

1519 RESOLUCIÓN de 3 de enero de 2006, de la Universidad San Jorge, por la que se publica el Plan de Estudios de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Homologado el 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, y homologado el título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad

de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad San Jorge, de Zaragoza, por Acuerdo del Consejo de Ministros de 23 de septiembre de 2005; de conformidad con lo dispuesto en el artículo 5 del Real Decreto 49/2004, de 19 de enero, este Rectorado ha resuelto publicar el Plan de Estudios de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, que quedará estructurado conforme figura en el anexo de esta Resolución.

Zaragoza, 3 de enero de 2006.-El Rector, Javier Pérez Herreras.

ANEXO 2 A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD SAN JORGE
PLAN DE ESTUDIOS CONDUENTE AL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso	Denominación	Asignaturas en las que la Universidad, en su caso, organiza / diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Total	Teoría	Prácticos/ clínicos		
1º	1º	Análisis del entorno social y de su evolución histórica	Análisis del entorno social y de su evolución histórica	8T	7	1	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" y "Sociología".
1º	2º	Comunicación e información audiovisual	Comunicación audiovisual	6T+2A	4	4	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Periodismo".
			Teoría y técnica de la radio	6T	3	3	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios audiovisuales.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Periodismo".
1º	2º	Comunicación e información escrita	Géneros periodísticos	6T+1A	3	4	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Periodismo".
			Comunicación escrita	6T+2A	4	4	Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Periodismo".
1º	1º	Documentación informativa	Documentación informativa	6T+1'5A	4	3,5	Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación.	"Biblioteconomía y Documentación", "Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Periodismo".
1º	1º	Lengua	Lengua	8T	4	4	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 Española".

ANEXO 2 A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD SAN JORGE
PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso	Denominación	Asignaturas en las que la Universidad, en su caso, organiza / diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Total	Teoría	Prácticos/ clínicos		
1º	2º	Publicidad y relaciones públicas	Introducción a la publicidad	6T+1 5A	4	3,5	Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad".
			Comunicación institucional y relaciones públicas	6T	3	3	Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad".
1º	1º	Teoría de la comunicación y teoría de la información	Teoría de la comunicación	5T+1A	5	1	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" y "Sociología".
			Teoría de la información	5T+1A	5	1	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" y "Sociología".
2º	3º	Creatividad publicitaria	Creatividad publicitaria I	5T+1A	3	3	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".
			Creatividad publicitaria II	5T+1A	3	3	Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad".
2º	3º	Planificación y medios publicitarios	Medios publicitarios	5T+1A	3	3	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" y "Sociología".
			Marketing	5T	3	2	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" y "Sociología".

ANEXO 2 A. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD SAN JORGE
PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso	Denominación	Asignaturas en las que la Universidad, en su caso, organiza / diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Total	Teoría	Prácticos/ clínicos		
2º	3º	Sistemas y procesos de la publicidad y de las relaciones públicas	Sistemas y procesos I	5T+1A	3	3	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".
			Sistemas y procesos II	5	2	3	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".
2º	4º	Teoría y técnicas de relaciones públicas	Relaciones públicas I	5T+1A	3	3	Diseño, establecimiento y desarrollo de estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas. Gestión estratégica de la imagen corporativa.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Periodismo", "Psicología Social" y "Sociología".
			Relaciones públicas II	5T+1A	3	3	Diseño, establecimiento y desarrollo de estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas. Gestión estratégica de la imagen corporativa.	"Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Periodismo", "Psicología Social" y "Sociología".

ANEXO 2 B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD SAN JORGE
PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE LA UNIVERSIDAD (en su caso)							
Ciclo	Curso	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
			Total	Teoría	Prácticos/ clínicos		
1º	1º	Literatura	4,5	3	1,5	Movimientos literarios, autores y obras que han caracterizado la literatura española del siglo XX.	"Periodismo", "Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Literatura Española".
1º	1º	Historia de España	6	5	1	Historia de España desde la caída del Antiguo Régimen hasta el actual Estado Social de Derecho.	"Ciencia Política y de la Administración", "Historia Contemporánea", "Historia del Derecho y de las Instituciones" e "Historia e Instituciones Económicas".
1º	1º	Cultura de la imagen	7,5	5	2,5	El lenguaje de la imagen impresa en los medios de comunicación tanto en la actualidad como en su evolución histórica. La comunicación por imágenes y su asociación con el lenguaje escrito. Adquisición de destrezas tecnológicas en el uso de imágenes.	"Periodismo", "Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Ciencia de la Computación e Inteligencia Artificial", "Ingeniería de Sistemas y Automática" y "Lenguajes y Sistemas Informáticos".
1º	1º	Relaciones internacionales	6	5	1	Conocimientos de la historia internacional más reciente, para comprender muchos de los conflictos actuales.	"Ciencia Política y de la Administración", "Historia Contemporánea", "Historia del Derecho y de las Instituciones y de los Movimientos Sociales y Políticos", "Historia e Instituciones Económicas" y "Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales".
1º	2º	Introducción a la economía	8	5	3	Historia económica. Conceptos básicos de microeconomía, macroeconomía y de estructura económica mundial y de España.	"Ciencia Política y de la Administración", "Historia Contemporánea", "Historia del Derecho y de las Instituciones y de los Movimientos Sociales y Políticos", "Historia e Instituciones Económicas" y "Economía Aplicada".
1º	2º	Sociología aplicada	7,5	5	2,5	Elementos generales y fundamentales de la sociología (desarrollo histórico, instituciones, organizaciones y procesos).	"Ciencia Política y de la Administración", "Historia Contemporánea", "Historia del Derecho y de las Instituciones y de los Movimientos Sociales y Políticos" e "Historia e Instituciones Económicas".
1º	2º	Historia política de España	8	7	1	Acontecimientos y personajes que han marcado y marcan la historia política de España en los últimos 30 años.	"Ciencia Política y de la Administración", "Historia Contemporánea", "Historia del Derecho y de las Instituciones y de los Movimientos Sociales y Políticos" e "Historia e Instituciones Económicas".

ANEXO 2 B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD SAN JORGE
PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE LA UNIVERSIDAD (en su caso)							
Ciclo	Curso	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
			Total	Teoría	Prácticos/ clínicos		
1º	2º	Instituciones jurídico-políticas	8	7	1	Instituciones del Estado español, con especial énfasis en aquellas que inciden más directamente en su labor periodista, y de aquellos organismos internacionales a los que España pertenece como miembro de pleno derecho.	"Ciencia Política y de la Administración", "Historia Contemporánea", "Historia del Derecho y de las Instituciones y de los Movimientos Sociales y Políticos", "Historia e Instituciones Económicas" y "Derecho Político y Constitucional".
1º	2º	Inglés	4,5	3	1,5	Introducción teórica y práctica al conocimiento y medio de la lengua inglesa.	"Filología inglesa".
2º	3º	Psicología de la comunicación	7,5	4	3,5	Elementos, formas, procesos y estructuras psicológicas de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. La conducta: principios y modelos explicativos de la psicología.	"Psicología Social" y "Psicología Básica".
2º	3º	Empresa comunicativa	8	7	1	Realidad empresarial de los medios de comunicación y de las agencias de publicidad y RR. PP. Conceptos básicos de la producción y comercialización de los productos periodísticos y publicitarios. Cómo dirigir y gestionar una empresa.	"Periodismo", "Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Economía Aplicada".
2º	4º	Derecho de la información y de la publicidad	8	7	1	Conocimientos jurídicos sobre el derecho a la información desde el punto de vista del sujeto activo y pasivo (informar y ser informado), así como indagar en los aspectos del Derecho que afectan a los medios de comunicación y a la publicidad, desde la regulación de la profesión a la actividad cotidiana.	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad".

ANEXO 2 B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD SAN JORGE
PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE LA UNIVERSIDAD (en su caso)							
Ciclo	Curso	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
			Total	Teoría	Prácticos/ clínicos		
2º	4º	Ética y deontología	7,5	5,5	2	La responsabilidad de una profesión que es receptora de la opinión pública a la vez que es creadora de la misma. Aproximación a los conflictos éticos cotidianos. Principios éticos básicos y su aplicación en el ejercicio profesional.	"Periodismo", "Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Filosofía del Derecho" y "Filosofía Mora".
2º	4º	Estructura de los medios publicitarios	6	4	2	Conceptos esenciales sobre el funcionamiento de la información y la publicidad y cómo se convierte en objeto de interés para los medios de comunicación. Principales grupos publicitarios y de comunicación, europeos y mundiales, y sus relaciones con los grupos mediáticos españoles.	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
2º	4º	Prácticas en empresas	10	0	10		"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
2º	4º	Proyecto	8	3	5	El mundo competitivo de la empresa y de la innovación profesional. Puesta en práctica de los conocimientos adquiridos durante los cuatro cursos de licenciatura. Resolución de problemas variados y adaptación al trabajo en equipo.	"Periodismo", "Comunicación Audiovisual y Publicidad"

ANEXO 2 C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD SAN JORGE
PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS				Créditos totales para optativas:36		
Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento	
	Total	Teoría	Prácticos/ clínicos			
Introducción al hecho religioso	6	3	3	El hecho religioso, la relevancia que ha tenido y tiene en la comprensión del hombre, así como su importancia en la evolución de las culturas.	"Antropología Social"	
Pensamiento social cristiano	6	3	3	Recorrido histórico de la formación del pensamiento social cristiano y su vigencia actual.	"Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos"	
Tratamiento informático de la imagen y sonido	6	3	3	Técnicas y tecnología del tratamiento informático de la imagen y el sonido	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"	
Dirección escénica	6	3	3	Dirección de recursos humanos (actores) y organización de los distintos elementos de una escena	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"	
Dirección de recursos humanos	6	3	3	Sistemas de gestión de los recursos humanos en la empresa	"Periodismo", "Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Organización de Empresas".	
Periodismo deportivo especializado	6	3	3	Estudio y capacitación en las particularidades de la actividad periodística en el ámbito del deporte	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"	
Periodismo científico especializado	6	3	3	Estudio y capacitación en las particularidades de la actividad periodística en el ámbito de la ciencia, la tecnología y el medio ambiente	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"	
Periodismo especializado en información económica	6	3	3	Estudio y capacitación en las particularidades de la actividad periodística en el ámbito de la economía y las finanzas	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"	

ANEXO 2 C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD SAN JORGE
PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS				Créditos totales para optativas: 36 - Por ciclo: - Por curso:	
Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Total	Teoría	Prácticos/ clínicos		
Creatividad literaria	6	3	3	Técnicas avanzadas de escritura creativa. Análisis de textos literarios.	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Infografía	6	3	3	El lenguaje gráfico estático y dinámico. Elaboración de infografías para prensa, internet y televisión.	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad"
Historia reciente de Aragón	6	3	3	La historia política de la sociedad aragonesa desde la transición democrática hasta la actualidad. El proceso autonómico y sus protagonistas.	"Periodismo", "Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Sociología" e "Historia Contemporánea".
Imagen corporativa	6	3	3	La identidad corporativa de las organizaciones. Gestión estratégica de la imagen corporativa.	"Periodismo", "Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Comercialización e Investigación de Mercados".
Diseño publicitario y nuevas tecnologías	6	3	3	Uso de las nuevas tecnologías en todos las facetas de una campaña publicitaria.	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad".
Micromedios y microaudiencias	6	3	3	Los nuevos mercados de la comunicación y sus posibilidades publicitarias. Nuevos sistemas comunicativos.	"Periodismo", "Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Comercialización e Investigación de Mercados".
Programación publicitaria en radio y TV	6	3	3	Diseño y desarrollo de campañas de publicidad en los medios audiovisuales. Análisis de las audiencias.	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad".
Fotografía creativa y publicitaria	6	3	3	Técnicas de fotografía artística. Realización de mensajes publicitarios y artísticos por medio de la fotografía. El cartel.	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad".

ANEXO 2 C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD SAN JORGE
PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

3. MATERIAS OPTATIVAS				Créditos totales para optativas: 36 - Por ciclo: - Por curso:	
Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Total	Teoría	Prácticos/ clínicos		
Diseño y dirección de sitios web	6	3	3	Diseño, elaboración y mantenimiento de sitios web con especial atención a los contenidos.	"Periodismo", "Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Ciencia de la Computación e Inteligencia Artificial", "Ingeniería de Sistemas y Automática" y "Lenguajes y Sistemas Informáticos".
Técnicas de expresión oral	6	3	3	Técnicas y destrezas de expresión oral.	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad".
Literatura y medios audiovisuales	6	3	3	Análisis de la influencia de la literatura en el cine y la televisión, y viceversa.	"Periodismo" y "Comunicación Audiovisual y Publicidad".
Opinión pública	6	3	3	Análisis de las técnicas de creación de la Opinión Pública y su evolución	"Periodismo", "Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Sociología" y "Psicología Social".
Responsabilidad social de la comunicación	6	3	3	Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades comunicativas.	"Periodismo", "Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Sociología" y "Psicología Social".
Sociología del cine y de la TV	6	3	3	Análisis de las dimensiones básicas de la vida social y sus procesos. Influencia de los medios audiovisuales.	"Periodismo", "Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Sociología" y "Psicología Social".
Lenguaje publicitario	6	3	3	Estudio de los elementos, formas, procesos y estructuras semióticas en el ámbito de la comunicación de masas. Creación de mitos. Estudio teórico-práctico de los procesos de elaboración y construcción de textos publicitarios	"Periodismo", "Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Psicología Social".

II. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. ORGANIZACIÓN GENERAL

1.a. RÉGIMEN DE ACCESO AL 2º CICLO

Para el acceso a 2º ciclo, se deberá ir previsto en la Orden Ministerial 5-5-92 (B.O.E. 12 de Junio).

1.b. ORDENACIÓN TEMPORAL DEL APRENDIZAJE.

El plan de estudios se estructura en un primer y segundo ciclo de 2 años académicos cada uno con dos cuatrimestres a su vez.

Relación de asignaturas y créditos:

PRIMER CURSO		SEGUNDO CURSO		TERCER CURSO		CUARTO CURSO	
Asignaturas Primer Cuatrimestre	Asignaturas Segundo Cuatrimestre	Asignaturas Primer Cuatrimestre	Asignaturas Segundo Cuatrimestre	Asignaturas Primer Cuatrimestre	Asignaturas Segundo Cuatrimestre	Asignaturas Primer Cuatrimestre	Asignaturas Segundo Cuatrimestre
Asignaturas del entorno social y de su evolución histórica (T)	60 Documentación informativa (T)	12 Semiótica (T)	12 Comunicación audiovisual (T)	60 Sistemas y Procesos I (T)	60 Sistemas y Procesos II (T)	60 Relaciones Públicas I (T)	60 Relaciones Públicas II (T)
3 Lengua (T)	24 Teoría de la información (T)	7.5 Sociología aplicada (Cb)	7.5 Teoría y técnica de la radio (T)	6 Marketing (T)	6 Especialidad Publicitaria I (T)	6 De la de la información y de la publicidad (Cb)	6 Especialidades en empresas (Cb)
Teoría de la comunicación (T)	6 Comunicación escrita (T)	Historia pública de España (Cb)	Historia pública de España (T)	6 Sistemas y Procesos I (T)	6 Estudios publicitarios (T)	6 Eficacia y deontología (Cb)	6 Proyecto (Cb)
Historia de España (Cb)	6 Relaciones internacionales (Cb)	4.5 Literatura (Cb)	4.5 Cultura de la imagen (Cb)	7.5 Psicología de la comunicación (Cb)	7.5 Prensa comunicativa (Cb)	6 Estructura de los medios publicitarios (Cb)	6 Optativa
Optativa	6	Optativa	6	Optativa	6	Optativa	6
TOTAL	38.5	TOTAL	38.5	TOTAL	38.5	TOTAL	38.5
Créditos de libre configuración		Créditos de libre configuración		Créditos de libre configuración		Créditos de libre configuración	
TOTAL		TOTAL		TOTAL		TOTAL	
162		162		162		162	

1. a. PERIODO DE ESCOLARIDAD MÍNIMO.

El periodo de escolaridad mínimo es el marcado por las directrices generales de la titulación y es de cuatro años.

2. CUADRO DE ASIGNACIÓN DE LA DOCENCIA

La docencia de las diferentes asignaturas se asignará a las áreas de contratación reflejadas en el anexo 2.

ANEXO 3: ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD SAN JORGE

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONSERVANTE A LA DISTRIBUCIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

2. ENSEÑANZA DE PRIMER Y SEGUNDO CICLO

3. CENTRO UNIVERSITARIO RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

4. CARGA LECTIVA GLOBAL 315 CRÉDITOS

5. DISTRIBUCIÓN DE LOS CRÉDITOS POR MATERIAS:

CICLO	CURSO	TRONCALES	OBLIGATORIAS	OPTATIVAS	LIBRE ELECCIÓN	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTAL
I	1º	43.5	24	6	6		79.5
	2º	34.5	30	6	6		82.5
Total I ciclo		78	60	12	12		162
II	1º	34	15.5	12	14		75.5
	2º	12	32.5	12	14		71.5
Total II ciclo		46	48	24	28		146

6. SE EXIGE TRABAJO, PROYECTO FIN DE CARRERA, EXAMEN, PRUEBA GENERAL PARA OBTENER EL TÍTULO

7. SE OTORGAN CRÉDITOS POR EQUIVALENCIA:

- 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 INTERUNIVERSITARIOS SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD.
- OTRAS ACTIVIDADES.

- EXPRESIÓN EN SU CASO, DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS CRÉDITOS.

- EXPRESIÓN DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA:

Libre elección (T) o taller (30 horas de prácticas)

8. AÑOS ACADÉMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN, POR CICLOS:

- PRIMER CICLO 2 AÑOS.

- SEGUNDO CICLO 2 AÑOS.

9. DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO

AÑO ACADÉMICO	TOTALES	TEÓRICOS	PRACTICOS	LIBRE ELECCIÓN
1º	79.5	50	23.5	6
2º	82.5	47	28.5	6
3º	75.5	34	27.5	14
4º	77.5	31.5	32	14
TOTAL	315	162.5	112.5	40

10. CONTENIDO DEL PLAN DE ESTUDIOS: Anexo 2 - A, Anexo 2 - B, Anexo 2 - C