

Universidad de Valladolid

Curso: **2022/2023**

Cód. Plan: **458**

Título: **GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS**

Centro: **FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN**

Campus: **SEGOVIA**

Curso	Tipo *	Periodo	ECTS	Código	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	Horario	Guía
1	B	1ºC	6.0	42840	HISTORIA UNIVERSAL CONTEMPORÁNEA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
1	B	1ºC	6.0	42841	TEORÍA DEL LENGUAJE	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
1	B	1ºC	6.0	42842	TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA INFORMACIÓN	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
1	OB	1ºC	6.0	42848	SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
1	B	2ºC	6.0	42843	ARTE Y PUBLICIDAD	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
1	B	2ºC	6.0	42844	COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y SOCIEDAD EN EL CONTEXTO DIGITAL	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
1	B	2ºC	6.0	42845	FUNDAMENTOS DE MARKETING	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
1	B	2ºC	6.0	42846	PRINCIPIOS DE ECONOMÍA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
1	OB	AN	12.0	42847	TEORÍA E HISTORIA DE LA PUBLICIDAD	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
2	B	1ºC	6.0	42849	ESTRUCTURA SOCIAL CONTEMPORÁNEA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
2	B	1ºC	6.0	42850	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
2	OB	1ºC	4.0	42852	CULTURA E IDENTIDAD CORPORATIVA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
2	OB	1ºC	4.0	42853	ESTRUCTURAS DEL SISTEMA PUBLICITARIO	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
2	OB	1ºC	4.0	42854	FUNDAMENTOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
2	OB	1ºC	4.0	42855	INTRODUCCIÓN A LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
2	OB	1ºC	4.0	42856	TEORÍA DE LA IMAGEN	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>

Tipo* (B - Básica, OB - Obligatoria, OP - Optativa)

Curso	Tipo *	Periodo	ECTS	Código	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	Horario	Guía
2	B	2ºC	6.0	42851	DERECHO DE LA PUBLICIDAD	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
2	OB	2ºC	4.0	42857	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA E INSTITUCIONAL	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
2	OB	2ºC	6.0	42858	LENGUAJE PUBLICITARIO	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
2	OB	2ºC	4.0	42859	LOS ANUNCIANTES: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
2	OB	2ºC	4.0	42860	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
2	OB	2ºC	4.0	42861	SOCIOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD Y DEL CONSUMO	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OB	1ºC	4.0	42862	GESTIÓN DE MARCA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OB	1ºC	4.0	42863	LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD: DIRECCIÓN Y GESTIÓN	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OB	1ºC	6.0	42864	LOS MEDIOS PUBLICITARIOS: INVESTIGACIÓN, PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN.	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OB	1ºC	4.0	42865	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA PUBLICIDAD.	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OB	1ºC	6.0	42866	PSICOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	1ºC	3.0	42881	HISTORIA DEL CARTEL	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	1ºC	3.0	42888	LABORATORIO DE DISEÑO GRÁFICO	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	1ºC	3.0	42890	MÚSICA Y PUBLICIDAD	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	1ºC	3.0	42891	NUEVAS MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	1ºC	3.0	42892	DOCUMENTACIÓN Y FUENTES PUBLICITARIAS.	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	1ºC	3.0	42908	INDUSTRIAS CULTURALES.	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OB	2ºC	4.0	42867	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OB	2ºC	4.0	42868	ÉTICA Y DEONTOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LOS CONSUMIDORES	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OB	2ºC	6.0	42869	IDEAS, MÉTODOS Y ESTRATEGIAS CREATIVAS : EL PLAN O PROYECTO CREATIVO	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OB	2ºC	4.0	42870	PÚBLICOS Y USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	2ºC	3.0	42882	MODELOS DE ANÁLISIS DEL MENSAJE PUBLICITARIO	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	2ºC	3.0	42884	RETÓRICA DE LA PUBLICIDAD	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	2ºC	3.0	42885	TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ORAL: PRESENTACIÓN DE CAMPAÑAS	<u>22-23</u>	<u>21-22</u>
3	OP	2ºC	3.0	42889	LABORATORIO DE FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	2ºC	3.0	42895	NARRATIVA PUBLICITARIA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>

Tipo* (B - Básica, OB - Obligatoria, OP - Optativa)

Curso	Tipo *	Periodo	ECTS	Código	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	Horario	Guía
3	OP	2ºC	3.0	42897	COMUNICACIÓN INTERNA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	2ºC	3.0	42899	ESTADÍSTICA APLICADA A LA PUBLICIDAD	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	2ºC	3.0	42900	MARKETING ESTRATÉGICO	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	2ºC	3.0	42901	OPINIÓN PÚBLICA.	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	2ºC	3.0	42906	COMUNICACIÓN DE CRISIS	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	2ºC	3.0	42907	MARKETING DIRECTO Y PROMOCIONAL	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
3	OP	2ºC	3.0	42911	COMUNICACIÓN Y DERECHOS FUNDAMENTALES	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OB	1ºC	4.0	42871	INVESTIGACIÓN DE LA EFICACIA PUBLICITARIA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OB	1ºC	6.0	42872	PROCESOS DE CREACIÓN DEL MENSAJE PUBLICITARIO: MEDIOS Y SOPORTES	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OB	1ºC	4.0	42873	RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA E INSTITUCIONAL	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OP	1ºC	6.0	42876	PRÁCTICAS EXTERNAS	<u>NO</u>	<u>22-23</u>
4	OP	1ºC	3.0	42878	DIRECCIÓN DE ARTE	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OP	1ºC	3.0	42879	REDACCIÓN PUBLICITARIA	<u>22-23</u>	<u>21-22</u>
4	OP	1ºC	3.0	42883	PUBLICIDAD E IGUALDAD	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OP	1ºC	3.0	42886	CREATIVIDAD ON LINE	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OP	1ºC	3.0	42887	LABORATORIO AUDIOVISUAL DIGITAL	<u>22-23</u>	<u>21-22</u>
4	OP	1ºC	3.0	42896	RELACIONES PÚBLICAS INSTITUCIONALES	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OP	1ºC	3.0	42898	MARKETING RELACIONAL	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OP	1ºC	3.0	42909	PUBLICIDAD POLÍTICA Y PROPAGANDA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OP	1ºC	3.0	42910	LABORATORIO DE ESTUDIOS DE RECEPCIÓN	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OP	1ºC	3.0	42913	PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OB	2ºC	6.0	42874	PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN PUBLICITARIAS	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OB	2ºC	4.0	42875	TEORÍA CRÍTICA DE LA CULTURA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OB	2ºC	6.0	42877	TRABAJO DE FIN DE GRADO.	<u>NO</u>	<u>22-23</u>
4	OP	2ºC	3.0	42880	CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN LAS RELACIONES PÚBLICAS	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OP	2ºC	3.0	42893	PROGRAMAS DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>

Tipo* (B - Básica, OB - Obligatoria, OP - Optativa)

Curso	Tipo *	Periodo	ECTS	Código	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	Horario	Guía
4	OP	2ºC	3.0	42894	LABORATORIO MULTIMEDIA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OP	2ºC	3.0	42902	GESTIÓN COMERCIAL DE LAS EMPRESAS MULTIMEDIA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OP	2ºC	3.0	42903	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN EL CONTEXTO EUROPEO	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OP	2ºC	3.0	42904	REDES SOCIALES DE COMUNICACIÓN	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OP	2ºC	3.0	42905	PATROCINIO Y MECENAZGO	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>
4	OP	2ºC	3.0	42912	PUBLICIDAD INTERACTIVA	<u>22-23</u>	<u>22-23</u>

Nota: Esta información se extrae automáticamente de la aplicación de gestión del Plan de Organización Docente (POD) de la Universidad de Valladolid. La información de horarios debe haber sido introducida en la aplicación por el Centro responsable. Las guías docentes de las asignaturas deben prepararlas los profesores responsables. Las guías detalladas de grupo se pueden consultar en la intranet, accediendo con las credenciales de alumno de la UVa.