

3940 *RESOLUCIÓN de 17 de febrero de 2005, de la Universidad Católica San Antonio de Murcia, por la que se publica la modificación del plan de estudios del título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.*

Autorizada la modificación del plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, de acuerdo con lo resuelto por el Consejo de Coordinación Universitaria,

en su Comisión Académica de fecha 25 de octubre de 2004, este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación de la modificación de dicho plan de estudios homologado por R. D. 235/2000, BOE 6-03-2000, conforme a lo establecido en el artículo 6.2 del Real Decreto 49/2004, de 19 de enero (Boletín Oficial del Estado de 22 de enero).

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

Murcia, 17 de febrero de 2005.-El Rector, Antonio Montoro Fraguas.

ANEXO

ANEXO 2-A. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

PRIMER CICLO

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		
I	1	Comunicación e Información Escrita	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN ESCRITA	12T	6T	6T	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.
I	1	Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y TEORÍA DE LA INFORMACIÓN	10T+2A	8T+1A	2T+1A	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.
I	1	Análisis del Entorno Social y de su Evolución Histórica	ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIAL Y DE SU EVOLUCIÓN HISTÓRICA	8T	7T	1T	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. -Historia e Instituciones Económicas. -Sociología.

ANEXO 2-A. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

I. 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		
I	1	Publicidad y Relaciones Públicas	PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	12T	6T	6T	Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad.
I	2	Comunicación e Información Audiovisual	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN AUDIOVISUAL	12T	6T	6T	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.
I	2	Documentación Informativa	DOCUMENTACIÓN INFORMATIVA	6T	3T	3T	Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación.	-Biblioteconomía y Documentación. -Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.
I	2	Lengua	LENGUA	8T+1A	4T+1A	4T	Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española.	-Lengua Española.

ANEXO 2-A. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

SEGUNDO CICLO

I. 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		
II	3	Creatividad Publicitaria	CREATIVIDAD PUBLICITARIA	10T+2,5A	5T+2A	5T+0,5A	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.
II	3	Planificación y Medios Publicitarios	PLANIFICACIÓN Y MEDIOS PUBLICITARIOS	10T+2,5A	5T+2A	5T+0,5A	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.
II	4	Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas	SISTEMAS Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	10T+2,5A	5T+2A	5T+0,5A	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelacionales entre los sujetos de las actividades publicitarias y de relaciones públicas: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo. -Psicología Social. -Sociología.
II	4	Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas	TEORÍA Y TÉCNICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	10T+2,5A	5T+2A	5T+0,5A	Diseño, establecimientos 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

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. MATERIAS OBLIGATORIAS (1)							
Ciclo	Curso (2)	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del Contenido	Áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos		
I	1	TEOLOGÍA Y DOCTRINA SOCIAL DE LA IGLESIA	9	7	2	Reflexión desde la fe y el magisterio de la Iglesia sobre la incidencia del cristianismo en la sociedad.	-Antropología Social. -Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos. -Filosofía Moral.
I	1	ECONOMÍA GENERAL	4,5	2,5	2	Análisis de las principales variables de la economía como ciencia social.	-Economía Aplicada.
I	1	HISTORIA Y SISTEMAS DE COMUNICACIÓN	6	3	3	Dimensión histórica de la comunicación social y su desarrollo en la comunicación de masas. Estudio de los sistemas de comunicación.	-Periodismo. -Comunicación Audiovisual y Publicidad.
I	1	HUMANIDADES	4,5	3	1,5	El ser humano como ser histórico y simbólico. Concepto y sentido de la historia. Las raíces de la civilización occidental: cristianismo, judaísmo y cultura grecolatina. Significado y periodos del arte. Literatura y expresión humana. Cuestiones básicas de filosofía: verdad, persona y trascendencia.	-Filosofía. -Historia Antigua. -Historia Contemporánea. -Historia del Arte. -Historia Medieval. -Historia Moderna.
I	2	EFFECTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS	9	5	4	Estudio de los efectos, procesos y métodos de investigación de la comunicación de masas. Análisis de audiencia y factores psicosociales de la comunicación.	-Periodismo. -Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Psicología Social.

ANEXO 2-B. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. MATERIAS OBLIGATORIAS (1)							
Ciclo	Curso (2)	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del Contenido	Áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos		
I	2	ESTRUCTURAS POLÍTICAS	6	3	3	Conocimiento de las principales teorías e instituciones políticas y su evolución histórica. Formas de gobierno y sistemas políticos contemporáneos.	-Ciencia Política y de la Administración. -Derecho Constitucional. -Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales.
I	2	REPORTERISMO	6	3	3	Teoría y práctica del reportaje periodístico, audiovisual y del publirreportaje.	-Periodismo. -Comunicación Audiovisual y Publicidad.
I	2	MOVIMIENTOS ARTÍSTICOS CONTEMPORÁNEOS	4,5	2,5	2	Interrelación entre movimientos artísticos actuales y periodismo.	-Historia del Arte. -Periodismo.
I	2	INTRODUCCIÓN AL DISEÑO PERIODÍSTICO	6	3	3	Diseño periodístico, sus elementos y herramientas de creación.	-Periodismo. -Lenguajes y Sistemas Informáticos.
I	2	LITERATURA CONTEMPORÁNEA	6	3	3	Análisis de la producción literaria en el siglo XX.	-Literatura Española. -Filología Inglesa. -Filología Francesa.

ANEXO 2-B. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. MATERIAS OBLIGATORIAS (1)

Ciclo	Curso (2)	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del Contenido	Áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos		
II	3	ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL	7	5	2	Derechos humanos. Valores éticos y deontología en el ejercicio profesional.	-Antropología Social. -Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social. -Derecho Constitucional.
II	3	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y REDES DE VENTA	8	4	4	Formas de distribución de productos de gran consumo. Estructura de red de ventas: vendedor, jefes de zona. El acto de la venta.	-Comercialización e Investigación de Mercados.
II	3	INGLÉS PARA PUBLICITARIOS	9	4	5	Teoría y práctica del Inglés con especial estudio del lenguaje publicitario.	-Filología Inglesa. -Comunicación Audiovisual y Publicidad.
II	3	DERECHO DE LA PUBLICIDAD	4,5	2,5	2	Legislación vigente sobre publicidad. Derechos de autor y del usuario.	-Derecho Administrativo. -Derecho Mercantil.
II	3	EDICIÓN Y DISEÑO INFOGRÁFICO	6	2	4	Estudio y aplicación de sistemas de edición y diseño por ordenador.	-Periodismo. -Lenguajes y Sistemas Informáticos.

ANEXO 2-B. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. MATERIAS OBLIGATORIAS (1)

Ciclo	Curso (2)	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del Contenido	Áreas de conocimiento (3)
			Totales	Teóricos	Prácticos		
II	4	OPINIÓN PÚBLICA	5,5	3,5	2	Modelos sociológicos en el análisis de la opinión pública.	-Psicología Social. -Sociología.
II	4	PROTOCOLO Y RELACIONES INSTITUCIONALES	6	3	3	Normas protocolarias y estrategias en las relaciones institucionales. Organismos públicos nacionales e internacionales y relaciones entre ellos.	-Psicología Social. -Sociología.
II	4	ESTRATEGIAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	4,5	2	2,5	Dirección estratégica aplicada a las relaciones públicas y a la comunicación persuasiva.	-Sociología. -Comercialización e Investigación de Mercados.
II	4	TRABAJO FIN DE CARRERA	10	2	8	Trabajo fin de carrera con enfoque práctico y profesional, dirigido por un profesor y defendido por el alumno ante un tribunal. Publicaciones científicas. Lenguaje periodístico.	-Todas las áreas de las materias troncales.

(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

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS				Créditos totales para optativas (1): 27	
				Por ciclo:	Por curso:
				1º: 0	1º: 0
				2º: 27	2º: 0
					3º: 9
					4º: 18
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del Contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos		
IMAGEN CORPORATIVA	6	3	3	Estrategia de la imagen aplicada a la identificación institucional y empresarial. Estudio de la metodología para analizar la proyección corporativa de una organización.	-Periodismo. -Comunicación Audiovisual y Publicidad.
EMPRESA Y GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN PUBLICITARIA	9	5	4	Organización de la empresa de publicidad. Gestión y planificación de la producción, planificación, recursos humanos y comercialización.	-Organización de Empresas. -Comunicación Audiovisual y Publicidad.
GESTIÓN EMPRESARIAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	6	3	3	Gestión y planificación de la producción y los recursos humanos y técnicos de la empresa de relaciones públicas.	-Organización de Empresas. -Comunicación Audiovisual y Publicidad.
MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCALES	6	3	3	Creación y organización de medios de comunicación local. Desarrollo de las empresas locales. Prensa, radio y televisión.	-Periodismo. -Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Organización de Empresas.

ANEXO 2-C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS				Créditos totales para optativas (1): 27	
				Por ciclo:	Por curso:
				1º: 0	1º: 0
				2º: 27	2º: 0
					3º: 9
					4º: 18
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del Contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos		
PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN CULTURAL	9	5	4	Análisis de la planificación organizativa y económica de la comunicación, de la cultura y proyectos de gestión de centros y organismos culturales, proyección publicitaria de los mismos.	-Periodismo. -Comunicación Audiovisual y Publicidad.
FOTOPERIODISMO	6	3	3	Géneros fotográficos en periodismo. Reporterismo fotográfico. Técnicas y aplicación práctica.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.
DOCUMENTAL AUDIOVISUAL	6	2	4	Técnicas y procesos de elaboración de documentales sobre soportes audiovisuales.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y DE EMPRESAS	9	4	5	Canalización de las informaciones internas y externas de los gabinetes de comunicación e información de Instituciones y Empresas.	-Periodismo. -Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Organización de Empresas.

ANEXO 2-C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS				Créditos totales para optativas (1): 27	
				Por ciclo:	Por curso:
				1º: 0	- 1º: 0
				2º: 27	- 2º: 0
					- 3º: 9
					- 4º: 18
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del Contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
Totales	Teóricos	Prácticos			
DISEÑO PERIODÍSTICO ESPECIALIZADO	6	3	3	Los objetos de comunicación gráfica de nuestro tiempo: periódicos, revistas, dominicales, etc...	-Periodismo. -Lenguajes y Sistemas Informáticos.
EXPRESIÓN ORAL Y CINÉSICA	9	3	6	Conocimiento teórico y práctica de la capacidad expresiva y comunicativa oral, gestual y de otros códigos de comportamientos.	-Psicología Social. -Periodismo.
DERECHO INTERNACIONAL PÚBLICO	9	6	3	Estudio de las normas jurídicas que rigen a los actores de la sociedad internacional contemporánea.	-Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales. -Ciencia Política y de la Administración.
ESTUDIOS EUROPEOS	9	6	3	Estudio del desarrollo político, económico y militar de la Unión Europea y su contexto internacional.	-Periodismo. -Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales. -Organización de Empresas.

ANEXO 2-C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS				Créditos totales para optativas (1): 27	
				Por ciclo:	Por curso:
				1º: 0	- 1º: 0
				2º: 27	- 2º: 0
					- 3º: 9
					- 4º: 18
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del Contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
Totales	Teóricos	Prácticos			
ECONOMÍA MUNDIAL	6	4	2	Estudio de las instituciones y de los factores que informan la economía mundial.	-Periodismo. -Organización de Empresas. -Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales.
RELACIONES INTERNACIONALES Y POLÍTICA EXTERIOR DE ESPAÑA	6	4	2	Aspectos de la escena internacional contemporánea que encuadran la interacción de sus actores.	-Periodismo. -Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales.
PERIODISMO DIGITAL	6	2	4	Estudio de las nuevas formas de producción periodística a partir de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la Comunicación. Publicaciones digitales, periódicos y revistas on-line, nuevos productos digitales.	-Periodismo. -Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Lenguajes y Sistemas Informáticos.
PROGRAMACIÓN Y TECNOLOGÍA DIGITAL	9	2	7	Conocimiento práctico de las herramientas informáticas para la programación y edición con soportes digitales. Lenguajes digitales (HTML, Java script, etc.).	-Ciencia de la Computación e Inteligencia Artificial. -Lenguajes y Sistemas Informáticos.

ANEXO 2-C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS				Créditos totales para optativas (1): 27	
				Por ciclo:	Por curso:
				1º: 0	- 1º: 0
				2º: 27	2º: 0
					3º: 9
					4º: 18
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del Contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos		
PRODUCCIÓN Y DISEÑO MULTIMEDIA	9	2	7	Análisis de las nuevas presentaciones digitales de los productos on-line. Nuevas estéticas y diseños. Creación de productos multimedia.	-Estética y Teoría de las Artes. -Periodismo. -Comunicación Audiovisual y Publicidad.
REDES Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN	6	2	4	Conocimiento y explotación de los recursos prácticos de las nuevas redes y sistemas digitales (internet, intranets).	-Ciencia de la Computación e Inteligencia Artificial. -Lenguajes y Sistemas Informáticos.
COMERCIO ELECTRÓNICO	6	2	4	Estrategias para aprovechar y optimizar las ventajas ofrecidas por Internet a cada negocio. Estrategias de publicidad, marketing, promoción y de ventas de una empresa e Internet.	-Periodismo. -Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Lenguajes y Sistemas Informáticos.
HERRAMIENTAS DE NUEVAS TECNOLOGÍAS I	6	-	6	Conocimiento práctico de herramientas informáticas de diseño y maquetación básicas (Quark, Freehand, Photoshop).	-Periodismo. -Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Lenguajes y Sistemas Informáticos.

ANEXO 2-C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS				Créditos totales para optativas (1): 27	
				Por ciclo:	Por curso:
				1º: 0	- 1º: 0
				2º: 27	2º: 0
					3º: 9
					4º: 18
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del Contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos		
INTRODUCCIÓN A LA ANIMACIÓN EN ENTORNOS WEB	6	-	6	Introducción a programas informáticos de animación. Macromedia. Flash.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Lenguajes y Sistemas Informáticos.
HISTORIA DE LA PUBLICIDAD	6	5	1	Evolución histórica de las técnicas publicitarias.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Historia Contemporánea. -Sociología.
EMPRESA AUDIOVISUAL	9	6	3	Acercamiento a la organización de las industrias culturales audiovisuales.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Organización de Empresas.
EMPRESA DE PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA	6	4	2	Organización empresarial de la productora de cine.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Organización de Empresas.

ANEXO 2-C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS				Créditos totales para optativas (1): 27	
				Por ciclo:	Por curso:
				1º: 0	- 1º: 0
				2º: 27	2º: 0
					3º: 9
					4º: 18
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del Contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
Totales	Teóricos	Prácticos			
ANIMACIÓN AUDIOVISUAL: TEORÍA Y PRÁCTICA	6	3	3	Evolución histórica de la animación audiovisual y elaboración práctica de cortometrajes con técnicas tradicionales.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.
FOTOGRAFÍA: PRINCIPIOS TEÓRICOS Y TÉCNICOS	6	2	4	Introducción a la teoría y práctica de la fotografía en blanco y negro. Captación y revelado.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.
FOTOGRAFÍA: TEORÍA Y TÉCNICA II	6	2	4	Teoría y práctica de la fotografía en blanco y negro. Fotografía de bodegones, interiores e imágenes nocturnas.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.
INTRODUCCIÓN A LA TECNOLOGÍA AUDIOVISUAL	9	4	5	Introducción a los principios tecnológicos de los medios audiovisuales y práctica en la operación técnica de equipos.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.

ANEXO 2-C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS				Créditos totales para optativas (1): 27	
				Por ciclo:	Por curso:
				1º: 0	- 1º: 0
				2º: 27	2º: 0
					3º: 9
					4º: 18
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del Contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
Totales	Teóricos	Prácticos			
GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN	9	5	4	Estrategias de dirección en el ámbito de las empresas y grupos de comunicación.	-Organización de Empresas. -Periodismo. -Comunicación Audiovisual y Publicidad.
COMUNICACIÓN POLÍTICA	6	4	2	Análisis de los procesos comunicativos en el ámbito político y electoral.	-Ciencia Política y de la Administración. -Periodismo. -Comunicación Audiovisual y Publicidad.
PRODUCCIÓN PUBLICITARIA AUDIOVISUAL	6	2,5	3,5	Técnicas y herramientas audiovisuales para la expresión del mensaje publicitario.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad.
COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS	6	4	2	Estudio teórico-práctico de las nuevas tecnologías aplicadas a la información y la comunicación.	-Periodismo. -Lenguajes y Sistemas Informáticos.
ESTRATEGIAS DE LA PROGRAMACIÓN EN RADIO Y TELEVISIÓN	9	4	5	Expresión de las políticas empresarial-comunicativas a través de la parrilla de programación. Análisis de las relaciones entre las audiencias, publicidad y programación. Los géneros en la programación.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.
TEORÍA Y ANÁLISIS FÍLMICO	6	3	3	Análisis práctico del texto cinematográfico.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad.
GUIÓN CINEMATOGRAFICO	9	5	4	Conceptos y elementos del guión cinematográfico: sinopsis, tratamientos, diálogos, adaptación de relatos, resolución de escenas.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.

ANEXO 2-C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS				Créditos totales para optativas (1): 27	
				Por ciclo:	Por curso:
				1º: 0	1º: 0
				2º: 27	2º: 0
					3º: 9
					4º: 18
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del Contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos		
INSTITUCIONES DE LA UNIÓN EUROPEA	6	4	2	Análisis de las instituciones y de las relaciones internacionales en el marco de la Unión Europea.	-Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales. -Derecho Administrativo. -Derecho Constitucional.
PERIODISMO CIENTÍFICO	6	3	3	Teoría y técnica de la información científica como especialización en el ámbito comunicativo.	-Periodismo.
HISTORIA DEL PERIODISMO MURCIANO	6	3	3	Desarrollo de la comunicación informativa en la cultura murciana.	-Periodismo. -Historia Contemporánea.
POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE LA PROGRAMACIÓN AUDIOVISUAL	9	4	5	Expresión de las políticas empresarial-comunicativas a través de la parrilla de programación. Análisis de las relaciones entre las audiencias, publicidad y programación. Los géneros en la programación audiovisual.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.
GUIÓN AUDIOVISUAL	9	5	4	Conceptos y elementos del guión audiovisual: sinopsis, tratamientos, diálogos, adaptación de relatos, resolución de escenas.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.
PRODUCCIÓN Y TECNOLOGÍA EN RADIO	6	2	4	Introducción a las técnicas de producción radiofónica y los principios tecnológicos del medio.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.
INFORMACIÓN EN RADIO	9	3	6	Introducción a las técnicas y recursos expresivos en el tratamiento de la información en el medio radiofónico.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.

ANEXO 2-C. Contenido del Plan de Estudios

UNIVERSIDAD

CATÓLICA SAN ANTONIO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS				Créditos totales para optativas (1): 27	
				Por ciclo:	Por curso:
				1º: 0	1º: 0
				2º: 27	2º: 0
					3º: 9
					4º: 18
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del Contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos		
INFORMACIÓN EN TELEVISIÓN	6	2	4	Introducción a las técnicas y recursos expresivos en el tratamiento de la información en el medio televisivo.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad. -Periodismo.
TÉCNICAS DE LA NARRATIVA AUDIOVISUAL APLICADAS A LA PUBLICIDAD	6	4	2	Estudio de sistemas y procesos de construcción y análisis de textos publicitarios audiovisual.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad.
POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA	6	3	3	Introducción a las técnicas de programación en el medio radiofónico.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad.
CREATIVIDAD APLICADA	6	2	4	Praxis del pensamiento creativo aplicado a los medios audiovisuales.	-Comunicación Audiovisual y Publicidad.
INFORMÁTICA BÁSICA	4,5	2,5	2	Conocimientos de Informática a nivel de usuario.	-Lenguajes y Sistemas Informáticos.

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

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

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

- (7) PRÁCTICAS 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.

- EXPRESIÓN, EN SU CASO DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS:
 - Máximo por prácticas en empresas: 6 créditos.
 - Máximo en inglés obligatorio: 4,5 créditos, en función de las certificaciones que el alumno acredite.
 - Los máximos para créditos troncales, obligatorios, optativos y de libre disposición, otorgados por estudios realizados en el extranjero, se fijarán en función de las certificaciones que el alumno acredite o de lo estipulado en los respectivos convenios internacionales suscritos por la Universidad.

- EXPRESIÓN DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA: (8)

- Prácticas en empresas, instituciones públicas o privadas, etc.: 1 crédito exigirá como mínimo la realización de 20 horas de prácticas.

- Inglés obligatorio: Los créditos se otorgarán mediante prueba de verificación en la propia Universidad.
- Estudios realizados en el extranjero: 1 crédito por cada 10 horas lectivas.

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

- 1º CICLO AÑOS
 - 2º CICLO AÑOS

8. DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO:

CICLO	AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEÓRICOS (*)	PRÁCTICOS/ CLÍNICOS (*)
I CICLO	1º	68	43,5	24,5
	2º	64,5	33,5	31
	TOTAL	132,5	77	55,5
II CICLO	1º	68,5	34,5/36,5	32/34
	2º	69	31,5/34,5	34,5/37,5
	TOTAL	137,5	66/71	66,5/71,5
TOTAL	270	142,5/147,5	122,5/127,5	

(*) Variable dentro del rango indicado, en función de las optativas elegidas.

- Excluido el 10% 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.

ANEXO 3.

ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS.

- 1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL 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 CONFIGURACIÓN (5)	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
I	1º	44	24	-	7		75
	2º	27	37,5	-	10,5		75
	TOTAL	71	61,5	-	17,5		150
II	3º	25	34,5	9	6,5		75
	4º	25	16	18	6	10	75
	TOTAL	50	50,5	27	12,5	10	150
TOTAL	121	108T+13A	112	27	30	10	300

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

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

II. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS.

1. a) RÉGIMEN DE ACCESO AL SEGUNDO CICLO.
El régimen de acceso al segundo ciclo se regula con carácter general por la normativa y órdenes ministeriales vigentes.
1. b) ORDENACIÓN TEMPORAL DEL APRENDIZAJE.
1. b) 1. Sin perjuicio de las secuencias obligatorias que conforman los itinerarios curriculares mencionados más adelante, la ordenación temporal del aprendizaje que se propone, con carácter orientador, es la siguiente (sin incluir las asignaturas de libre disposición):

Primer curso. (De duración anual)		Primer curso. (De duración semestral)	
T - 12	Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información	T - 8	Análisis del Entorno Social y de su Evolución Histórica 1 S
T - 12	Publicidad y Relaciones Públicas	Ob - 4,5	Economía General 2 S
T - 12	Comunicación e Información Escrita	Ob - 6	Historia y Sistemas de Comunicación 2 S
Ob - 9	Teología y Doctrina Social de la Iglesia	Ob - 4,5	Humanidades 1 S

Segundo curso. (De duración anual)		Segundo curso. (De duración semestral)	
T - 12	Comunicación e Información Audiovisual	T - 6	Documentación Informativa 1 S
T - 9	Lengua	Ob - 6	Estructuras Políticas 1 S
Ob - 9	Efectos y Técn. de Investigación...	Ob - 6	Literatura Contemporánea 2 S
		Ob - 6	Reportalismo 2 S
		Ob - 6	Introducción al Diseño Periodístico 1 S
		Ob - 4,5	Movimientos Artísticos Contemporáneos 2 S

Tercer curso. (De duración anual)		Tercer curso. (De duración semestral)	
T - 12,5	Creatividad Publicitaria	Ob - 7	Ética y Deontología Profesional 1 S
T - 12,5	Planificación y Medios Publicitarios	Ob - 6	Edición y Diseño Infográfico 2 S
Ob - 9	Inglés para Publicitarios	Ob - 8	Canales de Comercialización y Redes de V. 2 S
		Ob - 4,5	Derecho de la Publicidad 1 S
Op - 9	Asignatura Optativa 1		

Cuarto curso. (De duración anual)		Cuarto curso. (De duración semestral)	
T - 12,5	Sistemas y Procesos de la Publicidad	Ob - 6	Protocolo y Relaciones Institucionales 1 S
T - 12,5	Teoría y Técnica de las RR.PP.	Ob - 5,5	Opinión Pública 1 S
Ob - 10	Trabajo Fin de Carrera	Ob - 4,5	Estrategias de las Relaciones Públicas 2 S
		OPTATIVAS: FORMATO A	
Op - 9	Asignatura Optativa 2	Op - 9	Asignatura Optativa 3 2 S
		OPTATIVAS: FORMATO B	
		Op - 6	Asignatura Optativa 2 2 S
		Op - 6	Asignatura Optativa 3 2 S
		Op - 6	Asignatura Optativa 4 1 S

Con esta ordenación académica no se imparten en ningún caso más de 9 asignaturas en el mismo curso ni más de 6 asignaturas simultáneamente.

1. b) 2. Secuencias entre asignaturas: NO se establecen incompatibilidades entre las materias que componen el Plan de Estudios.

1. c) No se establece.

2. ACLARACIONES.

2. a) **Prácticas profesionales en empresas, e instituciones públicas o privadas.**

Las prácticas profesionales susceptibles de ser transformadas en créditos tendrán que ser aprobadas por la Universidad a propuesta de algún departamento, debiendo reglamentarse previamente los criterios que deberán seguirse para poder resolver sobre las peticiones de homologación. El nivel de la práctica realizada y su desarrollo será supervisado por algún departamento de los que intervienen en la Licenciatura, que tendrá que designar al efecto un profesor tutor. La evaluación de la práctica será realizada por el departamento, teniendo en cuenta el informe escrito que deberá realizar la empresa y la memoria escrita elaborada por el profesor tutor. La evaluación realizada, así como los informes mencionados deberán remitirse a la Universidad para poder incorporar el resultado en el expediente académico del alumno.

2. b) **Asignaturas optativas.**

Las asignaturas optativas que componen el Plan de Estudios se implantarán progresivamente. La Universidad fijará el número mínimo de alumnos necesario para que una asignatura optativa pueda impartirse.

2. c) **Asignaturas optativas que forman itinerarios curriculares:**

El alumno que ~~desee~~ cursar un itinerario curricular coherente y bien articulado podrá seguir uno de los tres recomendados a continuación:

Itinerario "Comunicación Institucional y de la Empresa"

Comunicación Institucional y de Empresas
Comercio Electrónico
Imagen Corporativa
Gestión y Dirección de Empresas de Comunicación
Informática Básica

Itinerario "Marketing y Publicidad Multimedia"

Producción y Diseño Multimedia
Comercio Electrónico
Imagen Corporativa
Empresa y Gestión de la Producción Publicitaria
Informática Básica

Itinerario "Dirección Publicitaria Audiovisual"

Animación Audiovisual: Teoría y Práctica
Producción Publicitaria Audiovisual
Técnicas de la Narrativa Audiovisual Aplicadas a la Publicidad
Políticas y Estrategias de la Programación Audiovisual
Informática Básica

3. TABLA DE CONVALIDACIONES Y/O ADAPTACIONES AL PLAN REFORMADO (Art.11 R.D. 1497/87 y sucesivos).

Curso	Asignatura Plan 2000	Curso	Asignatura Plan Reformado
4º-Ob	PROTOCOLO Y RELACIONES INSTITUCIONALES - 6 créditos	4º-Ob	PROTOCOLO Y RELACIONES INSTITUCIONALES - 6 créditos
4º-Ob	ESTRATEGIAS DE LAS RELACIONES PUBLICAS - 4,5 créditos	4º-Ob	ESTRATEGIAS DE LAS RELACIONES PUBLICAS - 4,5 créditos
4º-Ob	TRABAJO FIN DE CARRERA - 10 créditos	4º-Ob	TRABAJO FIN DE CARRERA - 10 créditos
Op	COMUNICACION INSTITUCIONAL Y DE EMPRESAS - 9 créditos	Op	COMUNICACION INSTITUCIONAL Y DE EMPRESAS - 9 créditos
Op	DISENO PERIODISTICO ESPECIALIZADO - 6 créditos	Op	DISENO PERIODISTICO ESPECIALIZADO - 6 créditos
Op	EXPRESION ORAL Y CINÉSICA - 9 créditos	Op	EXPRESION ORAL Y CINÉSICA - 9 créditos
Op	DOCUMENTAL AUDIOVISUAL - 6 créditos	Op	DOCUMENTAL AUDIOVISUAL - 6 créditos
Op	FOTOPERIODISMO - 6 créditos	Op	FOTOPERIODISMO - 6 créditos
Op	PLANIFICACION Y GESTION CULTURAL - 9 créditos	Op	PLANIFICACION Y GESTION CULTURAL - 9 créditos
Op	MEDIOS DE COMUNICACION LOCALES - 6 créditos	Op	MEDIOS DE COMUNICACION LOCALES - 6 créditos
Op	GESTION EMPRESARIAL DE LAS RELACIONES PUBLICAS - 6 créditos	Op	GESTION EMPRESARIAL DE LAS RELACIONES PUBLICAS - 6 créditos
Op	EMPRESA Y GESTION DE LA PRODUCCION PUBLICITARIA - 9 créditos	Op	EMPRESA Y GESTION DE LA PRODUCCION PUBLICITARIA - 9 créditos
Op	IMAGEN CORPORATIVA - 6 créditos	Op	IMAGEN CORPORATIVA - 6 créditos
Op	PRODUCCION Y DISEÑO MULTIMEDIA - 9 créditos	Op	PRODUCCION Y DISEÑO MULTIMEDIA - 9 créditos
Op	DERECHO INTERNACIONAL PUBLICO - 9 créditos	Op	DERECHO INTERNACIONAL PUBLICO - 9 créditos
Op	ESTUDIOS EUROPEOS - 9 créditos	Op	ESTUDIOS EUROPEOS - 9 créditos
Op	RELACIONES INTERNACIONALES Y POLITICA EXTERIOR DE ESPAÑA - 6 créditos	Op	RELACIONES INTERNACIONALES Y POLITICA EXTERIOR DE ESPAÑA - 6 créditos
Op	ECONOMÍA MUNDIAL - 6 créditos	Op	ECONOMÍA MUNDIAL - 6 créditos
Op	PROGRAMACION Y TECNOLOGIA DIGITAL - 9 créditos	Op	PROGRAMACION Y TECNOLOGIA DIGITAL - 9 créditos
Op	REDES Y SISTEMAS DE INFORMACION - 6 créditos	Op	REDES Y SISTEMAS DE INFORMACION - 6 créditos
Op	PERIODISMO DIGITAL - 6 créditos	Op	PERIODISMO DIGITAL - 6 créditos
Op	ANIMACION AUDIOVISUAL: TEORIA Y PRACTICA - 6 créditos	Op	ANIMACION AUDIOVISUAL: TEORIA Y PRACTICA - 6 créditos
Op	COMERCIO ELECTRONICO - 6 créditos	Op	COMERCIO ELECTRONICO - 6 créditos
Op	HERRAMIENTAS DE NUEVAS TECNOLOGIAS I - 6 créditos	Op	HERRAMIENTAS DE NUEVAS TECNOLOGIAS I - 6 créditos
Op	HISTORIA DE LA PUBLICIDAD - 6 créditos	Op	HISTORIA DE LA PUBLICIDAD - 6 créditos
Op	INTRODUCCION A LA ANIMACION EN ENTORNOS WEB - 6 créditos	Op	INTRODUCCION A LA ANIMACION EN ENTORNOS WEB - 6 créditos
Op	EMPRESA DE PRODUCCION CINEMATOGRAFICA - 6 créditos	Op	EMPRESA DE PRODUCCION CINEMATOGRAFICA - 6 créditos
Op	FOTOGRAFIA: PRINCIPIOS TEORICOS Y TECNICOS - 6 créditos	Op	FOTOGRAFIA: PRINCIPIOS TEORICOS Y TECNICOS - 6 créditos
Op	FOTOGRAFIA: TEORIA Y TECNICA II - 6 créditos	Op	FOTOGRAFIA: TEORIA Y TECNICA II - 6 créditos

3. TABLA DE CONVALIDACIONES Y/O ADAPTACIONES AL PLAN REFORMADO (Art.11 R.D. 1497/87 y sucesivos).

Curso	Asignatura Plan 2000	Curso	Asignatura Plan Reformado
1º-Tr	ANALISIS DEL ENTORNO SOCIAL Y DE SU EVOLUCION HISTORICA - 8 créditos	1º-Tr	ANALISIS DEL ENTORNO SOCIAL Y DE SU EVOLUCION HISTORICA - 8 créditos
1º-Tr	TEORIA DE LA COMUNICACION Y TEORIA DE LA INFORMACION - 12 créditos	1º-Tr	TEORIA DE LA COMUNICACION Y TEORIA DE LA INFORMACION - 12 créditos
1º-Tr	COMUNICACION E INFORMACION ESCRITA - 12 créditos	1º-Tr	COMUNICACION E INFORMACION ESCRITA - 12 créditos
1º-Tr	PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS - 12 créditos	1º-Tr	PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS - 12 créditos
1º-Ob	INFORMÁTICA BÁSICA - 4,5 créditos	Op	INFORMÁTICA BÁSICA - 4,5 créditos
1º-Ob	HISTORIA Y SISTEMAS DE COMUNICACION - 6 créditos	1º-Ob	HISTORIA Y SISTEMAS DE COMUNICACION - 6 créditos
1º-Ob	ECONOMÍA GENERAL - 4,5 créditos	1º-Ob	ECONOMÍA GENERAL - 4,5 créditos
1º-Ob	TEOLOGÍA Y DOCTRINA SOCIAL DE LA IGLESIA - 9 créditos	1º-Ob	TEOLOGÍA Y DOCTRINA SOCIAL DE LA IGLESIA - 9 créditos
2º-Tr	LENGUA - 9 créditos	2º-Tr	LENGUA - 9 créditos
2º-Tr	COMUNICACION E INFORMACION AUDIOVISUAL - 12 créditos	2º-Tr	COMUNICACION E INFORMACION AUDIOVISUAL - 12 créditos
2º-Tr	DOCUMENTACION INFORMATIVA - 6 créditos	2º-Tr	DOCUMENTACION INFORMATIVA - 6 créditos
2º-Ob	REPORTERISMO - 6 créditos	2º-Ob	REPORTERISMO - 6 créditos
2º-Ob	MOVIMIENTOS ARTÍSTICOS CONTEMPORÁNEOS - 4,5 créditos	2º-Ob	MOVIMIENTOS ARTÍSTICOS CONTEMPORÁNEOS - 4,5 créditos
2º-Ob	INTRODUCCION AL DISEÑO PERIODISTICO - 6 créditos	2º-Ob	INTRODUCCION AL DISEÑO PERIODISTICO - 6 créditos
2º-Ob	ESTRUCTURAS POLITICAS - 6 créditos	2º-Ob	ESTRUCTURAS POLITICAS - 6 créditos
2º-Ob	LITERATURA CONTEMPORÁNEA - 6 créditos	2º-Ob	LITERATURA CONTEMPORÁNEA - 6 créditos
2º-Ob	EFFECTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION DE MASAS - 9 créditos	2º-Ob	EFFECTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION DE MASAS - 9 créditos
3º-Tr	PLANIFICACION Y MEDIOS PUBLICITARIOS - 12,5 créditos	3º-Tr	PLANIFICACION Y MEDIOS PUBLICITARIOS - 12,5 créditos
3º-Tr	CREATIVIDAD PUBLICITARIA - 12,5 créditos	3º-Tr	CREATIVIDAD PUBLICITARIA - 12,5 créditos
3º-Ob	DERECHO DE LA PUBLICIDAD - 4,5 créditos	3º-Ob	DERECHO DE LA PUBLICIDAD - 4,5 créditos
3º-Ob	ÉTICA Y DEONTOLOGIA PROFESIONAL - 7 créditos	3º-Ob	ÉTICA Y DEONTOLOGIA PROFESIONAL - 7 créditos
3º-Ob	INGLÉS PARA PUBLICITARIOS - 9 créditos	3º-Ob	INGLÉS PARA PUBLICITARIOS - 9 créditos
3º-Ob	EDICION Y DISEÑO INFOGRAFICO - 6 créditos	3º-Ob	EDICION Y DISEÑO INFOGRAFICO - 6 créditos
3º-Ob	CANALES DE COMERCIALIZACION Y REDES DE VENTA - 8 créditos	3º-Ob	CANALES DE COMERCIALIZACION Y REDES DE VENTA - 8 créditos
4º-Tr	SISTEMAS Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD Y DE LAS RELACIONES PUBLICAS - 12,5 créditos	4º-Tr	SISTEMAS Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD Y DE LAS RELACIONES PUBLICAS - 12,5 créditos
4º-Tr	TEORIA Y TECNICA DE LAS RELACIONES PUBLICAS - 12,5 créditos	4º-Tr	TEORIA Y TECNICA DE LAS RELACIONES PUBLICAS - 12,5 créditos
4º-Ob	OPINION PUBLICA - 5,5 créditos	4º-Ob	OPINION PUBLICA - 5,5 créditos

3. TABLA DE CONVALIDACIONES Y/O ADAPTACIONES AL PLAN REFORMADO (Art.11 R.D. 1497/87 y sucesivos).

Curso	Asignatura Plan 2000	Curso	Asignatura Plan Reformado
Op	INTRODUCCIÓN A LA TECNOLOGÍA AUDIOVISUAL - 9 créditos	Op	INTRODUCCIÓN A LA TECNOLOGÍA AUDIOVISUAL - 9 créditos
Op	EMPRESA AUDIOVISUAL - 9 créditos	Op	EMPRESA AUDIOVISUAL - 9 créditos
Op	HUMANIDADES - 4,5 créditos	1º-Ob	HUMANIDADES - 4,5 créditos
Op	COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS - 6 créditos	Op	COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS - 6 créditos
Op	PERIODISMO CIENTÍFICO - 6 créditos	Op	PERIODISMO CIENTÍFICO - 6 créditos
Op	INSTITUCIONES DE LA UNIÓN EUROPEA - 6 créditos	Op	INSTITUCIONES DE LA UNIÓN EUROPEA - 6 créditos
Op	GUIÓN CINEMATOGRAFICO - 9 créditos	Op	GUIÓN CINEMATOGRAFICO - 9 créditos
Op	GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN - 9 créditos	Op	GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN - 9 créditos
Op	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA AUDIOVISUAL - 6 créditos	Op	PRODUCCIÓN PUBLICITARIA AUDIOVISUAL - 6 créditos
Op	HISTORIA DEL PERIODISMO MURCIANO - 6 créditos	Op	HISTORIA DEL PERIODISMO MURCIANO - 6 créditos
Op	COMUNICACIÓN POLÍTICA - 6 créditos	Op	COMUNICACIÓN POLÍTICA - 6 créditos
Op	ESTRATEGIAS DE LA PROGRAMACIÓN EN RADIO Y TELEVISIÓN - 9 créditos	Op	ESTRATEGIAS DE LA PROGRAMACIÓN EN RADIO Y TELEVISIÓN - 9 créditos
Op	TEORÍA Y ANÁLISIS FÍLMICO - 6 créditos	Op	TEORÍA Y ANÁLISIS FÍLMICO - 6 créditos
Op	GUIÓN AUDIOVISUAL - 9 créditos	Op	GUIÓN AUDIOVISUAL - 9 créditos
Op	POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA - 6 créditos	Op	POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA - 6 créditos
Op	CREATIVIDAD APLICADA - 6 créditos	Op	CREATIVIDAD APLICADA - 6 créditos
Op	TÉCNICAS DE LA NARRATIVA AUDIOVISUAL APLICADAS A LA PUBLICIDAD - 6 créditos	Op	TÉCNICAS DE LA NARRATIVA AUDIOVISUAL APLICADAS A LA PUBLICIDAD - 6 créditos
Op	PRODUCCIÓN Y TECNOLOGÍA EN RADIO - 6 créditos	Op	PRODUCCIÓN Y TECNOLOGÍA EN RADIO - 6 créditos
Op	POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE LA PROGRAMACIÓN AUDIOVISUAL - 9 créditos	Op	POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE LA PROGRAMACIÓN AUDIOVISUAL - 9 créditos
Op	INFORMACIÓN EN TELEVISIÓN - 6 créditos	Op	INFORMACIÓN EN TELEVISIÓN - 6 créditos
Op	INFORMACIÓN EN RADIO - 9 créditos	Op	INFORMACIÓN EN RADIO - 9 créditos