

UNIVERSIDADES

24428 RESOLUCIÓN de 21 de noviembre de 2002, de la Universidad de Girona, por la que se publica la homologación del plan de estudios conducente al título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Homologado por el Consejo de Universidades, por acuerdo de su Comisión académica de fecha 10 de junio de 2002, el plan de estudios conducente al título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Escuela Superior de Relaciones Públicas de Girona, centro adscrito a la Universidad de Girona, queda configurado conforme figura en el anexo de esta Resolución.

Girona, 21 de noviembre de 2002.—El Rector, Joan Batlle Grabulosa.

ANEXO 2-A. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

DE GIRONA

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	Análisis del entorno social y de su evolución histórica	8T+4A	9	3	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
1		Comunicación e información audiovisual	Comunicación e información audiovisual	12T	6	6	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo
1		Comunicación e información escrita	Comunicación e información escrita	12T	6	6	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo

UNIVERSIDAD

DE GIRONA

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		Documentación informativa	Documentación informativa	6T	3	3	Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación.	Biblioteconomía y Documentación Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo
1		Lengua	Lengua Española o Lengua Catalana	8T+1A	4,5	4,5	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española o de la otra lengua oficial propia de la Comunidad Autónoma donde radique la Universidad, a elección del alumno. Lengua y publicidad. Lengua y relaciones públicas.	Lengua Española Filología Catalana
1		Teoría de la comunicación y teoría de la información	Teoría de la comunicación y teoría de la información	10T+2A	9	3	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

UNIVERSIDAD

DE GIRONA

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		Publicidad y relaciones públicas	Introducción a la publicidad	12T+6A			Introducción teórica y práctica a la publicidad y a sus estructuras organizativas. La publicidad en nuestra sociedad. Evolución histórica. Comunicación y publicidad. La actuación publicitaria.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
			Introducción a las relaciones públicas	6T+3A	4,5	4,5		
2		Creatividad publicitaria	Creatividad publicitaria	10T+2A	6	6	Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.	Comunicación Audiovisual y Publicidad

UNIVERSIDAD

DE GIRONA

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		
2		Planificación y medios publicitarios	Planificación y medios publicitarios	10T+2A	6	6	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
2		Sistemas y procesos de la publicidad y de las relaciones públicas	Sistemas y procesos de la publicidad y de las relaciones públicas	10T+2A	6	6	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias y de relaciones públicas: anunciantes, instituciones, empresas, agencias de publicidad y de relaciones públicas, soportes y receptores.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo Psicología Social Sociología
2		Teoría y técnicas de las relaciones públicas	Teoría y técnicas de las relaciones públicas I	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

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD

DE GIRONA

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		Psicología social de la comunicación	9	6	3	Introducción a la psicología. La psicología social. La influencia social. Los procesos psicológicos de la comunicación interpersonal y social.	Psicología Social
1		Estructuras publicitarias	12	9	3	Estudio de las estructuras del sistema publicitario. El anunciante. La agencia de publicidad. Las centrales de medios. Los medios publicitarios.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo
1		Análisis e investigación de mercados	12	9	3	Estudio de las técnicas de recogida y análisis de datos de la estadística descriptiva. El mercado: concepto, clasificación y segmentación. La investigación de mercados: los estudios de mercado. La investigación cuantitativa y cualitativa.	Comercialización e Investigación de Mercados Economía Aplicada Fundamentos del Análisis Económico
1		Introducción a la economía y a la empresa	6	3	3	El sistema económico. La actividad económica. Estructura económica mundial, española y catalana. La empresa como unidad de producción. Las organizaciones y sus entornos.	Economía Aplicada Fundamentos del Análisis Económico Economía Financiera y Contabilidad
1		Programas de relaciones públicas	12	6	6	Los programas de comunicación interna, de crisis, de comunicación financiera. Las relaciones con los medios de comunicación. El lobbismo.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo
1		El proceso audiovisual	12	6	6	Análisis de los elementos que configuran el proceso de pre-producción, realización y post-producción en el cine y la televisión.	Comunicación Audiovisual y Publicidad

UNIVERSIDAD

DE GIRONA

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		Teoría de la imagen	12	9	3	Conceptualización y análisis de las representaciones icónicas y acústicas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Psicología Social
1		Dirección de marketing	12	6	6	El marketing conceptual. El consumidor, el comprador y la demanda. El plan de marketing: estructura y realización. El marketing en sectores especializados.	Comercialización e Investigación de Mercados Comunicación Audiovisual y Publicidad Economía Aplicada Sociología
1		Gestión de conflictos	12	6	6	La teoría del conflicto. Prevención y resolución de conflictos. Las formas de resolución de conflictos. La negociación y la mediación.	Psicología Social Sociología
2		Teoría y técnicas de las relaciones públicas II	12	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

(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

DE GIRONA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)
 Créditos totales para optativas (1)
 - por ciclo
 - curso

DENOMINACIÓN (2)	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/clínicos		
Derecho de la publicidad y de las relaciones públicas	6	3	3	El derecho a la libertad de expresión y sus límites. Las instituciones de derecho de la publicidad y de las relaciones públicas. Los contratos publicitarios. Los delitos relacionados con las formas comunicativas.	Derecho Mercantil Derecho Civil Derecho Penal
Lenguaje publicitario	6	3	3	Teoría y práctica de las diferentes formas de expresión de los mensajes publicitarios, tanto de los escritos como los audiovisuales y multimedia.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Ética de la comunicación social	6	3	3	El papel de la ética en la actividad periodística y en la comunicación en las organizaciones. Análisis de los códigos de ética de las asociaciones de profesionales de la comunicación empresarial y publicitaria.	Periodismo
Taller de prensa	6	3	3	Proyecto de periódico. Reportero en prensa.	Periodismo
Taller de radio	6	3	3	Proyecto de programa radiofónico en los diferentes géneros.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Audiovisual interactivo	6	3	3	Métodos y procesos del audiovisual basados en la interactividad con el espectador: multimedia y realidad virtual.	Lenguajes y Sistemas Informáticos Comunicación Audiovisual y Publicidad
Organización de empresas	6	3	3	Modelos de organización empresarial. El diseño organizativo. La toma de decisiones. Estilo y formas de dirección empresarial. La dirección por objetivos.	Organización de Empresas
Programación de acciones de relaciones públicas	6	3	3	Instrumentos de programación en relaciones públicas. El PERT, el diagrama de Gant, el sistema de programación por calendario.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Comunicación política y electoral	6	3	3	La teoría de la comunicación política. Los emisores políticos, la opinión pública y los medios de comunicación como actores políticos. De la propaganda electoral al marketing político. Relaciones públicas y política.	Comunicación Audiovisual y Publicidad

UNIVERSIDAD

DE GIRONA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	
				30	
				- por ciclo <input type="text"/>	
				- curso <input type="text"/>	
DENOMINACIÓN (2)	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Programas de identidad visual corporativa	6	3	3	La identidad visual de las organizaciones. Marcas, logotipos y logomarcas. Los programas de identidad visual: estructura y contenido.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Arte contemporáneo	6	3	3	Estudio de las principales corrientes y movimientos estéticos y artísticos desde finales del siglo XIX. Su influencia en la publicidad.	Historia del Arte
Historia del cine	6	3	3	Evolución del cine desde los inicios hasta la actualidad.	Comunicación Audiovisual y Publicidad Historia del Arte
Técnicas de investigación en comunicación	6	3	3	Métodos y técnicas de investigación formal y evaluativa en los programas de publicidad y de relaciones públicas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Producción y realización publicitarias	6	3	3	Estudio de los procesos de producción, realización y postproducción de materiales publicitarios.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Dirección de arte	6	3	3	Concepto visual y gráfico de los mensajes publicitarios. Definición de la estrategia artística, elaboración de esbozos y maquetas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Escritura creativa	6	3	3	Análisis de las diferentes estructuras del discurso escrito y verbal, así como de las figuras de estilo enfocadas a la creatividad en los mensajes escritos convencionales y publicitarios.	Filología Catalana Lengua Española
Taller de creación audiovisual I	6	--	6	Prácticas de producción, guionaje, dirección cinematográfica o realización televisiva en los diferentes géneros (I).	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Taller de creación audiovisual II	6	--	6	Prácticas de producción, guionaje, dirección cinematográfica o realización televisiva en los diferentes géneros (II).	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Taller de creación audiovisual III	6	--	6	Prácticas de producción, guionaje, dirección cinematográfica o realización televisiva en los diferentes géneros (III).	Comunicación Audiovisual y Publicidad

UNIVERSIDAD

DE GIRONA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	
				30	
				- por ciclo <input type="text"/>	
				- curso <input type="text"/>	
DENOMINACIÓN (2)	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Taller de creación audiovisual IV	6	--	6	Prácticas de producción, guionaje, dirección cinematográfica o realización televisiva en los diferentes géneros (IV).	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Teoría y técnicas fotográficas	6	3	3	Teoría y técnica del lenguaje fotográfico en publicidad. Los géneros fotográficos. Los diferentes soportes de la fotografía publicitaria. Estrategia, conceptualización y elaboración del mensaje fotográfico.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Guionaje publicitario	6	3	3	Estudio y realización de guiones descriptivos, técnicos e ilustrados de anuncios publicitarios.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Comunicación verbal y gestual	6	3	3	Estudio teórico y práctico de las formas de la comunicación verbal y gestual. La expresión oral y las presentaciones en público. El lenguaje de los gestos. La aplicación de la comunicación gestual.	Psicología Social
Expresión escrita	6	3	3	El estilo en la redacción de textos convencionales y documentos en la comunicación de las organizaciones: informes, memorias, invitaciones, felicitaciones, convocatorias, etc.	Filología Catalana Lengua Española
Redacción periodística	6	3	3	Procesos de creación y elaboración de la comunicación periodística a través de los medios escritos. La noticia y su estructura. Técnicas redaccionales. El comunicado o nota de prensa. El dossier de prensa.	Periodismo
Vídeo empresarial e institucional	6	3	3	Producción y realización de un vídeo corporativo de una organización real.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Dirección de cuentas	6	3	3	La figura y las tareas del director de cuentas en las empresas de publicidad y de relaciones públicas.	Comunicación Audiovisual y Publicidad

UNIVERSIDAD

DE GIRONA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	
				30	
				- por ciclo <input type="checkbox"/>	
				- curso <input type="checkbox"/>	
DENOMINACIÓN (2)	CRÉDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACIÓN A ÁREAS DE CONOCIMIENTO (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Sociología general y del consumo	6	3	3	Los conceptos generales de la sociología. Sociología del consumo. Los modelos de comportamiento del consumidor. Búsqueda de información en la toma de decisiones. Percepciones y preferencias. El proceso de compra.	Sociología Psicología Social
Opinión pública	6	3	3	Espacio público y comunicación social. Teoría de la opinión pública: concepto, objeto, formación, formas de expresión y medición.	Periodismo
Protocolo y organización de actos	6	3	3	El protocolo oficial y el ceremonial. El protocolo empresarial. El protocolo social. La organización de actos y eventos: seminarios, jornadas, congresos, ferias y otras reuniones de grupo.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Patrocinio y mecenazgo	6	3	3	La gestión del patrocinio deportivo: concepto y estrategias. Régimen jurídico del patrocinio. El mecenazgo: las relaciones públicas y la cultura. Filantropía y mecenazgo cultural.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Relaciones públicas en sectores especializados	6	3	3	Las relaciones públicas aplicadas a los sectores industrial, sanitario, político cultural, internacional, del ocio y otros. Estudio de casos prácticos.	Comunicación Audiovisual y Publicidad
El proceso interactivo multimedia	6	3	3	Análisis de los elementos de la comunicación multimedia en las fases de ideación y de escritura, de realización, de editaje y de difusión.	Lenguajes y Sistemas Informáticos Comunicación Audiovisual y Publicidad
Publicidad y nuevas tecnologías	6	3	3	Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como soporte de las estrategias publicitarias. El comercio electrónico.	Lenguajes y Sistemas Informáticos Comunicación Audiovisual y Publicidad
Relaciones públicas en sistemas interactivos multimedia	6	3	3	Técnicas y procesos de elaboración de campañas de relaciones públicas basadas en programas y soportes multimedia.	Lenguajes y Sistemas Informáticos 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:

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE
 CICLO (2)

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
(Aproximada)

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CRÉDITOS LIBRE CONFIGURACION (5)	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
I CICLO	1º	51	9				60
	2º	30	30				60
	3º		60				60
II CICLO	4º	36		12	12		60
	5º	12	12	18	18		60
	TOTAL	129	111	30	30		300

- (1) Se indicará lo que corresponda.
- (2) Se indicará lo que corresponda según el art. 4º del R.D. 1497/87 (de 1.º ciclo; de 1.º y 2.º ciclo; de solo 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 - (Según Convenio SOCRATES - ECTS)
 - OTRAS ACTIVIDADES

- EXPRESION, EN SU CASO, DE LOS CREDITOS OTORGADOS: ...Máximo 1,5 créditos.....CRÉDITOS.
- EXPRESION DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA (8) Optativos o libre elección (100 horas = 1 crédito práctico)

7. AÑOS ACADÉMICOS 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 ACADÉMICO.

(Aproximada)

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEÓRICOS (*)	PRACTICOS/ CLINICOS (*)
1º	60	37,5	22,5
2º	60	36	24
3º	60	33	27
4º	60	24	24
5º	60	21	21

(*) No se incluyen los créditos de libre elección

- (6) Si o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En caso afirmativo, se consignarán los créditos en el precedente cuadro de distribución de los créditos de la carga lectiva global.
- (7) Si o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En el primer caso se especificará la actividad a la que se otorgan créditos por equivalencia.
- (8) En su caso, se consignará "materias troncales", "obligatorias", "optativas", "trabajo fin de carrera", etc., así como la expresión del número de horas atribuido, por equivalencia, a cada crédito, y el carácter teórico o práctico de éste.
- (9) Se expresará lo que corresponda según lo establecido en la directriz general segunda del R.D. de directrices generales propias del título de que se trate.

II. ORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

- 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).
- Período de escolarización mínimo, en su caso (artículo 9.º, 2.4.º R.D. 1497/87).
- En su caso, mecanismos de convalidación y/o adaptación al nuevo plan de estudios para los alumnos que vinieran cursando el plan antiguo (artículo 11 R.D. 1497/87).

2. Cuadro de asignación de la docencia de las materias troncales a áreas de conocimiento. Se cumplimentará en el supuesto a) de la Nota (5) del Anexo 2-A.

3. La Universidad podrá añadir las aclaraciones que estime oportunas para acreditar el ajuste del plan de estudios a las previsiones del R.D. de directrices generales propias del título de que se trate (en especial, en lo que se refiere a la incorporación al mismo de las materias y contenidos troncales u 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). Régimen de acceso al 2º ciclo: Será de aplicación la Orden de 5 de Junio de 1992 (BOE nº 141, de 12 de Junio, por la que se regula el acceso al 2º ciclo.

Podrán acceder al segundo ciclo de los estudios conducentes a la obtención del título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas:

- quienes cursen el primer ciclo de estos estudios.
- quienes hayan superado el primer ciclo de la Licenciatura en Periodismo o de la Licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- quienes estén en posesión de un título universitario de carácter oficial o hayan superado un primer ciclo de estudios universitarios oficiales, cursando como complementos de formación, de no haberlo hecho antes,

- 12 créditos en Publicidad y Relaciones Públicas

- 10 créditos en Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información

- 8 créditos en Lengua

1. b) Ordenación temporal en el aprendizaje: No se establecen pre-requisitos

1. c) Período de escolarización mínimo: 4 años académicos.

1. d) Mecanismos de Convalidación y/o adaptación de asignaturas: No procede.

3.

3. 1. Distribución de las enseñanzas por cursos:

Las secuencias previstas e indicadas a continuación se concretarán para cada curso académico en su correspondiente plan docente.

PRIMER CURSO

Asignatura

Análisis del entorno social y de su evolución histórica	12 (anual)
Lengua española o Lengua catalana	9 (anual)
Introducción a la publicidad	9 (anual)
Introducción a las relaciones públicas	9 (anual)
Teoría de la comunicación y teoría de la información	12 (anual)
Psicología social de la comunicación	9 (anual)
Créditos totales	60

SEGUNDO CURSO

Asignatura

Comunicación e información escrita	12 (anual)
Comunicación e información audiovisual	12 (anual)
Estructuras publicitarias	12 (anual)
Análisis e investigación de mercados	12 (anual)
Introducción a la economía y a la empresa	6 (sem. 1)
Documentación informativa	6 (sem. 2)
Créditos totales	60

TERCER CURSO

Asignatura

Programas de relaciones públicas	12 (anual)
El proceso audiovisual	12 (anual)
Teoría de la imagen	12 (anual)
Dirección de marketing	12 (anual)
Gestión de conflictos	12 (anual)
Créditos totales	60

CUARTO CURSO

Asignatura

Creatividad publicitaria	12 (anual)
Planificación y medios publicitarios	12 (anual)
Teoría y técnicas de las relaciones públicas I	12 (anual)
Optativa 1	6 (sem. 1)
Optativa 2	6 (sem. 2)
Libre elección	12
Créditos totales	60

QUINTO CURSO

Asignatura

Sistemas y procesos de la publicidad y de las relaciones públicas	12 (anual)
Teoría y técnicas de las relaciones públicas II	12 (anual)
Optativa 1	6 (sem. 1)
Optativa 2	6 (sem. 1)
Optativa 3	6 (sem. 2)
Libre elección	18
Créditos totales	60