



Universidad
de Cádiz

Licenciado en Publicidad
y Relaciones Públicas

(BOE: 17-12-2005)

TITULACIONES Y PLANES DE ESTUDIO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

Campus de Jerez
Avda. de la Universidad
11402-JEREZ DE LA FRA.

Teléfono: 956 037115
Fax : 956 037005

Itinerario Curricular recomendado

ENSEÑANZAS DE SEGUNDO CICLO

PRIMER CURSO

| <u>Código</u> | <u>Materia/Asignatura</u> | <u>Cdtos.</u> |
|---------------------|--|---------------|
| 1306001 | Creatividad Publicitaria(TR) | 12 |
| 1306002 | Planificación y Medios Publicitarios (TR) | 10 |
| 1306003 | Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas(TR) | 10 |
| 1306004 | Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas (TR) | 10 |
| 1306012 | Psicología Social de la Comunicación(OB) | 6 |
| MATERIAS OPTATIVAS | | 6 |
| LIBRE CONFIGURACIÓN | | 6 |

SEGUNDO CURSO

| <u>Código</u> | <u>Materia/Asignatura</u> | <u>Cdtos.</u> |
|---------------------|---|---------------|
| 1306005 | Derecho de la Publicidad (OB) | 6 |
| 1306006 | Sociología del consumo (OB) | 6 |
| 1306007 | Marketing de la Comunicación (OB) | 6 |
| 1306008 | Organización y Gestión de Empresas de Publicidad y Relaciones Públicas (OB) | 6 |
| 1306009 | Ética y Deontología de la Publicidad y de las Relaciones Públicas (OB) | 6 |
| 1306010 | Técnicas de medición de la investigación publicitaria (OB) | 6 |
| 1306011 | Tecnología informática aplicada a la Publicidad y las Relaciones Públicas (OB) | 6 |
| MATERIAS OPTATIVAS | | 12 |
| LIBRE CONFIGURACIÓN | | 6 |

ASIGNATURAS OPTATIVAS

| <u>Código</u> | <u>Materia/Asignatura</u> | <u>Cdtos.</u> |
|---------------|---|---------------|
| 1306013 | Marketing político-social | 6 |
| 1306014 | Historia Económica de la publicidad y de los medios de comunicación de masas | 6 |
| 1306015 | Gabinetes de Comunicación | 6 |
| 1306016 | Teoría de los precios | 6 |
| 1306017 | Técnicas y medios de la expresión visual | 6 |
| 1306018 | Inglés aplicado a la Publicidad y a las relaciones públicas | 6 |

AÑOS ACADÉMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN: 2º CICLO 2 AÑOS

PERIODO DE ESCOLARIDAD MÍNIMO: 2 AÑOS

CARGA LECTIVA GLOBAL: 120 CRÉDITOS

DISTRIBUCION DE LOS CRÉDITOS

| Ciclo | Curso | Troncales | Obligatorios | Optativos | Libre configur. | Totales |
|--------------|--------------|------------------|---------------------|------------------|------------------------|----------------|
| 2º | 1º | 42 | 6 | 6 | 6 | 60 |
| | 2º | 0 | 42 | 12 | 6 | 60 |

RÉGIMEN DE ACCESO

Conforme a lo dispuesto en la orden de 5 de 1992 (BOE del 12 de junio 141/1992), podrán acceder al segundo ciclo de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas, además de quienes cursen el primer ciclo de estos estudios:

- a) Quienes hayan superado el primer ciclo de la Licenciatura en Periodismo o de la Licenciatura en Comunicación Audiovisual.
- b) Quienes estén en posesión de un título universitario de carácter oficial o hayan superado un primer ciclo de estudios universitarios oficiales, cursando como complementos de formación, de no haberlo hecho antes, 12 créditos en Publicidad y Relaciones Públicas; 10 créditos en Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información, y 8 créditos en Lengua.

ORDENACIÓN TEMPORAL DEL PLAN DE ESTUDIO

| Primer curso | |
|--|-----------------------------|
| PRIMER CUATRIMESTRE | SEGUNDO CUATRIMESTRE |
| Creatividad Publicitaria (12 cr.) | |
| Planificación y Medios Publicitarios (10 cr.) | |
| Sistemas y Procesos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas (10 cr.) | |
| Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas (10 cr.) | |
| Psicología Social de la Comunicación (6 cr.) | |
| Optativa I (6 cr.) | |

| |
|----------------------------------|
| Libre configuración : 6 CRÉDITOS |
|----------------------------------|

| Segundo curso | |
|--|---|
| PRIMER CUATRIMESTRE | SEGUNDO CUATRIMESTRE |
| Derecho de la Publicidad (6 cr.) | |
| Sociología del Consumo (6 cr.) | |
| Marketing de la Comunicación (6 cr.) | |
| Organización de la gestión de empresas de Publicidad y Relaciones Públicas (6 cr.) | |
| | Ética y Deontología de la Publicidad y de las Relaciones Públicas (6 cr.) |
| | Técnicas de Medición de la Investigación Publicitaria (6 cr.) |
| | Tecnología informática aplicada a la Publicidad y las Relaciones Públicas (6 cr.) |
| Optativa II (6 cr.) | |
| | Optativa III (6 cr.) |

| |
|----------------------------------|
| Libre configuración : 6 CRÉDITOS |
|----------------------------------|