

Estructura del plan de estudios. Descripción de módulos/materias

El plan de estudios se desarrolla para adecuarlo a la realidad comunicativa actual y el desarrollo profundo del ecosistema digital.

El resumen de las materias que constituyen la propuesta de título de grado y su distribución en créditos es el siguiente:

Tipo de materia	Créditos
Formación Básica	60
Obligatorias	156
Optativas	36 ofertados 12 a elegir
Prácticas externas	6
Trabajo de fin de Grado	6
Total	264 ofertados 240 cursa el alumno

El plan de estudios se estructura en las siguientes materias/asignaturas:

1. Materia 1: Básicas (60 ECTS)

DESCRIPCIÓN: asignaturas de carácter básico que, perteneciendo a otras áreas de estudio, contribuyen a la adquisición de conocimientos fundamentales para el alumno. Asimismo, contribuyen al desarrollo de competencias que serán necesarias en el resto de las materias del grado.

SEMESTRES DE IMPARTICIÓN: primero, segundo y tercero.

ASIGNATURAS: 10 asignaturas de carácter básico

Materia	Asignaturas	Tipo	ECTS	Curso	Semestre
Materias 1: Básicas	Arte contemporáneo	B	6	1	1
	Economía aplicada a la publicidad y las relaciones públicas	B	6	1	1
	Fundamentos del marketing	B	6	1	1
	Fundamentos de la publicidad	B	6	1	2
	Fundamentos de las relaciones públicas	B	6	1	2
	Organización de eventos	B	6	1	2
	Sociología aplicada	B	6	1	2
	El proceso de creación publicitaria	B	6	2	1
	Protocolo institucional, empresarial y social	B	6	2	1
Psicología de la comunicación	B	6	2	1	

2. Materia 2: Teoría y estructura de la comunicación (12 ECTS obligatorios y 24 ECTS optativas)

DESCRIPCIÓN: asignaturas orientadas a fundamentar los conocimientos sobre la actividad empresarial, las finanzas, el derecho y la dirección estratégica y su impacto en la comunicación. Serán abordadas integrando el entorno digital, de modo que el alumno pueda conocer en profundidad la estructura del sector y sus factores legales y financieros.

SEMESTRES DE IMPARTICIÓN: primero, sexto y séptimo

ASIGNATURAS: 3 asignaturas obligatorias y 4 asignaturas optativas

Materia	Asignaturas	Tipo	ECTS	Curso	Semestre
Materia 2: Teoría y estructura de la comunicación	Teoría de la comunicación	OB	6	1	1
	Derecho aplicado a la publicidad	OB	6	3	2
	Actividades formativas complementarias	OP	6	4	1
	Dirección comercial	OP	6	4	1
	Dirección estratégica	OP	6	4	1
	Fundamentos de dirección financiera de la empresa	OP	6	4	1

3. Materia 3: Planificación y gestión de la comunicación (30 ECTS)

DESCRIPCIÓN: materias cuyo objetivo es que el alumno desarrolle habilidades y competencias que le permitan definir estrategias de comunicación basadas en análisis e investigaciones realizadas previamente.

SEMESTRES DE IMPARTICIÓN: quinto, sexto y octavo

ASIGNATURAS: 5 asignaturas obligatorias

Materia	Asignaturas	Tipo	ECTS	Curso	Semestre
Materia 3: Planificación y gestión de la comunicación	Análisis del consumidor	OB	6	3	1
	Gestión de cuentas	OB	6	3	1
	Análisis de mercados	OB	6	3	2
	Análisis y planificación de medios	OB	6	3	2
	Planificación estratégica de la comunicación	OB	6	4	2

4. Materia 4: Creación y producción publicitaria (39 ECTS)

DESCRIPCIÓN: conjunto de asignaturas mediante las que el estudiante adquirirá conocimientos y competencias que le permitan crear, diseñar y producir cualquier pieza publicitaria, elemento distintivo y/o comunicativo.

SEMESTRES DE IMPARTICIÓN: primero, segundo, tercero, cuarto, quinto, y octavo

ASIGNATURAS: 10 asignaturas de carácter obligatorio

Materia	Asignaturas	Tipo	ECTS	Curso	Semestre
Materia 4: Creación y producción publicitaria	Herramientas Informáticas I - Ofimática	OB	3	1	1
	Herramientas Informáticas II - Photoshop	OB	3	1	2
	Dirección de arte	OB	3	2	1
	Diseño gráfico	OB	6	2	1
	Redacción publicitaria	OB	6	2	2
	Taller de creatividad I	OB	3	2	2

Narrativa audiovisual	OB	3	3	1
Producción y realización publicitaria	OB	6	3	1
Taller de creatividad II	OB	3	3	1
Diseño 4D	OB	3	4	2

5. Materia 5: Gestión de intangibles (30 ECTS)

DESCRIPCIÓN: materia que profundizará en la gestión de los intangibles que crean, mantienen y refuerzan una marca a través de las relaciones que una empresa e institución mantiene con todos sus *grupos de interés*.

SEMESTRES DE IMPARTICIÓN: cuarto, sexto, séptimo y octavo

ASIGNATURAS: 6 asignaturas de carácter obligatorio

Materia	Asignaturas	Tipo	ECTS	Curso	Semestre
Materia 5: Gestión de intangibles	Gestión de marca	OB	6	2	2
	Comunicación corporativa e institucional	OB	6	3	2
	Técnicas de comunicación oral I	OB	3	4	1
	Reputación corporativa	OB	6	4	1
	Marketing social y político	OB	6	4	2
	Técnicas de comunicación oral II	OB	3	4	2

6. Materia 6: Comunicación digital (27 ECTS)

DESCRIPCIÓN: conjunto de asignaturas mediante las que el estudiante adquirirá conocimientos y competencias que le permitan entender y desarrollar acciones de comunicación en el entorno digital.

SEMESTRES DE IMPARTICIÓN: cuarto, quinto, sexto, séptimo y octavo

ASIGNATURAS: 6 asignaturas de carácter obligatorio y 1 optativa

Materia	Asignaturas	Tipo	ECTS	Curso	Semestre
Materia 6: Comunicación digital	Creación y gestión de contenidos digitales	OB	6	2	2
	Marketing digital	OB	6	2	2
	Diseño y posicionamiento web I	OB	3	3	1
	Diseño y posicionamiento web II	OB	3	3	2
	Análisis y gestión de datos masivos	OP	6	4	1
	Innovación y diseño de producto digital	OB	3	4	2

7. Materia 7: Formación transversal (24 ECTS)

DESCRIPCIÓN: conjunto de asignaturas dirigidas a la formación humanística y cultural de los estudiantes, imprescindible para un desarrollo y ejercicio profesional sostenible

SEMESTRES DE IMPARTICIÓN: todos

ASIGNATURAS: 8 asignaturas de carácter obligatorio

Materia	Asignaturas	Tipo	ECTS	Curso	Semestre
Materia 7: Formación transversal	Liderazgo	OB	3	1	1
	Cultura de las civilizaciones	OB	3	1	2
	Fundamentos antropológicos de la publicidad I	OB	3	2	1
	Fundamentos antropológicos de la publicidad II	OB	3	2	2
	Creatividad y experiencia estética	OB	3	3	1
	Inteligencia artificial y nuevos modelos de negocio	OB	3	3	2
	Ética y deontología profesional I	OB	3	4	1
	Ética y deontología profesional II	OB	3	4	2

8. Materia 8: Trabajo Fin de Grado (6 ECTS)

DESCRIPCIÓN: proyecto de fin de grado cuyo objetivo fundamental es que el alumno ponga en práctica, y de forma transversal, todos los conocimientos, habilidades y competencias adquiridos y desarrollados durante la carrera. Los Trabajos de Fin de Grado (TFG) podrán

realizarse de forma individual o colectiva bajo la orientación y seguimiento de un tutor académico.

SEMESTRES DE IMPARTICIÓN: octavo.

Materia	Asignaturas	Tipo	ECTS	Curso	Semestre
Materia 8: TFG	Trabajo de fin de Grado	TFG	6	4	2

9. Materia 9: Prácticas Externas (6 ECTS obligatorios y 6 ECTS optativos)

DESCRIPCIÓN: Las prácticas externas serán obligatorias 3 meses (6 ECTS: 150 horas) y optativas otros 3 meses (otros 6 ECTS: 150 horas).

Para completar su curriculum, el alumno podrá elegir entre realizar las segundas prácticas externas o cursar los 6 de los 12 ECTS correspondientes a asignaturas optativas ofertadas en cuarto curso (entre las que se encuentra, de acuerdo con la normativa vigente, como una opción las Actividades formativas complementarias)

El objetivo de las prácticas externas (que el alumno siempre puede completar mediante prácticas extracurriculares que la Universidad ofrece) es que el alumno tenga oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en el grado y desarrollar su perfil profesional mediante la realización y ejecución de tareas en empresas y/o instituciones del sector.

SEMESTRES DE IMPARTICIÓN: séptimo

Materia	Asignaturas	Tipo	ECTS	Curso	Semestre
Materia 9: Prácticas externas	Prácticas externas I	PE (OB)	6	4	1
	Prácticas externas II	OP	6	4	1

MATERIA	ASIGNATURA	TIPO	ECTS	CURSO	SEMESTRE
Materia 1: Básicas	Arte contemporáneo	B	6	1	1
	Economía aplicada a la publicidad y las relaciones públicas	B	6	1	1
	Fundamentos del marketing	B	6	1	1
	Fundamentos de la publicidad	B	6	1	2
	Fundamentos de las relaciones públicas	B	6	1	2
	Organización de eventos	B	6	1	2
	Sociología aplicada	B	6	1	2
	El proceso de creación publicitaria	B	6	2	1
	Protocolo institucional, empresarial y social	B	6	2	1
	Psicología de la comunicación	B	6	2	1
Materia 2: Teoría y estructura de la comunicación	Teoría de la comunicación	OB	6	1	1
	Derecho aplicado a la publicidad	OB	6	3	2
	Actividades formativas complementarias	OP	6	4	1
	Dirección comercial	OP	6	4	1
	Dirección estratégica	OP	6	4	1
	Fundamentos de dirección financiera de la empresa	OP	6	4	1
Materia 3: Planificación y gestión de la comunicación	Análisis del consumidor	OB	6	3	1
	Gestión de cuentas	OB	6	3	1
	Análisis de mercados	OB	6	3	2
	Análisis y planificación de medios	OB	6	3	2
	Planificación estratégica de la comunicación	OB	6	4	2
Materia 4: Creación y producción publicitaria	Herramientas Informáticas I - Ofimática	OB	3	1	1
	Herramientas Informáticas II - Photoshop	OB	3	1	2
	Dirección de arte	OB	3	2	1

	Diseño gráfico	OB	6	2	1
	Redacción publicitaria	OB	6	2	2
	Taller de creatividad I	OB	3	2	2
	Narrativa audiovisual	OB	3	3	1
	Producción y realización publicitaria	OB	6	3	1
	Taller de creatividad II	OB	3	3	1
	Diseño 4D	OB	3	4	2
Materia 5: Gestión de intangibles	Gestión de marca	OB	6	2	2
	Comunicación corporativa e institucional	OB	6	3	2
	Técnicas de comunicación oral I	OB	3	4	1
	Reputación corporativa	OB	6	4	1
	Marketing social y político	OB	6	4	2
	Técnicas de comunicación oral II	OB	3	4	2
Materia 6: Comunicación digital	Creación y gestión de contenidos digitales	OB	6	2	2
	Marketing digital	OB	6	2	2
	Diseño y posicionamiento web I	OB	3	3	1
	Diseño y posicionamiento web II	OB	3	3	2
	Análisis y gestión de datos masivos	OP	6	4	1
	Innovación y diseño de producto digital	OB	3	4	2
Materia 7: Formación transversal	Liderazgo	OB	3	1	1
	Cultura de las civilizaciones	OB	3	1	2
	Fundamentos antropológicos de la publicidad I	OB	3	2	1

	Fundamentos antropológicos de la publicidad II	OB	3	2	2
	Creatividad y experiencia estética	OB	3	3	1
	Inteligencia artificial y nuevos modelos de negocio	OB	3	3	2
	Ética y deontología profesional I	OB	3	4	1
	Ética y deontología profesional II	OB	3	4	2
Materia 8: TFG	Trabajo de fin de Grado	TFG	6	4	2
Materia 9: Prácticas externas	Prácticas externas I	PE (OB)	6	4	1
	Prácticas externas II	OP	6	4	1

TOTAL ECTS OFERTADOS **264**

TOTAL ECTS CURSA EL ALUMNO **240**