención de los títulos de Licenciado en Comunicación Audiovisual, Licenciado en Periodismo y Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 117 de los Estatutos de la Universidad de Sevilla y según lo previsto en el Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, por el que se establecen directrices generales comunes de los planes de estudios.

Una vez homologados por el Consejo de Universidades mediante acuerdos de la Comisión Académica adoptados el 10 de junio de 2002,

Este Rectorado, de conformidad con lo previsto en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, ha resuelto ordenar la publicación de los planes de estudios conducentes a la obtención de los citados títulos, que quedan estructurados según figura en los siguientes anexos.

Sevilla, 17 de junio de 2002.—El Rector, Miguel Florencio Lora.



MINISTERIO
DE LA PRESIDENCIA

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

SEVILLA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

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			
1	1	Análisis del entorno social y de su evolución histórica	Estructura y procesos sociales	8T+5.5A	10	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	
				4T+3.5A	5			3.5
1	3	Comunicación e información audiovisual	Historia de la cultura contemporánea	4T+2A	5	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.	
				12T+4.5A	9			7.5
				9T+3A	6			6
2	2		Historia de la comunicación social II	3T+1.5A	3			

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		
1		Comunicación e información escrita		12T+ 4.5A	8	8.5	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios impresos y electrónicos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
	1		Tecnología de la información escrita	4.5T+ 1.5A	2	4		
	2		Historia de la comunicación social I	3T+1.5A	3	1.5		
	2		Introducción a la redacción	4.5T+ 1.5A	3	3		
1		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.
	2		Documentación informativa	6T	3	3		
1		Lengua		8T+1A	5	4	Introducción teórico-práctico al conocimiento y uso de la lengua española.	Lengua Española
	1		Lengua española: norma y uso	8T+1A	5	4		
1		Publicidad y relaciones públicas		12T+3A	9	6	Introducción teórica y práctica a la publicidad y a las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
	2		Teoría de la publicidad y de las relaciones públicas	6T+3A	7	2		
	2		Formas de la comunicación publicitaria	6T	2	4		

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			
1	1	Teoría de la comunicación y teoría de la información	Teoría de la comunicación	10T+8A	14	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.
				5T+4A	6	3		
				5T+4A	8	1		
2	2	Derecho de la información	Teoría de la información	7T	5	2	Información y derechos fundamentales. Plasmación en la constitución española. Régimen jurídico de la información y la comunicación. Estudio teórico y supuestos prácticos en mensajes, medios y sujetos.	Derecho Administrativo y Derecho Constitucional.
				7T	5	2		
2	5	Estructura del sistema audiovisual	Derecho de la Información	8T+7A	8	7	Descripción e investigación de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Organización de empresas. Periodismo.
				5T+4A	4	5		
				3T+3A	4	2		
2	4	Narrativa audiovisual	Narrativa Audiovisual	12T	4	8	Sistemas y procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
				12T	4	8		

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	Prácticos /clínicos		
2	4	Producción y realización audiovisual	Producción	13T+26A	26	Técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases.	Comunicación Audiovisual y Publicidad.
				6.5T+5.5A	8		
				1.5T+6A	4.5		
				1.5T+6A	4.5		
				3.5T+8.5A	9		
2	5	Teoría de la comunicación audiovisual	Realización III	7T+3.5A	6	Conceptuación y análisis de las representaciones icónicas y acústicas y de su evolución histórica.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
				2T+2.5A	2		
				5T+1A	4		
2	4	Teoría e historia de la fotografía	Realización II	2T+2.5A	2		
				5T+1A	4		
2	5	Filmología	Realización I	2T+2.5A	2		
				5T+1A	4		

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

SEVILLA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

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	Prácticos /clínicos			
1	1	Estética de la comunicación	6	4	2	Estudio de la dimensión estética de la comunicación, identificando los aspectos estéticos que entran a formar parte de los actos comunicativos en general y con especial atención a la comunicación en los medios de masas, tanto en la faceta de ficción o entretenimiento como en la de información o persuasión dentro de su contexto cultural.	Estética y teoría de las Artes

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		
1	1	Psicología social de la comunicación	6	4	2	Psicología social
1	2	Literatura hispánica actual	6	3	3	Literatura Española
1	3	Historia del Cine Español	9	6	3	Comunicación Audiovisual y Publicidad
1	3	Historia del Cine Universal	12	8	4	Comunicación Audiovisual y Publicidad
1	3	Construcción del guión	4.5	1.5	3	Comunicación Audiovisual y Publicidad
1	3	Economía de los medios audiovisuales	4.5	3	1.5	Economía Aplicada

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	Prácticos /clínicos		
1	3	Modelos narrativos y dramáticos	4.5	2	2.5	Literatura Española
1	3	Innovaciones tecnológicas de los medios audiovisuales	6	2	4	Comunicación Audiovisual y Publicidad
1	3	Cultura e industria cultural	4.5	3	1.5	Estética y Teoría de las Artes
2	4	Introducción a la Semiótica (Semiótica general y aplicada)	4.5	2	2.5	Literatura Española
2	4	Narrativa radiofónica	4.5	1.5	3	Comunicación Audiovisual y Publicidad
2	5	Documentación Audiovisual	4.5	2.5	2	Periodismo

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		
2	5	Función social y responsabilidad de los medios	4.5	2	2.5	Fundamentación de la dimensión moral humana. Análisis de la responsabilidad moral de los medios audiovisuales. Estudio especial de algunas cuestiones éticas en televisión, cine y radio.	Filosofía moral
2	5	Estructura y cambio social en la sociedad de la comunicación de masas	6	2	4	Estructura y cambio social en la sociedad de la comunicación de masas. Los medios audiovisuales y el nuevo orden del capitalismo informacional en la sociedad red. La revolución de las tecnologías audiovisuales de la información y los procesos de globalización. Glocalización, medios audiovisuales sociedad red. La nueva división internacional del trabajo y su incidencia en la producción audiovisual. La crisis del estado-nación y la sociedad de la comunicación de masas. Redes globales de comunicación, audiencias locales y reguladores estatales. Hacia una cultura de la virtualidad real: la integración de la comunidad electrónica y el desarrollo de las redes interactivas.	Sociología

(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

SEVILLA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

DENOMINACION (2)		CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)	Créditos totales para optativas (1) - por ciclo <input type="text"/> - curso <input type="text"/>
		Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos			
3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)							<input type="text"/>
Introducción a la Economía (1º)	4.5	3	1.5		Actividad económica; intercambio y mercado; producción e interdependencia económica; macromagnitudes e indicadores; crecimiento económico y desarrollo; el sector público y la política económica; el contexto regional, nacional e internacional de la economía.	Economía Aplicada	
Literatura y Comunicación (1º)	4.5	1.5	3		Estudio de los procesos comunicativos literarios en su relación con otras formas comunicativas, especialmente con la prensa escrita. La Literatura como proceso semiótico, comunicativo y estético. Bases teóricas para el estudio de la comunicación literaria desde las propuestas elaboradas en la segunda mitad del siglo XX. Códigos verbales y no verbales que convergen en la significación literaria. Los circuitos de la significación literaria. Los agentes de la significación y sus contextos. Estudio del discurso literario –con aplicaciones al ámbito hispánico- y claves para su interpretación.	Literatura Española	
Historia del mundo actual (1º)	4.5	3	1.5		Análisis de las estructuras, relaciones y acontecimientos fundamentales del mundo desde 1945 a nuestros días. Profundización en las realidades del mundo actual en sus dimensiones políticas, económicas, social y cultural.	Historia Contemporánea	
Comunicación intercultural (1º)	4.5	3	1.5		Comunicación entre culturas diferenciales. Relación entre cultura, política y comunicación. Comunicación e identidad cultural. Posibilidades de desarrollo cultural propio en medio de influencias foráneas. Análisis de las relaciones interculturales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad	
Introducción a la teoría de la imagen (1º)	4.5	3	1.5		Idea y concepto de imagen. La imagen en la era de la reproductibilidad técnica y su distribución masiva. Iconismo: valores comunicativos, sociales e interculturales de la imagen. Introducción a los circuitos de producción, difusión y recepción de las imágenes audiovisuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad	

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)
				- por ciclo <input type="text"/>
				- curso <input type="text"/>
				<input type="text"/>
DENOMINACION (2)	CREDITOS			VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos	
Métodos y estrategias de investigación social (1º)	4.5	3	1.5	Sociología
BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO				
<p>Ciencia, cultura y sociedad. El método científico y el acceso a la realidad social. La complejidad de lo social en las sociedades actuales y el pluralismo cognitivo, teórico y metodológico. La posición del sujeto en el proceso de investigación social. Métodos, estrategias y técnicas de investigación social. Proyecto, diseño y fases del proceso de investigación. Programación y planificación de la investigación social. El significado y las implicaciones de la medición en ciencias sociales. Datos empíricos primarios y secundarios. Fuentes y bases de datos demográficos y sociales. Niveles de análisis y complementariedad de la investigación cualitativa y cuantitativa: contextos, aplicaciones y limitaciones. Trabajo de campo y análisis de los resultados. Criterios técnicos para la divulgación rigurosa de los análisis y resultados. Posición y papel de los licenciados y las licenciadas en Ciencias de la Información en la investigación social. La investigación social y su influencia en las propuestas y la evaluación de los productos de comunicación social.</p>				
Historia de España actual (2º)	4.5	3	1.5	Historia Contemporánea
Introducción a la Fotografía (2º)	4.5	1.5	3	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Movimientos artísticos contemporáneos (2º)	4.5	3	1.5	Estética y Teoría de las Artes Historia del Arte
BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO				
<p>Historia y técnica de la Fotografía de paso universal. Capacitación en el manejo de cámaras fotográficas de 35 mm, y de medio formato. Sistemas de Captación de la Imagen (diafragma, obturador, visores, etc.); y Dispositivos de Inscripción Automática (Óptica y películas fotográficas). Conocimiento del laboratorio blanco y negro (b/n). Papeles, y químicos: formatos y estándares.</p> <p>Estudio de los movimientos artísticos del siglo XX con especial atención a las corrientes actuales y especial valoración de su origen en la sociedad de masas e influencia posterior en la misma. Relaciones de estos movimientos con los medios de comunicación en soportes, contenidos y recursos expresivos.</p>				

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)					Créditos totales para optativas (1)	
DENOMINACION (2)		CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
		Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
Técnicas y practicas de investigación social (2º)		4.5	1.5	3	Técnicas, practicas y procesos de investigación social. La triangulación de datos, métodos, técnicas e investigadores. La investigación social cuantitativa, aplicaciones y contextos. El cuestionario: preparación, redacción y presentación. La observación simple cuantitativa, las sistematización de las observaciones; el sociograma. Escalas de actitud y tipos de escalas. El análisis de contenido. Técnicas de análisis cuantitativo y tratamiento gráfico de los resultados. Presentación y publicación de los resultados y conclusiones. La investigación social cualitativa, aplicaciones y contextos. De la observación participante a la investigación-acción-participativa. La entrevista en profundidad. Técnicas grupales. La metodología biográfica. El análisis integral fundamentado en la triangulación.	Sociología
Lengua española: teoría y análisis de la construcción de textos (2º)		4.5	1.5	3	Estudio de los mecanismos lingüísticos y de los recursos y estrategias discursivas empleados por los hablantes en la producción textual de secuencias orales y escritas.	Lengua Española
Comunicación y desarrollo (2º)		4.5	3	1.5	Estudio y análisis de las políticas y modelos de comunicación y desarrollo. Conocimiento teórico-metodológico de las formas y estrategias de integración de los sistemas públicos de información y conocimiento, los recursos tecnológicos y las culturas populares. Experiencias internacionales de comunicación, educación y desarrollo social. Técnicas de planeación de la acción y gestión comunitaria, a nivel local, en torno a las redes de socialización y comunicación pública.	Periodismo
Literatura y espectáculo audiovisual (3º)		4.5	3	1.5	Estudio comparado de las transformaciones de textos originarios fundados en la palabra (literatura) en textos espectaculares y audiovisuales: teatro, radio, cine, televisión; en el ámbito de la literatura española y occidental. Modelos de ideación y técnicas de composición desde los distintos sistemas de imaginación que determinan la literatura y los medios de comunicación audiovisuales.	Literatura Española

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)			Créditos totales para optativas (1)
			<input type="text"/> - por ciclo <input type="text"/> - curso <input type="text"/>
DENOMINACION (2)	CREDITOS		BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO
	Totales	Teóricos /clínicos	
Sociología de la cultura (3º)	4.5	3	1.5
Guión en radio y TV (3º)	4.5	1.5	3
Estructura de la programación en radio y TV (3º)	4.5	2.5	2
Ecología de la comunicación (3º)	4.5	3	1.5
	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)		
			Sociología
			Comunicación Audiovisual y Publicidad
			Comunicación Audiovisual y Publicidad
			Comunicación Audiovisual y Publicidad

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	
				- por ciclo	- curso
				[]	[]
DENOMINACION (2)	CREDITOS			VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)	
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
Exclusión social y medios de comunicación (3º)	4.5	3	1.5	Sociología	
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO</p> <p>El cuarto mundo: capitalismo informacional, desigualdad, pobreza y exclusión social. Crisis de legitimación del orden sociopolítico ante las nuevas formas de pobreza y exclusión social. Cultura dominante y subculturas en las sociedades abiertas. Mayorías marginadas y minorías excluidas: sexismo, clasismo, etnicismo, racismo, homofobia y xenofobia. Los movimientos sociales ante los viejos y nuevos problemas de identidad, participación, desigualdad y sentido. Participación y exclusión social en los medios de comunicación de masas. Acceso y tratamiento mediático de las mayorías marginadas y de las minorías excluidas: trabajadores en precario, población desempleada, mujeres, tercera y cuarta edad, infancia, población sin techo, minorías étnicas, minorías sexuales, minorías políticas, población minusválida, población penitenciaria, personas con enfermedades estigmatizadas, población drogodependiente. Procesos de reproducción de estereotipos culturales y alternativos en el cine, televisión, radio, prensa, vídeo, Internet y en la publicidad.</p>					
Música en el espectáculo audiovisual (4º)	4.5	3	1.5	Comunicación Audiovisual y Publicidad	
<p>Historia de la música en el cine desde los precedentes de las músicas aplicadas, representativas, imitativas o dramáticas hasta los últimos desarrollos multimedia de la integración de lo musical y lo espectacular. Análisis de las funciones de la música (y otros elementos sonoros fónicos o analógicos) en la dramaturgia y el lenguaje cinematográficos. Principales escuelas tendencias y autores dentro de la composición para el cine.</p>					
Realización de documentales (4º)	4.5	1.5	3	Comunicación Audiovisual y Publicidad	
<p>Análisis y metodología teórico-práctica que pretende la profundización en el género documental. Estudio de los estilos, estrategias y estructuras del documental y la incidencia de las nuevas tecnologías en el género. Aplicación práctica en proyectos documentales.</p>					
Cine y Literatura (4º)	4.5	1.5	3	Comunicación Audiovisual y Publicidad	
<p>Estudio de las múltiples relaciones establecidas por el cinematógrafo con las artes procedentes o coetáneas y, en concreto, con la Literatura. Puntos comunes y divergentes en el funcionamiento de sus respectivos lenguajes. Estudio de los posibles paralelismos atendiendo a los aspectos narrativos y lingüísticos; análisis de las mutuas influencias entre ambos medios de comunicación, actitudes de los escritores ante el hecho cinematográfico. Interpretaciones cinematográficas de textos literarios. El cine y los distintos géneros literarios.</p>					

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)			Créditos totales para optativas (1)
			- por ciclo <input type="text"/>
			- curso <input type="text"/>
			<input type="text"/>
			VINULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
DENOMINACION (2)	CREDITOS		BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO
	Totales	Teóricos /Prácticos /clínicos	
Métodos de la historia del cine (4º)	4.5	1.5 / 3	Partiendo de los problemas generales de la historiografía, y de los específicos que han concernido a la historia de las representaciones visuales o narrativas, se planteará la problemática relación entre la historiografía tradicional y lo producido por las industrias culturales, hasta enmarcar y contextualizar los desarrollos de la historia del cine desde sus primeros modelos funcionales hasta hoy. La historiografía del cine se utilizará como "lugar" desde el que estudiar modos de relación entre el cine y la comunidad académica, y entre el cine y las audiencias. En la edad del cine autorreferencial y del libre acceso a la totalidad de su historia visual a través de la televisión, el vídeo y el DVD, el ejercicio de autocomprensión e interpretación que la historia del cine supone es un elemento de la mayor importancia para una correcta ubicación del hecho cinematográfico (industria, distribución y recepción) y fílmico (evolución formal de los textos).
Técnicas del lenguaje fotográfico (4º)	4.5	1.5 / 3	Estudio y conocimiento de las posibilidades formales permitidas por los últimos sistemas de creación fotográficos. Capacitación en el manejo de las técnicas avanzadas de realización fotográfica: desde el tradicional b/n y color, hasta las películas reversibles, y el soporte digital. Implicaciones estética y conceptuales.
Realización publicitaria (4º)	4.5	1.5 / 3	Análisis de los procesos técnicos y creativos de la realización publicitaria. Los equipos y las funciones en la industria publicitaria. El diseño de la realización en los "spots" publicitarios y la interacción creativa en los diferentes soportes de campaña. La realización en los géneros publicitarios. Aplicaciones y prácticas básicas de realización publicitaria.
Producción especializada (5º)	4.5	1.5 / 3	Interrelación de la producción audiovisual en los diferentes medios: cine-televisión e Internet.
Aplicaciones interactivas (5º)	4.5	2 / 2.5	Profundización en los conceptos de la comunicación hipermedia a través de la reflexión y análisis de los diferentes ámbitos del entorno digital interactivo: ficción, formación e información.
Comunicación digital (5º)	4.5	2 / 2.5	Profundización en los conceptos y herramientas de la comunicación hipermedia aplicadas al diseño y creación en el entorno digital. Explorando las posibilidades expresivas, estéticas y comunicativas del lenguaje audiovisual con soportes digitales.
			Comunicación Audiovisual y Publicidad
			Comunicación Audiovisual y Publicidad
			Comunicación Audiovisual y Publicidad
			Comunicación Audiovisual y Publicidad
			Comunicación Audiovisual y Publicidad

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	
DENOMINACION (2)		CREDITOS		- por ciclo	<input type="text"/>
		Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos	<input type="text"/>
BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO		VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)			
Historia de la radio y la tv en España (5º)	4.5	1.5	3	Comunicación Audiovisual y Publicidad	
Estética contemporánea y de la realidad virtual (5º)	4.5	3	1.5	Estética y Teoría de las Artes	
Crítica de cine y TV (5º)	4.5	1.5	3	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.

ANEXO 3: ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD: SEVILLA

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE

(1) LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

2. ENSEÑANZAS DE PRIMER Y SEGUNDO CICLO (2)

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

(3) FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

4. CARGA LECTIVA GLOBAL 345 CRÉDITOS (4)

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CRÉDITOS LIBRE CONFIGURACION (5)	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
I CICLO	1	43,5	12	9			64,5
	2	45	6	9	12		
	3	6	45	9			60
II CICLO	4	43,5	9	9			61,5
	5	40	15	9	23		
				TOTALES			345

(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 TÍTULO NO (6).

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

- (7) PRACTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PUBLICAS O PRIVADAS, ETC.
- TRABAJOS ACADÉMICAMENTE 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 CRÉDITOS OTORGADOS: Ver pág. 3 CRÉDITOS.
 - EXPRESION DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8)

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

- 1.º CICLO 3 AÑOS

- 2.º CICLO 2 AÑOS

8. DISTRIBUCION DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO. (*)

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEORICOS	PRACTICOS/ CLINICOS
PRIMERO	55,5	32	23,5
SEGUNDO	51	32	19
TERCERO	51	30,5	20,5
CUARTO	52,5	19,5	33
QUINTO	55	26,5	28,5

* SIN INCLUIR LOS CRÉDITOS OPTATIVOS NI DE LIBRE CONFIGURACIÓN.

(6) Sí 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) Sí 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 este.

(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.

ANEXO 1

5. Tablas de equivalencias
Primer ciclo

Troncales y obligatorias (Nuevo plan)	Troncales y obligatorias, Plan del 93
Teoría de la comunicación (T.1-7) (9)	Teoría de la comunicación (6)
Tecnología medios audiovisuales (T. 1-2) (12)	Teoría de la comunicación audiovisual y Tecnología de los medios audiovisuales
Lengua española: norma y uso (T. 1-5) (9)	Teoría y estructura de la lengua española y Lengua Española Instrumental
Estructura y procesos sociales (T. 1-1) (7.5)	Sociología II
Estética de la comunicación (6)	Estética I
Tecnología información escrita (T. 1-3) (6)	Tecnología información escrita
Psicología social de la comunicación (6)	Psicología social de la comunicación (opt)
Teoría de la información (T. 1-7) (9)	Teoría de la Información
Teoría de la publicidad y de las relaciones públicas (T. 1-6) (9)	Teoría de la Publicidad y Teoría de las Relaciones Públicas
Historia de la Comunicación Social I (T. 1-3) (4.5)	Historia de la Comunicación Escrita
Literatura hispánica actual (6)	Literatura española contemporánea
Documentación informativa (T. 1-4) (6)	Documentación informativa
Introducción a la redacción (T. 1-3) (6)	Redacción
Historia de la Comunicación social II (T. 1-2) (4.5)	Historia de la Comunicación Audiovisual
Formas de la comunicación publicitaria (T. 1-6) (6)	Análisis del discurso publicitario
Historia del cine español	Historia del cine espa ol
Historia del cine universal	Historia del Cine Universal (II, III)
Construcción del guión	Construcción del guión
Historia de la cultura contemporánea (T. 1-1)	Historia del pensamiento político y social contemporáneo
Modelos narrativos y dramáticos	Literatura Universal Contemporánea
Innovaciones tecnológicas de los medios audiovisuales	Nuevas tecnologías de los medios audiovisuales
Cultura e industria cultural	Estética II
Economía de los medios audiovisuales	Economía de la comunicación de masas
Optativas (Nuevo Plan)	Optativas, plan 93
Introducción a la economía (4.5)	
Historia de España actual (4.5)	Historia de España contemporánea
Historia del Mundo actual (4.5)	Historia del Mundo Actual
Comunicación intercultural (4.5)	
Introducción a la teoría de la imagen (4.5)	Análisis del discurso audiovisual
Métodos y estrategias de investigación social (4.5)	Métodos y técnicas de la investigación social
Comunicación y desarrollo (4.5)	
Introducción a la fotografía (4.5)	
Movimientos artísticos contemporáneos (4.5)	Comentes estéticas contemporáneas
Técnicas y prácticas de investigación social (4.5)	
Lengua española: teoría y análisis de la construcción de textos (4.5)	Lengua española Instrumental II
Literatura y comunicación (4.5)	Literatura y comunicación
Literatura y espectáculo audiovisual (4.5)	
Economía de los medios audiovisuales	Economía de la comunicación de masas
Guion en radio y tv (4.5)	Guion radiofónico y televisivo
Sociología de la Cultura (4.5)	
Estructura de la programación en radio y tv (4.5)	Estructura de la programación en cine, radio y tv.
Ecología de la comunicación (4.5)	
Sin equivalencia (*)	Análisis del discurso periodístico
Sin equivalencia (*)	Estadística aplicada a la comunicación
Sin equivalencia (*)	Semiotica de la comunicación
Sin equivalencia (*)	Sociología I
Sin equivalencia (*)	Historia del Mundo Contemporáneo
Sin equivalencia (*)	Configuración Tecnológica de los procesos comunicativos
Sin equivalencia (*)	Historia de la Europa Comunitaria
Sin equivalencia (*)	Estructura social contemporánea de España y Andalucía
Sin equivalencia (*)	Introducción al derecho de la Comunicación

II. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

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 vintieran 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) El régimen de acceso a 2º ciclo se atenderá a lo dispuesto en la legislación vigente.

b) No hay asignaturas llave.

c) El periodo de escolaridad será de 5 años.

d) Las tablas de adaptación son las que siguen:

Ver anexo 1

2. Cuadro de asignación de docencia de las materias troncales a las distintas áreas de conocimiento:

Ver anexo 2-A

3. Aclaraciones. Observaciones finales.

No se exige trabajo o proyecto de fin de carrera ni examen ni prueba general para obtener el título.

Créditos por equivalencia en los Planes de Estudio de la Facultad de CC. de la Información.

Se otorgan créditos por equivalencia:

1 Computables por cualquier tipo de créditos. Hasta un máximo de 60 créditos por estudios realizados en el extranjero en el marco de convenios internacionales.

2 Computables por créditos de libre configuración. Hasta un máximo de 35 créditos, por los siguientes conceptos:

- Por prácticas realizadas bajo convenio y tutorización en empresas o instituciones públicas, siempre que las mismas se realicen en los cursos tercero, cuarto o quinto de carrera.
- Por trabajos académicamente dirigidos, siempre que dichos trabajos se realicen en los cursos tercero, cuarto o quinto de carrera. El máximo de créditos computables por este concepto será de 6.
- Por otras actividades académicas organizadas por el Centro en el marco de lo previsto en el Reglamento Regulator de Libre Configuración Curricular de la Universidad de Sevilla.

Segundo ciclo

Troncales y Obligatorias, Plan Nuevo	Troncales y Obligatorias, Plan 93
Narrativa audiovisual (T. 2-3)	Narrativa Audiovisual
Producción (T. 2-4)	Producción I y II
Realización II (T. 2-4)	Realización II
Teoría e Historia de la fotografía (T. 2-5)	Teoría de la fotografía
Introducción a la Semiótica (Sem. General y aplicada)	Semiótica de la comunicación de masas
Narrativa radiofónica	Narrativa radiofónica
Estructura y cambio social en la sociedad de la comunicación de masas	<i>Sin equivalencia</i>
Historia de la radio y la tv ((T. 2-2)	Historia de la radio y la tv en España
Empresa audiovisual (T. 2-2)	Empresa Audiovisual: Cine y Empresa audiovisual: Radio y Tv.
Documentación Audiovisual	Documentación Audiovisual
Derecho de la Información (T. 2-1)	Derecho medios audiovisuales
Realización I (T. 1-4)	Realización I
Filmología (T.2-5)	Filmología
Realización III	Realización III y IV
Función social y resp. Medios	Función social y resp. Medios
Optativas: Plan Nuevo	Optativas: Plan 93
Música en el espectáculo audiovisual (4.5)	Música en el espectáculo audiovisual
Realización de documentales (4.5)	
Cine y literatura (4.5)	Seminario de Cine y literatura
Cultura e industria culturalz (4.5)	
Técnicas del lenguaje fotográfico (4.5)	
Realización Publicitaria (4.5)	
Producción Especializada (4.5)	
Aplicaciones interactivas (4.5)	
Comunicación digital (4.5)	Nuevas tecnologías en la comunicación audiovisual
Escenografía e iluminación (4.5)	
Estética contemporánea y de la realidad virtual (4.5)	Seminario de Estética Contemporánea
Crítica de cine y tv (4.5)	Crítica cinematográfica y televisiva
Sin equivalencia (*)	Historia del Cine I
Sin equivalencia (*)	Semiótica de la transdiscursividad
Sin equivalencia (*)	Semiótica del discurso audiovisual

(*) Las asignaturas del Plan 93 que no tienen equivalencia en el nuevo plan podrán ser aplicadas al cómputo de créditos de libre configuración u optativos en éste último.

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

SEVILLA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PERIODISMO

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		
1		Análisis del entorno social y de su evolución histórica		8T+5.5A	10	3.5	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
	1		Estructura y procesos sociales	4T+3.5A	5	2.5	Profundización en las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones políticas, económicas y sociales. Evolución histórica.
	3		Historia del pensamiento político y social contemporáneo.	4T+2A	5	1	
1		Comunicación e información audiovisual		12T+4.5A	9	7.5	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.
	1		Tecnología de los medios audiovisuales	9T+3A	6	6	
	2		Historia de la comunicación social II	3T+1.5A	3	1.5	
1		Comunicación e información escrita		12T+16.5A	12	16.5	Comunicación audiovisual y publicidad. Periodismo.
	1		Tecnología en la información escrita	2T+4A	2	4	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.
	2		Historia de la comunicación social I	2T+2.5A	3	1.5	
	2		Introducción a la redacción	2T+4A	3	3	
	3		Redacción periodística (prensa)	6T+6A	4	8	Comunicación audiovisual y publicidad. Periodismo

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	Prácticos /clínicos		
1		Documentación informativa.		6T	3	Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación.	Biblioteconomía y documentación. Comunicación audiovisual y publicidad. Periodismo.
	2		Documentación informativa	6t	3		
1		Lengua		8T+1A	5	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española.	Lengua Española
	1		Lengua española: norma y uso	8T+1A	5		
1		Publicidad y relaciones públicas		12T+3A	9	Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
	2		Teoría de la publicidad y de las relaciones públicas	6T+3A	7		
	2		Formas de la comunicación publicitaria	6T	2		
1		Teoría de la comunicación y teoría de la información		10T+8A	14	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		Teoría de la comunicación	5T+4A	6		
	2		Teoría de la información	5T+4A	8		
2		Derecho de la información		7T+5A	9	Información y derechos fundamentales. Plasmación en la constitución española. Régimen jurídico de la información y la comunicación. Estudio teórico y supuestos prácticos en mensajes, medios y sujetos.	Derecho Administrativo y Derecho Constitucional
	4		Derecho de la información	7T+5A	9		

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			
2	4	Periodismo especializado	Periodismo especializado	12T+1.5A	5	8.5	Procesos, teoría y técnica de información especializada desde los ámbitos más cercanos al especialista hasta la comunicación colectiva.	Periodismo
				9T	3.5	5.5		
				3T+1.5A	1.5	3		
2	5	Producción periodística	Técnicas de investigación periodística	14T+17.5A	14.5	17	Procesos de creación y elaboración de la comunicación periodística a través de medios escritos, audiovisuales y electrónicos. Teoría y práctica de la organización y gestión de la empresa informativa.	Comunicación Audiovisual y Publicidad, Organización de empresas, Periodismo.
				5T+7A	4	8		
				2T+2.5A	3	1.5		
2	5	Tecnología de la información	Redacción periodística audiovisual	2T+4A	2.5	3.5	Estudio de las técnicas y procesos de materialización de la información en soportes y medios de comunicación.	Comunicación audiovisual y publicidad. Periodismo
				5T+4A	5	4		
				10T+5A	5.5	9.5		
2	5	Tecnología de la información	Estructura de la Información	3T+1.5A	1.5	3	Técnicas y procesos del periodismo audiovisual	Técnicas y procesos del periodismo audiovisual
				3T+1.5A	2	2.5		
				4T+2A	2	4		

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		
2		Teoría e historia del periodismo		9T+3A	5.5	6.5	Conceptualización y análisis de los mensajes de la comunicación periodística y de su evolución histórica.	Comunicaron audiovisual y Publicidad. Periodismo.
	5		Historia del periodismo español	4.5T+ 1.5A	3.5	2.5		
	4		Análisis del discurso periodístico	4.5T+ 1.5A	2	4		

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

SEVILLA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PERIODISMO

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	Prácticos /clínicos		
1	1	Estética de la Comunicación	6	2	Estudio de la dimensión estética de la comunicación, identificando los aspectos estéticos que entran a formar parte de los actos comunicativos en general y con especial atención a la comunicación en los medios de masas, tanto en la faceta de ficción o entretenimiento como en la de información o persuasión dentro de su contexto cultural.	Estética y Teoría de las Artes.
1	1	Psicología Social de la Comunicación	6	2	Comunicación, eficacia e influencia social. Perspectiva psicosocial de la interacción humana. Sistemas de comunicación desde la perspectiva psicosocial. Aplicaciones a los medios de comunicación de masas.	Psicología Social.
1	2	Literatura hispánica actual	6	3	Estudio e interpretación de textos hispánicos en la segunda mitad del siglo XX. Literatura y violencia: la creación literaria en España e Hispanoamérica desde la década de los cuarenta y su determinación por los procesos políticos. Tendencias actuales en narrativa, teatro, ensayo y poesía. Interpretación de textos significativos en estos ámbitos. La literatura en lengua española en su relación con otras literaturas peninsulares.	Literatura 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		
1	3	Historia del periodismo universal	9	6	3	Estudio de la evolución histórica de los mensajes de la comunicación periodística en el mundo desde sus primeras manifestaciones hasta nuestros días en medios de comunicación escritos y audiovisuales.	Periodismo
1	3	Diagramación en prensa	4.5	2	2.5	Estudio y manejo de sistemas convencionales y electrónicos de diagramación aplicados a diversos formatos en medios impresos.	Periodismo
1	3	Gabinetes de comunicación: Periodismo	6	2	4	Estudios de las áreas responsables de la Comunicación, tanto interna como externa, de aquellas empresas, organismos e instituciones que desean transmitir de sí mismas una imagen positiva a la sociedad, con especial incidencia en lo referente a las relaciones con los medios de comunicación.	Periodismo
1	3	Introducción a la realización audiovisual	4.5	1.5	3	Estudio de las diferentes fases en la elaboración de los programas televisivos. Aprendizaje y uso de sus técnicas, planificación, puesta en escena y edición aplicados al periodismo audiovisual.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
1	3	Fotoperiodismo y periodismo gráfico	6	2	4	Teoría, técnica y práctica de la expresión fotográfica en prensa y análisis de su contenido, y de los sistemas de expresión gráfica en medios periodísticos y en sus soportes fotográficos informatizados.	Periodismo
1	3	Literatura y periodismo	4.5	2	2.5	Lectura reflexiva de textos donde se observen relaciones históricas y formales entre creación literaria y comunicación periodística. Procesos de institucionalización social de los discursos propios del periodismo y de la literatura. La presencia del periodismo en la creación literaria: temas y procedimientos. La presencia de la literatura en el discurso periodístico: técnicas y recursos comunes y diferentes. La relación pragmática entre ambos ámbitos discursivos.	Literatura española
2	4	Relaciones Internacionales	6	4	2	La sociedad internacional: un grupo globalizado y fragmentado. Características de la sociedad internacional. Actores. Relaciones de coexistencia y cooperación. Los desafíos globales en el mundo contemporáneo. Política exterior española: marco técnico y áreas principales de actuación.	Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales

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		
2	4	Opinión pública	4.5	3	1.5	La opinión Pública, concepto y antecedentes históricos. Interconexión entre el nacimiento de la Opinión Pública y el nacimiento del "pueblo", como expresión de las nuevas sociedades representativas y democráticas. Desarrollo y soporte de la Opinión Pública: la Sociedad Civil, las clases Sociales, los Grupos, las Masas, los Públicos. La Opinión Pública en las sociedades actuales: ¿expresión real del conjunto social o expresión de élites como interlocutores sociales? La opinión Pública y los medios de comunicación. La opinión pública y la opinión publicada. Opiniones y actitudes como elementos constitutivos de la Opinión Pública. Formación de la Opinión Pública. Estados, corrientes y clima de opinión. La Opinión Pública y los efectos de los medios de comunicación: teorías sobre el impacto. Vías para el conocimiento de la Opinión Pública: conocimiento directo, a través de asambleas, elecciones, refrenda y sondeos; conocimiento indirecto, a través de sus actuaciones y de las opiniones de sus representantes. Agentes conformadores de la Opinión Pública andaluza. Andaluza en la Opinión Pública.	Sociología
2	5	Documentación Periodística	4.5	1.5	3	El proceso documental en la empresa periodística: selección, análisis, síntesis, representación y recuperación de la información periodística en los sistemas de información: gestión de documentos escritos, gráficos y audiovisuales en el servicio de documentación periodística. Mediatecas. Construcción y utilización de lenguajes documentales periodísticos.	Periodismo
2	5	Ética y deontología periodísticas	4.5	1.5	3	Implicaciones éticas y responsabilidad de la función social del comunicador.	Filosofía Moral

(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.

(1) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

SEVILLA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PERIODISMO

DENOMINACIÓN (2)	CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)	Créditos totales para optativas (1) - por ciclo <input type="text"/> - curso <input type="text"/>
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos			
Introducción a la Economía (1º)	4.5	3	1.5	Actividad económica; intercambio y mercado; producción e interdependencia económica; macromagnitudes e indicadores; crecimiento económico y desarrollo; el sector público y la política económica; el contexto regional, nacional e internacional de la economía.	Economía Aplicada	<input type="text"/>
Literatura y Comunicación (1º)	4.5	1.5	3	Estudio de los procesos comunicativos literarios en su relación con otras formas comunicativas, especialmente con la prensa escrita. La Literatura como proceso semiótico, comunicativo y estético. Bases teóricas para el estudio de la comunicación literaria desde las propuestas verbales y no verbales que convergen en la significación literaria. Los circuitos de la significación literaria. Los agentes de la significación y sus contextos. Estudio del discurso literario –con aplicaciones al ámbito hispano- y claves para su interpretación.	Literatura Española	<input type="text"/>
Historia del Mundo actual (1º)	4.5	3	1.5	Análisis de las estructuras, relaciones y acontecimientos fundamentales del mundo desde 1945 a nuestros días. Profundización en las realidades del mundo actual en sus dimensiones políticas, económicas, social y cultural.	Historia Contemporánea	<input type="text"/>
Comunicación intercultural (1º)	4.5	3	1.5	Comunicación entre culturas diferenciables. Relación entre cultura, política y comunicación. Comunicación e identidad cultural. Posibilidades del desarrollo cultural propio en medio de influencias foráneas. Análisis de las relaciones interculturales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad	<input type="text"/>
Introducción a la teoría de la imagen (1º)	4.5	3	1.5	Idea y concepto de imagen. La imagen en la era de la reproducibilidad técnica y su distribución masiva. Iconismo: valores comunicativos, sociales e interculturales de la imagen. Introducción a los circuitos de producción, difusión y recepción de las imágenes audiovisuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad	<input type="text"/>

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	
DENOMINACION (2)		CREDITOS		- por ciclo - curso	
		Totales	Teóricos		
VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)					
BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO					
Métodos y estrategias de investigación social (1º)	4.5	3	1.5	Sociología	
Historia de España actual (2º)	4.5	3	1.5	Historia Contemporánea	
Introducción a la fotografía (2º)	4.5	1.5	3	Comunicación Audiovisual y Publicidad	
Movimientos artísticos contemporáneos (2º)	4.5	3	1.5	Estética y Teoría de las Artes	

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)			Créditos totales para optativas (1)		
DENOMINACION (2)	CREDITOS			- por ciclo	- curso
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos	<input type="text"/>	<input type="text"/>
				<input type="text"/>	<input type="text"/>
	BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO				VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
Técnicas y prácticas de investigación social (2º)	4.5	1.5	3		Sociología
Lengua Española: teoría y análisis de la construcción de textos (2º)	4.5	1.5	3		Lengua Española
Comunicación y desarrollo (2º)	4.5	3	1.5		Periodismo
Historia de la crítica (3º)	4.5	3	1.5		Estética y Teoría de las Artes
Información y propaganda (3º)	4.5	2.5	2		Periodismo
Modalidades lingüísticas del Español (3º)	4.5	3	1.5		Lengua Española

Técnicas, prácticas y procesos de investigación social. La triangulación de datos, métodos, técnicas e investigadores. La investigación social cuantitativa, aplicaciones y contextos. El cuestionario: preparación, redacción y presentación. La observación simple cuantitativa, la sistematización de las observaciones; el sociograma. Escalas de actitud y tipos de escalas. El análisis de contenido. Técnicas de análisis cuantitativo y tratamiento gráfico de los resultados. Presentación y publicación de los resultados y conclusiones. La investigación social cualitativa, aplicaciones y contextos. De la observación participante a la investigación –acción– participativa. La entrevista en profundidad. Técnicas grupales. La metodología biográfica. El análisis integral fundamentado en la triangulación.

Estudio de los mecanismos lingüísticos y de los recursos y estrategias discursivas empleados por los hablantes en la producción textual de secuencias orales y escritas.

Estudio y análisis de las políticas y modelos de comunicación y desarrollo. Conocimiento teórico-metodológico de las formas y estrategias de integración de los sistemas públicos de información y conocimiento, los recursos tecnológicos y las culturas populares. Experiencias internacionales de comunicación, educación y desarrollo social. Técnicas de planeación de la acción y gestión comunitaria, a nivel local, en torno a las redes de socialización y comunicación pública.

Historia de la crítica de la producción artística moderna en sus dimensiones estéticas, comunicativas e ideológicas. Estudio de las teorías críticas realistas, sociológicas, formalistas y conceptuales. Expresión y crítica artística en relación con los mitos sociales y la opinión. Crítica artística en relación con los procesos de legitimación y crítica de las ideologías.

Estudio y conocimiento de los modelos de propaganda en la comunicación massmediática. Historia y revisión teórica de la investigación en materia de propaganda en los medios de comunicación. Estudio de los elementos y factores del mensaje y los medios en la difusión propagandística.

Estudio de la variación de la lengua española y de los problemas prácticos y conceptuales que plantea en relación con su empleo en los medios de comunicación.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)			CREDITOS		BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCLACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
DENOMINACIÓN (2)	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos	Créditos totales para optativas (1)		
Libros de estilo (3º)	4.5	1.5	3		Estudio, análisis y usos de los libros de estilo existentes en los medios de comunicación social impresos y audiovisuales y en las agencias informativas.	Periodismo
Ecosociología (3º)	4.5	3	1.5		La construcción social del cuerpo y del espacio. Sociología, ecología y biología. Territorio, medio ambiente, y población. Procesos demográficos y estructura social: natalidad, mortalidad, morbilidad y migraciones. Elementos de la estructura espacial. La organización y la diferenciación del espacio social. Género y generación en la configuración del espacio social. La sociedad urbana y rural en Andalucía. Urbanismo y ordenación territorial. Ecología humana, población y territorio en Andalucía. Desarrollo y planificación espacial. Desarrollo y medios ambiente. El urbanismo y la planificación territorial como políticas sociales. Políticas de bienestar social, calidad de vida y ecodesarrollo. Biotecnología y sociedad. Los ámbitos territoriales y el desarrollo tecnológico. Los movimientos sociales, el territorio y el medio ambiente.	Sociología
Historia de la Unión Europea (3º)	4.5	3	1.5		Análisis de la realidad económica, social, política, ideológica y cultural que llevan a la configuración de la Unión Europea, explicación del proceso de la Unión Europea y de sus problemas y retos mas importantes en la actualidad.	Historia Contemporánea
Periodismo político: información local y nacional (4º)	4.5	1.5	3		Análisis y practicas de los contenidos y formas de expresión de la información especializada en temas de política local y nacional.	Periodismo
Periodismo científico (4º)	4.5	1.5	3		Análisis y practicas de los contenidos y formas de expresión de la información especializada en temas relativos a la medicina y la salud, la ecología, las nuevas tecnologías y otras especialidades científicas.	Periodismo
Periodismo social y educativo (4º)	4.5	1.5	3		Análisis y practicas de los contenidos y formas de expresión de la información especializada en temas sociales (racismo, sexismo, denuncia) y relacionados con la educación.	Periodismo
Periodismo de sucesos y tribunales (4º)	4.5	1.5	3		Análisis y practicas de los contenidos y formas de expresión de la información especializada en el ámbito de los sucesos (catástrofes naturales, accidentes o delitos) y de los temas relativos al arnito jurídico (investigación, procesos, juicios y sentencias).	Periodismo

Créditos totales para optativas (1)

- por ciclo

- curso

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)		
DENOMINACION (2)		CREDITOS			- por ciclo	- curso
		Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos	[]	[]
VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)		BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO				
Periodismo cultural (4º)	4.5	1.5	3	Análisis y prácticas de los contenidos y formas de expresión de la información especializada en aspectos culturales, artísticos y del espectáculo.		
La Escritura narrativa (4º)	4.5	1	3.5	Introducción práctica a las técnicas de la composición narrativa.		
Periodismo económico (5º)	4.5	1.5	3	Análisis y prácticas de los contenidos y formas de expresión de la información especializada en temas laborales, económicos, sindicales y del mundo de las empresas y finanzas.		
Periodismo de viajes (5º)	4.5	1.5	3	Análisis y prácticas de los contenidos y formas de expresión de la información especializada en viajes.		
Periodismo político: información internacional (5º)	4.5	1.5	3	Análisis y prácticas de los contenidos y formas de expresión de la información especializada en temas de política internacional.		
Promoción y distribución de productos periodísticos (5º)	4.5	1.5	3	Conocimiento y análisis de los elementos de producción que inciden en la promoción y distribución de productos tanto impresos como audiovisuales u otros emergentes.		
Periodismo deportivo (5º)	4.5	1.5	3	Análisis y prácticas de los contenidos y formas de expresión de la información especializada en deportes.		
Innovación tecnológica en periodismo (5º)	4.5	2	2.5	Estudio y manejo de nuevas herramientas tecnológicas y aplicaciones cibernéticas.		
				Periodismo		
				Literatura Española		
				Periodismo		
				Periodismo		
				Periodismo		
				Periodismo		
				Periodismo		
				Periodismo		

(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.

(1) Libremente decidida por la Universidad.

ANEXO 3: ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD:

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE

2. ENSEÑANZAS DE CICLO (2)

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

4. CARGA LECTIVA GLOBAL CRÉDITOS (4)

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CRÉDITOS LIBRE CONFIGURACION (5)	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
I CICLO	1	43,5	12	9			64,5
	2	45	6	9	11,5		60
	3	18	34,5	9			61,5
II CICLO	4	42	10,5	9			61,5
	5	42	9	9	23		60
				TOTALES			342

(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 TÍTULO NO

6. SI SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CRÉDITOS 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 CRÉDITOS OTORGADOS: Ver pág. 3 CRÉDITOS.
 - EXPRESION DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8)

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

- 1.º CICLO AÑOS

- 2.º CICLO AÑOS

8. DISTRIBUCION DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADEMICO. (*)

AÑO ACADEMICO	TOTAL	TEORICOS	PRACTICOS/ CLINICOS
PRIMERO	55,5	32	23,5
SEGUNDO	51	32	19
TERCERO	52,5	24,5	28
CUARTO	52,5	28,5	24
QUINTO	51	21	30

* SIN INCLUIR LOS CRÉDITOS OPTATIVOS NI DE LIBRE CONFIGURACIÓN.

(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 este.

(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.

Segundo ciclo

Troncales y Obligatorias, Plan Nuevo	Troncales y Obligatorias, Plan 93
Periodismo especializado (T. 2-2) (9)	Información periodística especializada
Derecho de la información (T. 2.1) (12)	Derecho de la información
Análisis del discurso periodístico (T. 2-5) (6)	Análisis del discurso periodístico
Tecnología de la información periodística cibemética (T. 2-4) (6)	Tecnología de la Información electrónica
Relaciones internacionales (6)	Relaciones internacionales
Empresa informativa (T. 2-3) (4.5)	Empresa informativa
Opinión pública (4.5)	Opinión pública
Configuración tecnológica de los procesos periodísticos (T. 2-4) (4.5)	Nuevas tecnologías de la Comunicación y de la Información
Redacción periodística audiovisual (T. 2-3) (12)	Redacción periodística (Radio) y Redacción Periodística (Televisión)
Estructura de la información (9)	Estructura de la información en España y Andalucía
Técnicas y procesos del periodismo audiovisual (T. 2-4) (4.5)	Técnicas y procesos audiovisuales
Documentación periodística (4.5)	Documentación periodística
Producción periodística (T. 2-3) (6)	Producción periodística
Historia del periodismo español (T. 2-5) (6)	Historia del periodismo español
Técnicas de Investigación periodística (T. 2-2) (4.5)	Métodos y técnicas de la Información periodística
Ética y deontología periodísticas (4.5)	Función social y responsabilidad del informador
Optativas Plan Nuevo	Optativas 93
Periodismo político: información local y nacional (4.5)	Periodismo político
Periodismo Científico (4.5)	Periodismo de divulgación científica
Periodismo social y educativo (4.5)	Periodismo educativo o Periodismo social
Periodismo de sucesos y tribunales (4.5)	
Periodismo cultural (4.5)	Periodismo cultural
La escritura narrativa (4.5)	
Periodismo económico (4.5)	Periodismo económico
Periodismo político: información internacional (4.5)	
Periodismo de viajes (4.5)	
Promoción y distribución de productos periodísticos (4.5)	
Periodismo deportivo (4.5)	Periodismo deportivo
Innovación tecnológica en periodismo (4.5)	
Sin equivalencia (*)	Seminario de problemas actuales del Periodismo (I)
Sin equivalencia (*)	Seminario de problemas actuales del Periodismo (II)
Sin equivalencia (*)	Ecología de la comunicación

(*) Las asignaturas del Plan 93 que no tienen equivalencia en el nuevo plan podrán ser aplicadas al cómputo de créditos de libre configuración u optativos en éste último.

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

SEVILLA

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		
1		Análisis del entorno social y de su evolución histórica		8T+5.5A	10	3.5	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.
	1		Estructura y procesos sociales	4T+3.5A	5	2.5	Profundización en las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones políticas, económicas y sociales. Evolución histórica.
	3		Historia de la cultura contemporánea.	4T+2A	5	1	
1		Comunicación e información audiovisual		12T+4.5A	9	7.5	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.
	1		Tecnología de los medios audiovisuales	9T+3A	6	6	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Periodismo.
	2		Historia de la comunicación social II	3T+1.5A	3	1.5	
1		Comunicación e información escrita		12T+4.5A	8	8.5	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.
	1		Tecnología en la información escrita	4.5T+1.5A	2	4	
	2		Historia de la comunicación social I	3T+1.5A	3	1.5	
	2		Introducción a la redacción	4.5T+1.5A	3	3	

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		
1		Documentación informativa.		6T	3	3	Biblioteconomía y documentación. Comunicación audiovisual y publicidad. Periodismo.
	2		Documentación informativa	6t	3	3	
1		Lengua	Lengua española: norma y uso	8T+1A	5	4	Lengua Española
	1			8T+1A	5	4	
1		Publicidad y relaciones públicas	Teoría de la publicidad y de las relaciones públicas	12T+3A	9	6	Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.
	2		Formas de la comunicación publicitaria	6T+3A	7	2	
	2			6T	2	4	
1		Teoría de la comunicación y teoría de la información		10T+8A	14	4	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.
	1		Teoría de la comunicación	5T+4A	6	3	
	2		Teoría de la información	5T+4A	8	1	
2		Creatividad publicitaria	Redacción publicitaria	10T+8A	6	12	Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.
	4			5T+4A	3	6	
	4		Diseño publicitario	5T+4A	3	6	

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		
2	4	Planificación y medios publicitarios	Marketing	10T+5A	11	4	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. Comunicación Audiovisual y Publicidad. Sociología.
				7T+2A	6	3		
				3T+3A	5	1		
2	4	Sistemas y procesos de la publicidad y las relaciones públicas	Teoría del consumo	10T+2A	7	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. Periodismo. Psicología Social y Sociología.
				5T+1A	3	3		
				5T+1A	4	2		
2	5	Teoría y técnica de las relaciones públicas	Gabinetes de comunicación: relaciones públicas.	10T+2A	6	6	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.
				5T+1A	3	3		
				5T+1A	3	3		

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

SEVILLA

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		
1	1	Estética de la comunicación	6	4	2	Estética y Teoría de las Artes
1	1	Psicología social de la comunicación	6	4	2	Psicología Social
1	2	Literatura hispánica actual	6	3	3	Literatura Española
1	3	Estructura de la publicidad y relaciones publicas	9	7	2	Comunicación Audiovisual y Publicidad
1	3	Concepción y construcción del mensaje publicitario	9	3	6	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		
1	3	Historia de la publicidad y las relaciones publicas	6	5	1	Estudio del nacimiento, evolución y transformación de la Publicidad y las Relaciones Publicas y su interrelación con el contexto histórico, económico, político, artístico, simbólico, técnico y social, tanto en el ámbito internacional como español.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
1	3	Investigación publicitaria	9	4	5	Concepto y naturaleza de la investigación publicitaria. Necesidad de la investigación en publicidad. Análisis de las diferentes escuelas y tendencias. estudio y ejercitación de las distintas técnicas cuantitativas y cualitativa utilizadas en la investigación publicitaria. Aplicación de dichas técnicas para investigar tanto en mercado como en las audiencias en los distintos medios y soportes publicitarios. Interpretación y utilización de los datos obtenidos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
1	3	Introducción al marketing	6	4.5	1.5	fundamentación teórica y aplicada de la comercialización y de los mercados.	Comercialización e investigación de mercados
1	3	Fundamentos de la expresión publicitaria	6	2	4	Estudio, análisis y aplicación de los conceptos básicos, los recursos expresivos y las estrategias textuales que capaciten al alumnado para la composición de mensajes publicitarios persuasivos. Publicidad, retórica y composición. Textos e imagen: Funciones, implicaciones e interrelaciones.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
2	4	Legislación publicitaria	7	5	2	Introducción al régimen jurídico de los medios audiovisuales. Concepto en publicidad en los medios audiovisuales y en los demás medios de comunicación. Límites de la publicidad y publicidad en los medios audiovisuales. La regulación de los soportes y los contenidos publicitarios: la publicidad en televisión, en la radio y en las producciones cinematográficas. El régimen de la publicidad institucional del sector público. La publicidad electoral en los medios de comunicación. El control jurídico de las normas sobre publicidad. El autocontrol en la publicidad.	Derecho Administrativo
2	5	Fotografía publicitaria	9	3	6	Estudio y análisis de la fotografía digital y química (de medio y gran formato) y de sus distintos ámbitos de aplicación en la creación publicitaria, desde la iluminación de estudio hasta los últimos procesos de elaboración y presentación de la idea final. Desarrollo histórico de la fotografía publicitaria y de moda.	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		
2	5	Planificación y gestión de medios	9	6	3	La planificación publicitaria en la empresa: comunicaciones integradas en marketing. Antecedentes de la planificación publicitaria (plan de marketing). El plan de publicidad. Objetivos publicitarios del anunciante: rentabilidad, cobertura y frecuencia y receptor. Determinación del presupuesto publicitario. El plan de medios y soportes. Valoración cualitativa y cuantitativa de los medios y soportes. Variables cualitativas del anuncio: tamaño, posición, color e ilustración del anuncio. Estrategias de cobertura efectiva. Determinación de la frecuencia afectiva: la repetición del anuncio. Modelos de exposición de agregación: cobertura alcanzada y frecuencia media. Modelos de individuación. La práctica corriente de la planificación de medios y soportes. Control publicitario: técnicas de control.	Comercialización e Investigación de mercados
2	5	Fenomenología de la percepción estética	6	4	2	Explicación y análisis de las teorías de la percepción artística del s. XX. Aplicación al diseño de medios, de masas, al cine, a la imagen publicitaria y al ceremonial partiendo de una teoría general de la percepción.	Estética y Teoría de las Artes
2	5	Organización y gestión de empresas de servicios	9	6	3	Estudio del sector de las empresas servicios con especial atención a las empresas de publicidad. Proceso de administración y gestión de la empresa de servicios: planificación, organización, integración de personal, dirección y control. Innovación y cambio en las empresas de servicios. Implantación de sistemas de calidad. Ética empresarial de la empresa de servicios. Modelos de organización basados en las nuevas tecnologías de la información. Poder en las organizaciones.	Organización de Empresas
2	5	Comunicación publicitaria y espacios comerciales	6	4	2	Estudio de los nuevos lugares en los que se desarrolla el comercio y el ocio: grandes superficies, centros comerciales, malls, etc. Interrelación entre consumo, ocio y espacio. Análisis de las diferentes técnicas de comunicación en el lugar de venta: escaparatismo, señalética, itinerarios y atención al cliente.	Comunicación Audiovisual y Publicidad

(1) Librementemente 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) Librementemente decidida por la Universidad.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

SEVILLA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

DENOMINACION (2)	CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)	Créditos totales para optativas (1) - por ciclo <input type="text"/> - curso <input type="text"/>
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos			
Introducción a la economía (1º)	4.5	3	1.5	Actividad económica; intercambio y mercado; producción e interdependencia económica; macromagnitudes e indicadores; crecimiento económico y desarrollo; el sector público y la política económica; el contexto regional, nacional e internacional de la economía.	Economía Aplicada	<input type="text"/>
Literatura y comunicación (1º)	4.5	1.5	3	Estudio de los procesos comunicativos literarios en su relación con otras formas comunicativas, especialmente con la prensa escrita. La literatura como proceso semiótico, comunicativo y estético. Bases teóricas par el estudio de la comunicación literaria desde las propuestas elaboradas en la segunda mitad del siglo XX. Códigos verbales y no verbales que convergen en la significación literaria. Los circuitos de la significación literaria. Los agentes de la significación y sus contextos. Estudio del discurso literario – con aplicaciones al ámbito hispano- y claves para su interpretación.	Literatura Española	<input type="text"/>
Historia del Mundo actual (1º)	4.5	3	1.5	Análisis de las estructuras, relaciones y acontecimientos fundamentales del mundo desde 1945 a nuestros días. Profundización en las realidades del mundo actual en sus dimensiones política, económica, social y cultural.	Historia Contemporánea	<input type="text"/>
Comunicación intercultural (1º)	4.5	3	1.5	Comunicación entre culturas diferenciadas. Relación entre cultura, política y comunicación. Comunicación e identidad cultural. Posibilidades de desarrollo cultural propio en medio de influencias foráneas. Análisis de las relaciones interculturales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad	<input type="text"/>
Introducción a la teoría de la imagen (1º)	4.5	3	1.5	Idea y concepto de imagen. La imagen en la era de la reproductibilidad técnica y su distribución masiva. Iconismo: valores comunicativos, sociales e interculturales de la imagen. Introducción a los circuitos de producción, difusión y recepción de las imágenes audiovisuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad	<input type="text"/>

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	
				- por ciclo	- curso
				[]	[]
DENOMINACION (2)	CREDITOS			VINCLACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)	
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos		
Métodos y estrategias de investigación social (1º)	4.5	3	1.5	Sociología	
	<p>Ciencia, cultura y sociedad. El método científico y acceso a la realidad social. La complejidad de lo social en las sociedades actuales y el pluralismo cognitivo, teórico y metodológico. La posición del sujeto en el proceso de investigación social. Métodos, estrategias y técnicas de investigación social. Proyecto, diseño y fases del proceso de investigación. Programación y planificación de la investigación social. El significado y las implicaciones de la medición en ciencias sociales. Datos empíricos primarios y secundarios. Fuentes y bases de datos demográficos y sociales. Niveles de análisis y complementariedad de la investigación cualitativa y cuantitativa: contextos, aplicaciones y limitaciones. Trabajo de campo y análisis de los resultados. Criterios técnicos para la divulgación rigurosa de los análisis y resultados. Posición y papel de los licenciados y las licenciadas en Ciencias de la Información en la investigación social. La investigación social y su influencia en las propuestas y la evaluación de los productos de comunicación social.</p>				
Historia de España actual (2º)	4.5	3	1.5	Historia Contemporánea	
	<p>Estudio, buscando una interpretación amplia, de los procesos políticos desde la II República hasta nuestros días, con especial referencia a la transición y actual sistema democrático.</p>				
Introducción a la fotografía (2º)	4.5	1.5	3	Comunicación Audiovisual y Publicidad	
	<p>Historia y Técnica de la Fotografía de paso universal. Capacitación en el manejo de cámaras fotográficas de 35 mm, y de medio formato. Sistemas de captación de la imagen (diafragma, obturador, visores, etc); y Dispositivos de Incripción Automática (óptica y películas fotográficas). Conocimiento del laboratorio blanco y negro (b/n). Papeles, y químicos: formatos y estándares.</p>				
Movimientos artísticos contemporáneos (2º)	4.5	3	1.5	Estética y Teoría de las Artes Historia del Arte	
	<p>Estudio de los movimientos del siglo XX con especial atención a las corrientes actuales y especial valoración de su origen en la sociedad de masas e influencia posterior en la misma. Relaciones de estos movimientos con los medios de comunicación en soportes, contenidos y recursos expresivos.</p>				

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)
DENOMINACION (2)	CREDITOS			- por ciclo <input type="text"/>
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos	- curso <input type="text"/>
BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO				VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
Técnicas y prácticas de investigación social (2º)	4.5	1.5	3	Sociología
<p>Técnicas, prácticas y procesos de investigación social. La triangulación de datos, métodos, técnicas e investigadores. La investigación social cuantitativa, aplicación y contextos. El cuestionario; preparación, redacción y presentación. La observación simple cuantitativa, la sistematización de las observaciones; el sociograma. Escalas de actitud y tipos de escalas. El análisis de contenido. Técnicas de análisis cuantitativo y tratamiento gráfico de los resultados. Presentación y publicación de los resultados y conclusiones. La investigación social cualitativa, aplicaciones y contextos. De la observación participante a la investigación-acción-participativa. La entrevista en profundidad. Técnicas grupales. La metodología biográfica. El análisis integral fundamentado en la triangulación.</p>				
Lengua española: teoría y análisis de la construcción de textos (2º)	4.5	1.5	3	Lengua Española
Comunicación y desarrollo (2º)	4.5	3	1.5	Periodismo
<p>Estudio de los mecanismos lingüísticos y de los recursos y estrategias discursivas empleados por los hablantes en la producción textual de secuencias orales y escritas.</p> <p>Estudio y análisis de las políticas y modelos de comunicación y desarrollo. Conocimiento teórico-metodológico de las formas y estrategias de integración de los sistemas públicos de información y conocimiento, los recursos tecnológicos y las culturas populares.</p> <p>Experiencias internacionales de comunicación, educación y desarrollo social. Técnicas de planeación de la acción y gestión comunitaria, a nivel local, en torno a las redes de socialización y comunicación pública.</p>				
Creatividad literaria y mitocrítica (3º)	4.5	3	1.5	Literatura Española
<p>Reflexión sobre la creatividad literaria, sus fundamentos simbólicos y míticos y su presencia en el espacio de la interacción publicitaria. Teorías sobre la creatividad, desde la poética antigua al presente. Introducción a la poética del imaginario: fundamentos de arquetípica y mitocrítica: su potencialidad en la creatividad literaria y su traslado a la comunicación publicitaria.</p>				
Teoría e historia del cartel publicitario (3º)	4.5	2	2.5	Comunicación Audiovisual y Publicidad
<p>Estudio de los aspectos teóricos en los que se fundamenta el cartel como expresión publicitaria. Análisis de la evolución de sus diferentes integrantes, formas, lenguajes, géneros y tendencias. Estudio tanto de su interrelación con el contexto histórico, artístico, técnico y social, como de los autores más relevantes. Retórica del cartel.</p>				
Evolución de la Economía Europea y Española (3º)	4.5	3	1.5	Economía Aplicada
<p>Evolución y análisis de la economía europea y española en el siglo XX. Cambios en el orden económico internacional (instituciones, tratados, acuerdos, ...). El proceso de integración en la Unión Europea. El papel de la publicidad en los cambios del modelo económico. Las multinacionales y las marcas comerciales en el contexto europeo.</p>				

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)
				<input type="text"/> <input type="text"/> - por ciclo <input type="text"/> - curso
DENOMINACION (2)	CREDITOS			VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos	
Nuevas tecnologías aplicadas a la publicidad (3º)	4.5	2	2.5	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Economía aplicada a la publicidad (3º)	4.5	3	1.5	Economía Aplicada
Seminario de problemas actuales de la publicidad (3º)	4.5	1	3.5	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Problemas éticos actuales de la publicidad (4º)	4.5	3	1.5	Filosofía Moral
Relaciones publicas en sectores especializados (4º)	4.5	2.5	2	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Producción publicitaria en medios audiovisuales (4º)	4.5	1.5	3	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Publicidad turística (4º)	4.5	1.5	3	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Documentación publicitaria (4º)	4.5	1.5	3	Periodismo
BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO				
<p>Estudio y análisis de los nuevos soportes tecnológicos en publicidad y de su incidencia tanto en la construcción del mensaje publicitario como en su recepción.</p> <p>La estructura de los mercados publicitarios y la internacionalización (oferta y demanda); la publicidad y los modelos de consumo; la publicidad como instrumento de los grupos de presión y la intervención estatal en la misma; publicidad economía y ética; la financiación de la empresa publicitaria; el papel de las nuevas tecnologías; las grandes empresas, las pymes y el empleo en el sector.</p> <p>Estudio de aquellas tendencias y fenómenos de reciente aparición que inciden en la evolución, concepción y desarrollo de la publicidad actual. Esta asignatura debe considerarse como una puerta por la que accedan a la Universidad las últimas novedades relativas a la publicidad.</p> <p>Perspectiva ética de la información publicitaria. Estudio especial de la persuasión y la manipulación. La publicidad como mensaje en el contexto de los Derechos Humanos.</p> <p>Estudio diferenciado de las diversas estrategias y técnicas generales de las relaciones publicas en su aplicación específica a diversos sectores: empresarial e institucional, publico y privado. Estudio de los casos mas notables y recientes.</p> <p>Aplicación de los principios teóricos y técnicos de la realización audiovisual a la construcción de mensajes publicitarios.</p> <p>Estudio, análisis y aplicación de los principios generales de la publicidad aplicados al sector turístico. Estudios de las interrelaciones, influencias y dependencias entre publicidad y turismo. Publicidad turística local, nacional e internacional. El turismo y la sociedad de consumo. Análisis de las campañas mas destacadas.</p> <p>El proceso documental y la gestión de la información en las agencias publicitarias y en Relaciones Publicas: conservación, análisis, síntesis, representación y recuperación de materiales publicitarios. Tipología de documentos publicitarios. Construcción y utilización de lenguajes documentales en las bases de datos publicitarias y de relaciones publicas.</p>				

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)			
DENOMINACION (2)		CREDITOS			- por ciclo	- curso	
		Totales	Teóricos	Prácticos /clínicos	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO		VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)					
Modelos de análisis publicitarios (4°)	4.5	2	2.5	Estudio y análisis, mediante diversas aproximaciones metodológicas, de los aspectos relativos a los ejes, la conceptualización, los mensajes, las estrategias y la eficacia de las campañas publicitarias mas representativas. Esta asignatura ha de servir para que el alumnado observe, analice y evalúe todo el proceso publicitario en ejemplos recientes y significativos.			Comunicación Audiovisual y Publicidad
Imagen corporativa (5°)	4.5	2	2.5	Estudio y aplicación de los procesos encaminados a la construcción de la imagen gráfica y formal de empresas e instituciones. Análisis de los casos mas recientes y significativos.			Comunicación Audiovisual y Publicidad
Ceremonial y protocolo (5°)	4.5	2	2.5	Análisis de los sistemas honoríficos de comunicación persuasiva en ámbito espacio- temporal de las relaciones institucionales, y estudio de las estrategias, métodos y técnicas de ordenación.			Comunicación Audiovisual y Publicidad
Comunicación política (5°)	4.5	3	1.5	Definición y concepto de comunicación política. Diferencias entre comunicación política, publicidad política, marketing político y propaganda. La campaña electoral: estudio y análisis del empleo de las formas y estrategias publicitarias por parte de la comunicación política actual. Estudio de los casos mas recientes y notables.			Comunicación Audiovisual y Publicidad
Estética de la publicidad (5°)	4.5	2.5	2	Estudio y análisis de las relaciones y conflictos de carácter estético y cultural que se producen entre el lenguaje artístico y el publicitario.			Estética y Teoría de las Artes
Sociología política y electoral (5°)	4.5	3	1.5	Partidos políticos, grupos de presión y movimientos sociales. Los viejos y nuevos moldes de la representación política. Movilidad política y Partidista. Herramientas y fuentes de datos e informaciones para el análisis. Análisis electoral estático y dinámico. Análisis electoral territorial, ecología política y electoral. Las encuestas políticas y electorales. Los medios de comunicación y los estudios de sociología política y electoral.			Sociología
Derecho mercantil publicitario (5°)	4.5	3	1.5	El derecho de la publicidad. Introducción y características generales. Fuentes del derecho de la publicidad en España. Sujetos de la actividad publicitaria y marco económico para el desarrollo de la actividad publicitaria. Los signos distintivos como instrumentos para el desarrollo de la actividad publicitaria en el mercado: Marca, nombre comercial y rotulo de establecimiento. La contratación en el ámbito del Derecho de la publicidad. Los contratos publicitarios.			Derecho Mercantil

(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.

ANEXO 3: ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD:

LESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE

2. ENSEÑANZAS DE CICLO (2)

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

4. CARGA LECTIVA GLOBAL CRÉDITOS (4)

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CRÉDITOS LIBRE CONFIGURACION (5)	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
I CICLO	1	43,5	12	9			64,5
	2	45	6	9	12		60
	3	6	45	9			60
II CICLO	4	45	7	9			61
	5	12	39	9	22,5		60
						TOTALES	340

(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 TÍTULO (6)

6. SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CRÉDITOS A:

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

(7) - EXPRESION, EN SU CASO, DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS:..... Ver pág. 3 CRÉDITOS.
 - EXPRESION DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8).....

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

- 1.º CICLO AÑOS

- 2.º CICLO AÑOS

8. DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO. (*)

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEORICOS	PRACTICOS/ CLINICOS
PRIMERO	55,5	32	23,5
SEGUNDO	51	32	19
TERCERO	51	30,5	20,5
CUARTO	52	29	23
QUINTO	51	29	22

* SIN INCLUIR LOS CRÉDITOS OPTATIVOS NI DE LIBRE CONFIGURACIÓN.

(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 este.

(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.

ANEXO 1

5. Tablas de equivalencias.-
Primer y Segundo Ciclo.

Troncales y obligatorias (Nuevo plan)	Troncales y obligatorias, Plan del 93
Introducción al marketing (6)	Introducción a la mercadotecnia (4.5)
Historia de la publicidad y las relaciones públicas (6)	Historia de la publicidad (4.5)
Marketing (T. 2.2) (9)	Marketing I (4.5)
Investigación publicitaria (9)	Marketing II (4.5)
Fenomenología de la percepción estética (6)	Sociestadística aplicada a la publicidad (6)
Programación y técnica de las relaciones públicas (T. 2.4) (6)	Métodos y técnicas de investigación de medios audiovisuales (6)
Fotografía publicitaria (9)	Fenomenología de la percepción estética (6)
Redacción publicitaria (T. 2.1) (9)	Programación y técnica de las relaciones públicas (6)
Teoría del consumo (T. 2.2) (6)	Teoría y técnica del lenguaje fotográfico (6)
Concepción y construcción del mensaje publicitario	Redacción publicitaria I (4.5)
Organización y gestión de empresas de servicios (9)	Redacción publicitaria II (4.5)
Planificación y gestión de medios (9)	Sociología del consumo (4.5)
Psicología social aplicada a la publicidad (T. 2.3) (6)	Concepción y construcción del mensaje publicitario (6)
Gabinetes de comunicación: Relaciones Públicas (T. 2.4) (6)	Procesos y técnicas de la creatividad publicitaria (6)
Diseño publicitario (T. 2.1) (9)	Organización y gestión de empresas de servicio I (4.5)
Teoría y estructura de la propaganda (T. 2.3) (6)	Organización y gestión de empresas de servicio II (4.5)
Teoría de la comunicación (T. 1.7) (9)	Planificación y gestión de medios publicitarios I (4.5)
Tecnología medios audiovisuales (T. 1.2) (12)	Planificación y gestión de medios publicitarios II (4.5)
Lengua española: norma y uso (T. 1.5) (9)	Psicología de la motivación (6)
Estructura y procesos sociales (T. 1.1) (7.5)	Gabinetes de comunicación e imagen (6)
Estética de la comunicación (6)	Producción y diseño gráfico aplicados a la publicidad (6)
Tecnología información escrita (T. 1.3) (6)	Publicidad política e institucional (6)
Psicología social de la comunicación (6)	Teoría de la comunicación (6)
Teoría de la información (T. 1.7) (9)	Teoría de la comunicación audiovisual y Tecnología de los medios audiovisuales
Teoría de la publicidad y de las relaciones públicas (T. 1.5) (9)	Teoría y estructura de la lengua española y Lengua Española Instrumental
Historia de la Comunicación Social (T. 1.3) (4.5)	Sociología II
Literatura hispánica actual (6)	Estética I
Documentación informativa (T. 1.4) (6)	Tecnología información escrita
Introducción a la redacción (T. 1.3) (6)	Psicología social de la comunicación (opt.)
Historia de la Comunicación social II (T. 1.2) (4.5)	Teoría de la información
Formas de la comunicación publicitaria (T. 1.6) (6)	Teoría de la Publicidad y Teoría de las Relaciones Públicas
Historia de la cultura contemporánea (T. 1.1)	Historia de la Comunicación Escrita
Optativas (Nuevo Plan)	Literatura española contemporánea
Nuevas tecnologías aplicadas a la publicidad (4.5)	Documentación informativa
Seminario de problemas actuales de la publicidad (4.5)	Redacción
Producción publicitaria en medios audiovisuales (4.5)	Historia de la Comunicación Audiovisual
Estética de la publicidad (4.5)	Análisis del discurso publicitario
Modelos de análisis de la publicidad (4.5)	Historia del pensamiento político y social contemporáneo
Problemas éticos actuales de la publicidad (4.5)	Optativas, plan 93
Modelos de análisis de la publicidad (4.5)	Nuevas tecnologías en la publicidad (6)
Problemas éticos actuales de la publicidad (4.5)	Seminario de problemas actuales de la publicidad (6)
Relaciones públicas en sectores especializados (4.5)	Narrativa audiovisual (6)
Teoría e historia del cartel publicitario (4.5)	Estética de la publicidad (6)
Economía aplicada a la publicidad (4.5)	Semiótica de la publicidad (6)
Introducción a la economía (4.5)	Función social y responsabilidad de la publicidad (6)
Historia de España actual (4.5)	Relaciones públicas en sectores especializados (6)
Historia del Mundo actual (4.5)	Teoría y técnica del cartel (6)
	Economía aplicada a la publicidad (4.5)
	Economía
	Historia de España contemporánea
	Historia del Mundo Actual

II. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

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 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.º, 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) El régimen de acceso a 2.º ciclo se atenderá a lo dispuesto en la legislación vigente.

b) No hay asignaturas llave.

c) El periodo de escolaridad será de 5 años.

d) Las tablas de adaptación son las que siguen:

Ver anexo I

2. Cuadro de asignación de docencia de las materias troncales a las distintas áreas de conocimiento:

Ver anexo 2-A

3. Aclaraciones. Observaciones finales.

No se exige trabajo o proyecto de fin de carrera ni examen ni prueba general para obtener el título.

Se otorgan créditos por equivalencia:

1. **Computables por cualquier tipo de créditos:** Hasta un máximo de 60 créditos por estudios realizados en el extranjero en el marco de convenios internacionales.

2. **Computables por créditos de libre configuración:** Hasta un máximo de 34,5 créditos, por los siguientes conceptos:

a) Por prácticas realizadas bajo convenio y tutorización en empresas o instituciones públicas, siempre que las mismas se realicen en los cursos tercero, cuarto o quinto de carrera.

b) Por trabajos académicamente dirigidos, siempre que dichos trabajos se realicen en los cursos tercero, cuarto o quinto de carrera. El máximo de créditos computables por este concepto será de 6.

c) Por otras actividades académicas organizadas por el Centro en el marco de lo previsto en el Reglamento Regulador de la Libre Configuración Curricular de la Universidad de Sevilla.

Optativas (Nuevo Plan)	Optativas, plan 93
Evolución de la Economía Europea y Española (4,5)	
Comunicación intercultural (4,5)	
Introducción a la teoría de la imagen (4,5)	Análisis del discurso audiovisual
Métodos y estrategias de investigación social (4,5)	Métodos y técnicas de la investigación social
Comunicación y desarrollo (4,5)	
Introducción a la fotografía (4,5)	
Movimientos artísticos contemporáneos (4,5)	Corrientes estéticas contemporáneas
Técnicas y prácticas de investigación social (4,5)	
Lengua española: teoría y análisis de la construcción de textos (4,5)	Lengua española instrumental II
Literatura y comunicación (4,5)	Literatura y comunicación
Sin equivalencia (*)	Semiótica de la comunicación de masas (6)
Sin equivalencia (*)	Análisis del discurso periodístico
Sin equivalencia (*)	Estadística aplicada a la comunicación
Sin equivalencia (*)	Semiótica de la comunicación
Sin equivalencia (*)	Sociología I
Sin equivalencia (*)	Historia del Mundo Contemporáneo
Sin equivalencia (*)	Configuración Tecnológica de los procesos comunicativos
Sin equivalencia (*)	Historia de la Europa Comunitaria
Sin equivalencia (*)	Estructura social contemporánea de España y Andalucía
Sin equivalencia (*)	Introducción al derecho de la Comunicación

(*) Las asignaturas del Plan 93 que no tienen equivalencia en el nuevo plan podrán ser aplicadas al cómputo de créditos de libre configuración u optativos en éste último.