



Plan de estudios

CURSO 2009/2010

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Teléfono: 968 27 87 27
E-mail: ccomunicacion@ucam.edu

Índice:

- | | |
|---|---------|
| - Alumnos que comenzaron estudios en el curso 2003/04 o siguientes | Pág. 02 |
| - Alumnos que comenzaron estudios en el curso 2002/03 o anteriores | Pág. 04 |
| - Asignaturas de Libre configuración | Pág. 04 |

ALUMNOS QUE INGRESARON EN EL CURSO 2003/04 O SIGUIENTES (PLAN 2000. MODIFICADO 2003)

PLAN DE ESTUDIOS

NOMENCLATURA: (T-TRONCAL) (OB-OBLIGATORIA) (OP-OPTATIVA) (1S- PRIMER SEMESTRE) (2S-SEGUNDO SEMESTRE)

Primer curso (de duración anual) ¹	Primer curso (de duración semestral)
T – 12 Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información T – 12 Publicidad y Relaciones Públicas T – 12 Comunicación e Información Escrita Ob – 9 Teología y Doctrina Social de la Iglesia	T – 8 Análisis del Entorno Social y de su Evolución Histórica (2S) Ob – 4,5 Economía general (2S) Ob – 6 Historia y sistemas comunicación (1S) Ob – 4,5 Humanidades (2S)
Segundo curso (de duración anual)	Segundo curso (de duración semestral)
T – 12 Comunicación e Información Audiovisual T – 9 Lengua Ob – 9 Efectos y técnicas de investigación de la comunicación de masas	T – 6 Documentación Informativa (1S) Ob – 6 Estructuras políticas (1S) Ob – 6 Literatura contemporánea (2S) Ob – 6 Reportero (2S) Ob – 6 Introducción al diseño periodístico (2S) Ob – 4,5 Movimientos artísticos contemporáneos (1S)
Tercer curso (de duración anual)	Tercer curso (de duración semestral)
T – 12,5 Creatividad publicitaria T – 12,5 Planificación y medios publicitarios Ob – 9 Inglés para publicitarios Ob – 8 Canales de comercialización y redes de venta Op – 9 Asignatura optativa 1	Ob – 7 Ética y deontología profesional (1S) Ob – 6 Edición y diseño infográfico (2S) Ob – 4,5 Derecho de la publicidad (2S)
Cuarto curso (de duración anual)	Cuarto curso (de duración semestral)
T – 12,5 Sistemas y procesos de la publicidad y las RRPP T – 12,5 Teoría y técnica de las RR.PP. Ob – 10 Trabajo fin de carrera	Ob – 6 Protocolo y relaciones institucionales (1S) Ob – 5,5 Opinión pública (1S) Ob – 4,5 Estrategias de las relaciones públicas (2S)
----- OPTATIVAS: FORMATO A -----	
Op – 9 Asignatura optativa 2	Op – 9 Asignatura optativa 3
----- OPTATIVAS: FORMATO B -----	
	Op – 6 Asignatura optativa 2 Op – 6 Asignatura optativa 3 Op – 6 Asignatura optativa 4

DISTRIBUCIÓN DE LOS CREDITOS

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CRÉDITOS LIBRE CONFIGURACIÓN	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
I CICLO	1º	44	24		7		75
	2º	27	37,5		10,5		75
	TOTAL	71	61,5		17,5		150
II CICLO	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	112	27	30	10	300

Nota informativa importante:

Con la entrada en vigor de los nuevos planes de estudio de Grado durante el curso académico 2008/09, se empezarán a extinguir los antiguos planes de estudio LRU. En este curso académico desaparecerán las clases presenciales de asignaturas de primer y segundo curso de dichos planes, debiendo matricularse los alumnos obligatoriamente en la modalidad de recuperación.

Los alumnos afectos por la extinción de dichos planes, dispondrán de 2 años académicos más, para finalizar sus estudios, una vez extinguido la totalidad del plan. Así en el caso Licenciado en Publicidad Y Relaciones Públicas, los alumnos dispondrán hasta el curso académico 2013/2014 para concluir con sus estudios.

Todos los alumnos dispondrán de 4 convocatorias ordinarias mas 2 extraordinarias (exceptuando las que haya aprobado previamente) para superar, en dicho plazo, los planes de estudio objeto de extinción, así como las convocatorias adicionales de gracia, que en su caso le sean concedidas.

¹ Las asignaturas de primer y segundo curso solamente podrán cursarse en la modalidad de recuperación.

TÍTULOS PROPIOS DE ESPECIALIZACIÓN UNIVERSITARIA OFERTADOS ESTE CURSO (ITINERARIOS)

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y DE LA EMPRESA (34,5 créditos)

- Informática básica (4,5), **1.º(1S)**
- Comunicación institucional y de empresas (9), **3.º, 4.º (Anual)**
- Comercio electrónico (6), **3.º 4º (1S)**
- Imagen corporativa (6), **3.º, 4.º(1S)**
- Gestión y dirección de empresas de comunicación (9), **3.º, 4.º(Anual)**

MARKETING Y PUBLICIDAD MULTIMEDIA (34,5 créditos)

- Informática básica (4,5), **1.º(1S)**
- Producción y diseño multimedia (9), **4.º (Anual)**
- Comercio electrónico (6), **4.º (1S)**
- Imagen corporativa (6), **3.º, 4.º (1S)**
- Empresa y gestión de la producción publicitaria (9), **3.º 4.º(Anual)**

DIRECCIÓN PUBLICITARIA AUDIOVISUAL (31,5 créditos)

- Informática básica (4,5), **1.º(1S)**
- Animación audiovisual: Teoría y práctica (6), **3.º, 4.º(2S)**
- Producción publicitaria audiovisual (6), **4.º (2S)**
- Técnicas de la narrativa audiovisual aplicadas a la publicidad (6), **3.º, 4.º(1S)**
- Políticas y estrategias de la programación audiovisual (9), **3.º (Anual)**

OPTATIVAS QUE NO CONFORMAN ITINERARIO

- Expresión oral y cinésica (9), **1.º 2.º, 3.º, 4.º(Anual)**
- Introducción a la tecnología audiovisual (9), **2.º, 3.º(Anual)**
- Periodismo digital **(6)(1S)**
- Programación y tecnología en radio **(1s)**
- Empresa audiovisual **(9) (Anual)**
- Introducción a la tecnología audiovisual **(Anual)**
- Guión audiovisual **(9) (Anual)**
- Creatividad Aplicada **(6) (1s)**

Las asignaturas sombreadas en gris, solamente se podrán cursar en la modalidad de recuperación.

RECOMENDACIONES DE MATRÍCULA

El alumno podrá matricularse de las asignaturas relacionadas abajo, aunque se recomienda seguir los criterios establecidos por la titulación.

PARA MATRICULARSE EN	SE RECOMIENDA HABER SUPERADO
Reportерismo (2º)	Comunicación e información escrita (1º)
Estructuras políticas (2º)	Análisis del entorno social y de su evolución histórica (1º)
Creatividad publicitaria (3º)	Publicidad y relaciones públicas (1º)
Planificación y medios publicitarios (3º)	Publicidad y relaciones públicas (1º)
Ética y deontología profesional (3º)	Teología y doctrina social de la iglesia (1º)
Edición y diseño infográfico (3º)	Introducción al diseño periodístico (2º)
Canales de comercialización y redes de venta (3º)	Economía general (1º)
Sistemas y procesos de la publicidad y de las relaciones públicas (4º)	Publicidad y relaciones públicas (1º)
Protocolo y relaciones institucionales (4º)	Publicidad y relaciones públicas (1º)
Estrategias de las relaciones públicas (4º)	Publicidad y relaciones públicas (1º)
Opinión pública (4º)	Efectos y técnicas de investigación de la comunicación de masas (2º)
Empresa y gestión de la producción publicitaria (OP 2º)	Economía general (1º)

ALUMNOS QUE INGRESARON EN EL CURSO 2002/03 O ANTERIORES (PLAN 2000)

IMPORTANTE: Este plan de estudios se extingue en el año académico 2009-2010. Por tanto, aquellos alumnos adscritos a este plan, que aún tengan pendientes asignaturas de estos cursos, serán trasladados al nuevo plan de estudios (Plan 2000. Modificado 2003).

Nota importante: La Universidad Católica San Antonio de Murcia le informa que su titulación implanta a partir del curso 2003/2004 un nuevo Plan de Estudios que afectará a los alumnos de nuevo ingreso. El anterior plan de estudios continuará vigente, con la perdurabilidad que establece la legislación vigente (R.D. 1497/1987 de 27 de noviembre). Para más información puede consultar en el Tablón de Anuncios de Secretaría Central.

ASIGNATURAS A CURSAR COMO LIBRE CONFIGURACIÓN

A) ASIGNATURAS DE LA PROPIA TITULACIÓN:

Todas las asignaturas Optativas, pertenecientes a la propia titulación del alumno, pueden ser cursadas como Libre Configuración. (Es aconsejable seguir las recomendaciones de la Dirección, que indican el curso más conveniente en que cursar cada una de ellas. Véanse Títulos Propios de Especialización Universitaria).