

**Distribución de Créditos en el Título****a Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia.**

Total créditos ECTS:		240
Tipo de materia:	Formación básica	60
	Obligatorias	126
	Optativas	48
	Prácticas externas	-
	Trabajo fin de grado	6

b Organización temporal: semestral, trimestral o semanal, etc., así como del carácter de las materias.

Primer curso							Total créditos ECTS:				60
Materia	Créd.	Asignatura	Créd.	Carácter						Temporalización	
M0.Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades	60	FB.1.M0. Historia Universal Contemporánea	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre	
M0.Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades	60	FB.10.M0. Teorías de la comunicación y de la información	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre	
M0.Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades	60	FB.7.M0. Teoría del Lenguaje	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre	
M1.Fundamentos de la Comunicación Publicitaria	42	OB.1.M1. Teoría e Historia de la Publicidad	12	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Anual	
M1.Fundamentos de la Comunicación Publicitaria	42	OB.2.M1. Sistemas de información y comunicación	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre	
M0.Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades	60	FB.5.M0. Comunicación, Educación y Sociedad en el contexto digital	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre	
M0.Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades	60	FB.6.M0. Principios de Economía	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre	
M0.Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades	60	FB.8.M0. Arte y Publicidad	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre	
M0.Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades	60	FB.9.M0. Fundamentos de Marketing	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre	

Segundo curso							Total créditos ECTS:				60
Materia	Créd.	Asignatura	Créd.	Carácter						Temporalización	
M0.Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades	60	FB.4.M0. Estructura social contemporánea	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre	
M.1.Fundamentos de la Comunicación Publicitaria	42	OB.3.M1. Teoría de la Imagen	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre	
M.0.Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades	60	FB.3.M0. Psicología de la Comunicación	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre	
M.1.Fundamentos de la Comunicación Publicitaria	42	OB.5.M1. Estructuras del sistema publicitario	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre	
M.1.Fundamentos de la Comunicación Publicitaria	42	OB.4.M1. Introducción a las tecnologías de la comunicación	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre	
M.6.Gestión de intangibles: cultura y comunicación corporativa e institucional	24	OB.25.M6. Cultura e Identidad Corporativa	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre	
M.5. Teoría y técnica de las RR.PP	24	OB21.M5. Fundamentos de las RR.PP.	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre	
M.3. Comunicación, creación y producción publicitaria	60	OB.13.M3. Lenguaje Publicitario	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre	
M.4. La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos	36	OB.18.M4. Métodos y técnicas de investigación social	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre	



Programa Verifica \ ANECA

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias

M.0.Fundamentos en Ciencias Sociales, Jurídicas, de la Comunicación y Humanidades	60	FB.2.M0.Derecho de la publicidad	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre
M.2. Funcionamiento del sistema publicitario.	48	OB.6.M2.Los anunciantes: dirección y gestión de la comunicación publicitaria	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre
M.6. Gestión de intangibles: cultura y comunicación corporativa e institucional	24	OB.25.M6.Gestión de la Comunicación corporativa e institucional	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre
M.4.La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos	36	OB.20.M4.Sociología de la Publicidad y del consumo	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre

Tercer curso				Total créditos ECTS: 60						
Materia	Créd.	Asignatura	Créd.	Carácter						Temporalización
M.2. Funcionamiento del sistema publicitario.	48	OB.7.M2.Las Agencias de publicidad: dirección y gestión	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre
M.4.La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos	36	OB.17.M4.Psicología de la Publicidad	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre
M.2. Funcionamiento del sistema publicitario.	48	OB.8.M2.Planificación estratégica de la publicidad.	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre
M.2. Funcionamiento del sistema publicitario.	48	OB.10.M2.Los medios publicitarios: investigación, planificación y gestión.	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre
M.6.Gestión de intangibles: cultura y comunicación corporativa e institucional	24	OB.26.M6. Gestión de marca	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre
		El alumno deberá cursar seis créditos de optativas o de la actividad complementaria	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre
M.5.Fundamentos de las RR.PP.	24	OB.22. M5.Dirección Estratégica de RR.PP.	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre
M.3.Comunicación, creación y producción publicitaria	60	OB.14.M3.Ideas, métodos y estrategias creativas : el plan o proyecto creativo	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre
M.2. Funcionamiento del sistema publicitario	48	OB.12. M2.Ética y Deontología de la Comunicación y de los consumidores	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre
M.2. Funcionamiento del sistema publicitario	24	OB.9.M2.Públicos y usuarios de la comunicación publicitaria	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre
		El alumno deberá cursar doce créditos de optativas y/o de la actividad complementaria .	12	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre

Cuarto curso				Total créditos ECTS: 60						
Materia	Créd	Asignatura	Créd.	Carácter						Temporalización
M.3.Comunicación, creación y producción publicitaria	60	OB.15.M3.Procesos de creación del mensaje publicitario:	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre
M.2. Funcionamiento del sistema publicitario.	48	OB.11.M2.Investigación de la eficacia publicitaria	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre
M.5.Fundamentos de las RR.PP.	48	OB.23.M5.Responsabilidad Social corporativa e institucional	4	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre
		El alumno deberá cursar dieciocho créditos de optativas, y/o de la actividad complementaria	18	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Primer Cuatrimestre
M.3.Comunicación, creación y producción publicitaria	60	OB.16.M3.Producción y realización publicitarias	6	FB	OB	OP	TF	PE	MX	Segundo Cuatrimestre



Programa Verifica \ ANECA

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias

M.4.La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos	48	OB.19.M4.Teoría Crítica de la Cultura	4	FB	<input checked="" type="checkbox"/> OB	OP	TF	PE	M X	Segundo Cuatrimestre
		El alumno deberá cursar doce créditos de optativas y/o de la actividad complementaria.	12	FB	OB	<input checked="" type="checkbox"/> OP	TF	PE	M X	Segundo Cuatrimestre
M.8.Trabajo Fin de Grado.		TF.M8.Trabajo de Fin de Grado.	6	FB	OB	OP	<input checked="" type="checkbox"/> TF	PE	M X	Segundo Cuatrimestre