

## GRAU EN PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES (2022-23)

<b>Codi:</b> C154	<b>Data d'aprovació:</b> 22/03/2012	<b>Preu:</b> 12,79 Crèdits en 1a matrícula
<b>Crèdits:</b> 240	<b>Títol:</b> Grau	

### RAMA

Ciències Socials i Jurídiques

### PLA

GRAU EN PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES

### TIPUS DE ENSENYAMENT

Presencial

### CENTRES ON S'IMPARTEIX

Facultat de Ciències Econòmiques i Empresarials

### ESTUDI IMPARTIT CONJUNTAMENT AMB

Solament s'imparteix en aquesta universitat

### DATES D'EXAMEN

[Accedísca al llistat de dates d'examen per a aquesta titulació.](#)

**PLA D'ESTUDIS OFERTIT EN EL CURS 2022-23**

Leyenda: No ofertada Sense docència

**PRIMER CURS**

FORMACIÓ BÀSICA

42 crèdits

Curs	Títol	Crèdits	Assignatura
1	BÀSICA	6	<a href="#">22500 - FONAMENTS DE LA COMUNICACIÓ I</a>
1	BÀSICA	6	<a href="#">22501 - COMUNICACIÓ I MITJANS ESCRITS</a>
1	BÀSICA	6	<a href="#">22502 - COMUNICACIÓ I MITJANS AUDIOVISUALS</a>
1	BÀSICA	6	<a href="#">22503 - HISTÒRIA ECONÒMICA, SOCIAL I POLÍTICA CONTEMPORÀNIA</a>
1	BÀSICA	6	<a href="#">22505 - FONAMENTS DE MÀRQUETING</a>
1	BÀSICA	6	<a href="#">22506 - INTRODUCCIÓ AL DRET PER A LA COMUNICACIÓ I LA PUBLICITAT</a>
1	BÀSICA	6	<a href="#">22507 - FONAMENTS DE LA COMUNICACIÓ II</a>

OBLIGATÒRIES

18 crèdits

Curs	Títol	Crèdits	Assignatura
1	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22504 - TEORIA DE LA PUBLICITAT</a>
1	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22508 - INTRODUCCIÓ A L'ECONOMIA</a>
1	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22509 - TEORIA DE LES RELACIONS PÚBLIQUES</a>

**SEGON CURS**

FORMACIÓ BÀSICA

18 crèdits

Curs	Títol	Crèdits	Assignatura
2	BÀSICA	6	<a href="#">22510 - CANVI SOCIAL I COMUNICACIÓ</a>
2	BÀSICA	6	<a href="#">22511 - PSICOLOGIA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓ</a>
2	BÀSICA	6	<a href="#">22512 - TÈCNiques D'INVESTIGACIÓ SOCIAL EN LA COMUNICACIÓ</a>

OBLIGATÒRIES

42 crèdits

Curs	Títol	Crèdits	Assignatura
2	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22513 - FONAMENTS DE LA CREATIVITAT</a>
2	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22514 - SEMIÒTICA DE LA COMUNICACIÓ DE MASSES</a>
2	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22515 - EINES PER AL DISSENY GRÀFIC PUBLICITARI</a>
2	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22516 - LLENGUATGE PUBLICITARI</a>
2	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22517 - COMUNICACIÓ CORPORATIVA</a>
2	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22518 - TÈCNiques DE COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL</a>
2	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22519 - ESTRATÈGIA DE LA PUBLICITAT I DE LES RELACIONS PÚBLIQUES</a>

**TERCER CURS**

OBLIGATÒRIES

60 crèdits

Curs	Títol	Crèdits	Assignatura
3	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22520 - ESTRATÈGIA CREATIVA I CONCEPTUALITZACIÓ</a>
3	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22521 - PLANIFICACIÓ DE LES RELACIONS PÚBLIQUES</a>
3	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22522 - IMATGE CORPORATIVA</a>
3	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22523 - SEMIÒTICA DE LA PUBLICITAT I DEL CONSUM</a>
3	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22524 - NARRATIVA AUDIOVISUAL APLICADA A LA PUBLICITAT</a>
3	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22525 - TEORIA DE LA IMATGE APLICADA A LA PUBLICITAT</a>
3	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22526 - DEONTOLOGIA DE LA PUBLICITAT I DE LES RELACIONS PÚBLIQUES</a>
3	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22527 - ELABORACIÓ DE TEXTOS PUBLICITARIS</a>
3	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22528 - GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ EN COMUNICACIÓ</a>
3	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22529 - PRODUCCIÓ I REALITZACIÓ EN MITJANS AUDIOVISUALS</a>

**QUART CURS**

OBLIGATÒRIES

24 crèdits

Curs	Títol	Crèdits	Assignatura
4	TREBALL FINAL DE GRAU	6	<a href="#">22552 - TREBALL DE FI DE GRAU</a>
4	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22530 - INVESTIGACIÓ I PLANIFICACIÓ DE MITJANS</a>
4	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22531 - PRODUCCIÓ I REALITZACIÓ EN MITJANS IMPRESOS</a>
4	OBLIGATÒRIA	6	<a href="#">22532 - SISTEMES I PROCESSOS DE LA PUBLICITAT I LES RELACIONS PÚBLIQUES</a>

OPTATIVES

36 crèdits

Curs	Títol	Crèdits	Assignatura
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22533 - DIRECCIÓ D'ART</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22534 - HISTÒRIA ECONÒMICA I SOCIAL D'ESPANYA</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22535 - ANGLÈS PER A LA PUBLICITAT I LES RELACIONS PÚBLIQUES</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22536 - INVESTIGACIÓ DE MERCATS</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22537 - NOVES FORMES PUBLICITÀRIES</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22538 - TENDÈNCIES EN GESTIÓ DE MARQUES</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22539 - CARTELL PUBLICITARI</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22540 - COMUNICACIÓ POLÍTICA I D'INTERÈS SOCIAL</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22541 - DIRECCIÓ DE COMPTES</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22542 - ESTRUCTURA DE L'ACTIVITAT PUBLICITÀRIA I DE LES RELACIONS PÚBLIQUES</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22543 - FOTOGRAFIA PUBLICITÀRIA</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22544 - HISTÒRIA DE LA PUBLICITAT</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22545 - ORGANITZACIÓ D'EMPRESES DE PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22546 - POSTPRODUCCIÓ AUDIOVISUAL EN PUBLICITAT</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22547 - PROCESSOS PSICOSOCIALS D'INFLUÈNCIA I PUBLICITAT</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22548 - PROTOCOL I ESDEVENIMENTS EN INSTITUCIONS I EMPRESES</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22549 - SOCIOLOGIA DE LA CULTURA I DE LES ARTS CONTEMPORÀNIES</a>
4	OPTATIVA	6	<a href="#">22550 - TÈCNiques DE LES RELACIONS PÚBLIQUES</a>
4	OPTATIVA	12	<a href="#">22551 - PRÀCTIQUES EXTERNES</a>

#### IDIOMA

Superat aquest bloc s'obté

**GRAU EN PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES**

## OBJECTIUS

El pla formatiu del títol ha de dotar al graduat o graduada en Publicitat i Relacions Públiques d'una capacitat adequada per al desplegament de la seua activitat professional atenent a les demandes i necessitats socials.

Els objectius fonamentals del grau de Publicitat i Relacions Públiques són:

- Fomentar la capacitat crítica, analítica i interpretativa, aportant els coneixements de les tècniques d'investigació i procediments de treball necessaris per a transformar les necessitats del client en solucions de comunicació eficients.
- Adquirir un coneixement bàsic i general dels principals punts d'inflexió que configuren el panorama actual de la labor del professional de la comunicació, especialment publicitària i de les relacions públiques. Els coneixements han de ser sempre rellevants per a la comprensió del fenomen de la comunicació i de la seua funció en la societat contemporània. D'aquesta manera s'aconseguirà que l'estudiantat es convertisca en un gran coneixedor del context social, cultural, polític, econòmic i empresarial en el qual s'insereix el seu treball i sàpiga adequar de manera responsable la seua labor a aquest.
- Proporcionar un coneixement exhaustiu de tots els elements que conformen i s'interrelacionen en el sistema de la comunicació, especialment publicitària i les relacions públiques, per a aplicar-los a la realitat de les organitzacions i per al desenvolupament d'una actitud estratègica. Aquesta formació li capacitarà per a la presa de decisions i la implementació d'estratègies de comunicació coherents, per mitjà d'una creativitat eficaç, mesurant-ne posteriorment els resultats i extraient les conclusions oportunes.
- Els titulats i titulades en Publicitat i Relacions Públiques hauran de ser capaços de comunicar-se i expressar-se amb coherència i correcció en el seu exercici professional; per a fer-ho, hauran de dominar l'ús especialitzat de la llengua o llengües de la seua comunitat i de l'anglès.
- Aquests titulats i titulades seran capaços de construir, planificar i avaluar accions i discursos propis de la comunicació publicitària i de les relacions públiques per a l'elaboració de campanyes de comunicació, per a la qual cosa coneixeran també les possibilitats d'aplicació eficaç de les diferents tecnologies.
- Els estudiants de Publicitat i Relacions Públiques han de conèixer les teories, categories i conceptes que més han incidit en les diferents branques d'investigació, desenvolupament i innovació de la comunicació empresarial i institucional, com també la necessitat d'autoregulació per les conseqüències ètiques i socioculturals.

Aquests objectius podran aconseguir-se amb l'adquisició d'una sèrie de sabers i habilitats que hauran d'incloure els aspectes següents:

- Formació en ciències socials, humanitats, i ciència i tecnologia per a proporcionar una competència contextual bàsica d'ordre transdisciplinari.
- Formació en la teoria, els processos i les estructures de la comunicació i la informació per a conèixer els fonaments teòrics i pràctics més habituals dels models de creació, producció, planificació, difusió, recepció i avaluació de resultats de la comunicació, en general, i de la publicitat i les relacions públiques, en particular. Tot això serà portat a terme des de les perspectives industrial i cultural, de manera que es proporcione una visió integral del fenomen de la comunicació empresarial i institucional.
- Formació en el coneixement del disseny i creació d'estratègies comunicatives i desenvolupament de polítiques de comunicació, amb la finalitat d'obtenir la capacitat d'identificar, gestionar i atendre les necessitats pròpies de les empreses, tant des de la perspectiva del departament de comunicació de l'anunciant com des de l'empresa de comunicació.
- Formació en les capacitats expressives i particularitats de cadascun dels mitjans, suports i formats publicitaris per a l'elaboració de missatges i campanyes de comunicació, com també en l'habilitat per a analitzar i seleccionar els vehicles de difusió d'acord amb les estratègies de comunicació (tant en mitjans convencionals com en mitjans no convencionals).
- Formació en el coneixement i ús de les tecnologies de la comunicació en els diferents entorns multimèdia i hipermèdia, per a aplicar-los en l'àmbit de la publicitat i les relacions públiques i el desenvolupament de nous suports.
- Formació en la capacitat d'exercir el quefer comunicatiu amb una conducta ètica, tant a través del coneixement teoricopràctic dels codis deontològics de la publicitat vigents i de l'autoregulació de la professió com del desenvolupament d'una consciència de responsabilitat social i cultural.
- Formació en habilitats d'adequació de les estratègies i missatges als objectius de comunicació i als diferents públics amb els quals interactua l'organització aplicant tàctiques de comunicació específiques.
- Formació en el seguiment dels processos de treball en l'àmbit professional sempre amb criteris d'adaptació a l'entorn i d'innovació contínua.
- Iniciació a la metodologia i a les tècniques d'investigació en el camp de la comunicació empresarial i institucional, i adquisició d'habilitats per a la docència en aquest àmbit.



- [Estructura per crèdits](#)
- [Distribució de crèdits per tipus de matèria](#)
- [Explicació general del pla d'estudis](#)

## ESTRUCTURA PER CRÈDITS

El grau en Publicitat i Relacions Públiques s'organitza en assignatures semestrals de 6 crèdits europeus ECTS cadascuna. En concret, els estudiants hauran de cursar cada semestre 5 assignatures per a completar 30 crèdits; d'aquesta manera, aconseguiran els 60 crèdits per curs acadèmic i un total de 240 crèdits en quatre cursos acadèmics.

Per a facilitar la possibilitat de compatibilitzar els estudis amb altres activitats s'estableix la possibilitat que l'alumnat pugui ser estudiant a temps parcial, cursant 30 ECTS per curs acadèmic.

## DISTRIBUCIÓ DE CRÈDITS PER TIPUS DE MATÈRIA

TIPUS DE MATÈRIA	CRÈDITS
Formació bàsica (FB)	60
Obligatòries (OB)	138
Optatives (OP)	36
Treball de final de grau	6
<b>Total crèdits</b>	<b>240</b>

## EXPLICACIÓ GENERAL DEL PLA D'ESTUDIS

El grau s'ha organitzat en tretze mòduls que contenen les diferents assignatures del grau. L'estructuració de mòduls i l'agrupació d'assignatures s'ha fet emprant criteris disciplinaris. Cada curs acadèmic disposa d'un total de 60 ECTS, 30 ECTS per cada semestre. En l'organització s'han considerat també les particularitats de cada assignatura, de manera que estan presents durant la primera meitat del pla d'estudis del grau (primer i segon curs) totes aquelles assignatures amb un contingut teòric i instrumental fonamental sobre la comunicació en general i la comunicació publicitària en particular, mentre que en la segona meitat del pla d'estudis (tercer i quart curs) se situen les assignatures que corresponen a desenvolupaments teòrics i instrumentals específics de la comunicació publicitària i de les relacions públiques.

A continuació, detallem els mòduls del grau:

1. **Fonaments i Processos de la Comunicació** (30 crèdits - 5 assignatures). Consisteix en una aproximació al concepte, procés i estructura de la comunicació i de la comunicació col·lectiva; s'hi fa un estudi dels principals autors i models bàsics de la comunicació col·lectiva. Es portarà a terme una anàlisi dels elements bàsics que intervenen en el procés de comunicació, com també una història i desenvolupament dels mitjans de comunicació social. Per a fer-ho, s'estudiaran les escoles i models marc de les teories de la comunicació i de la comunicació col·lectiva, les teories científiques sobre la comunicació i sobre la comunicació col·lectiva, les teories normatives sobre la comunicació col·lectiva i els efectes sobre la comunicació col·lectiva. De la mateixa manera s'atendrà a la comunicació com a procés interpersonal. Models psicosocials de la comunicació. Processos psicosocials, comportament, actituds i canvi d'actituds. Comunicació i influència social. Comunicació persuasiva. Anàlisi psicosocial de la comunicació publicitària i dels mitjans de comunicació de masses. Comptant amb els coneixements descrits s'abordarà l'estudi i anàlisi crítica dels missatges de comunicació de masses mentre que signes construïts i interpretats mitjançant codis i adscrits a gèneres, atenent a l'estandardització i innovació en la producció de comunicació i cultura de masses. Es durà a terme l'estudi i capacitació en la tecnologia, l'anàlisi i l'expressió de formes, gèneres i característiques dels mitjans impresos i electrònics. I l'estudi i capacitació en l'anàlisi i l'expressió de formes, continguts i mitjans de comunicació audiovisuals.
2. **Interacció de l'Ajust Sociocultural i la seua Evolució amb la Comunicació** (30 crèdits - 5 assignatures). S'hi aborda, per un costat, les eines epistemològiques i metodològiques per a l'anàlisi de la realitat social, com a context per a la comunicació comercial i institucional, aprofundiment en les realitats del món contemporani, i en les diferents dimensions que conformen cada sistema social (economia, ecosistema, política, cultura, tecnologia, seguretat, etc.), com també en la seua evolució històrica i sociologia prospectiva (tendències i escenaris de futur). D'altra banda, s'hi planteja un estudi de les teories sociològiques sobre l'art i dels corrents artístics contemporanis més excel·lents englobats en les primeres avantguardes històriques fins a la postmodernitat i les noves tecnologies, atenent a la participació de l'art en els processos socioculturals contemporanis i a la determinació sociocultural de l'art contemporani. Des del punt psicosocial s'hi tractaran els processos directes i indirectes d'influència social des de la publicitat i els *mass media*, les actituds i canvi d'actituds, els principis psicològics, tècniques i estratègies d'influència social, les relacions intragrupals (conformisme o influència de la majoria, influència minoritària, processos relacionats amb el rendiment grupal, presa de decisions en grup, lideratge) i les relacions entre grups (identitat social). Des del punt de vista històric, s'hi planteja, en primera instància, una introducció a l'estudi de l'evolució econòmica de les societats contemporànies i dels moviments socials i polítics que les han configurades, amb especial referència al desenvolupament d'aquestes en el transcurs del segle XX, per a tot seguit efectuar una anàlisi de les transformacions socials i econòmiques de més transcendència que s'han registrat, durant el segle XX, a Espanya.
3. **Teoria i Història de la Publicitat i les Relacions Públiques** (24 crèdits - 4 assignatures). Seran objecte d'estudi els fonaments teòrics i conceptuals de la publicitat i les relacions públiques i el panorama general d'aquestes disciplines actualment. S'hi diferenciarà el concepte

de publicitat d'altres formes de comunicació persuasiva, examinant-ne la dimensió econòmica i social. S'hi estudiaran la publicitat i les relacions públiques com a activitats planificades i organitzades, els elements que conformen l'estructura general bàsica dels seus sistemes publicitaris, com també l'evolució històrica de l'activitat publicitària (manifestacions, corrents, sector professional) i de les relacions públiques des dels seus orígens fins a l'actualitat. També es durà a terme un estudi i anàlisi crítica de la comunicació publicitària en tant que missatge característic al si de les comunicacions de masses, dotat dels seus propis codis, i es posarà en relació amb l'estudi del consum en tant que pràctica significant.

4. **Estructures, Tècniques i Organització de la Comunicació Publicitària i de les Relacions Públiques** (48 crèdits - 8 assignatures). La programació del mòdul, en els continguts obligatoris, abraça la construcció històrica de l'estratègia, els conceptes fonamentals i els components de l'estratègia publicitària. Una vegada estudiats els conceptes d'estratègia, són necessàries la descripció i la investigació dels processos de comunicació, com també les interrelacions entre els principals agents de l'activitat publicitària i de relacions públiques: anunciant, agències de publicitat i de mitjans, agències de relacions públiques, mitjans i receptors. A partir d'ací, els coneixements optatius recullen, d'una banda, l'anàlisi i la investigació de les estructures organitzatives de les empreses de comunicació publicitària i de relacions públiques, com també el coneixement de l'evolució diacrònica de les seues estructures, amb especial atenció a la configuració actual de les empreses de comunicació i, de l'altra, els continguts teoricopràctics de la gestió i direcció de projectes en les empreses de comunicació i l'anàlisi dels factors i processos de negociació que conformen la relació entre l'anunciant i les diferents empreses de comunicació. Així mateix, són tractats els continguts teoricopràctics per al disseny i l'establiment del programa de relacions públiques en organitzacions públiques i privades, l'estudi de les fases del procés i el desenvolupament de les estratègies que permeten aplicar les polítiques de comunicació persuasiva. Polítiques que, al seu torn, són fonamentals per a abordar els continguts teoricopràctics de les tècniques escrites, orals i visuals que desenvolupen les relacions públiques en aquestes organitzacions i que corresponen a la part tàctica de la planificació estratègica de les relacions públiques. Com a tècnica específica de les relacions públiques, l'estudi del protocol i la seua aplicació en la gestió d'esdeveniments, és de crucial interès en els processos de comunicació de les organitzacions públiques i privades. Atenent als públics i a una comunicació molt especialitzada, la comunicació política i d'interès social engloba les concepcions, actors i fluxos d'aquesta comunicació, els principals processos de comunicació pública, institucional i política, i dels processos electorals, les pràctiques bàsiques del desenvolupament i posada en marxa de les campanyes electorals, com també les pràctiques bàsiques del desenvolupament i posada en marxa de campanyes d'interès social.
5. **Gestió de la Comunicació i de la Imatge Corporatives i uns altres Intangibles** (18 crèdits - 3 assignatures). S'hi abordarà l'estudi teoricopràctic dels processos estratègics de comunicació global i integral, com a actius intangibles de les organitzacions, tant a escala interna com externa. Igualment s'hi desenvolupa l'estudi teoricopràctic de la identitat corporativa de les organitzacions, els fonaments conceptuals per a la gestió estratègica dels actius intangibles de les organitzacions, la gestió estratègica de la imatge corporativa a través de la comunicació, la identitat visual, la responsabilitat social i la marca corporatives. Es completen els continguts de la matèria amb els fonaments teoricopràctics per a l'estudi, creació i gestió de la imatge de marca com a actiu intangible de les organitzacions, com també l'anàlisi de les tendències i innovació i la seua relació amb la comunicació i les marques.
6. **Creativitat en Comunicació Publicitària i de les Relacions Públiques** (42 crèdits - 7 assignatures). Abraça, primerament, el coneixement del concepte de creativitat, les teories explicatives existents i el tipus de pensament que afavoreix les produccions creatives; en segon lloc, l'anàlisi de la publicitat com a forma de comunicació informativopersuasiva i les seues implicacions en l'àmbit del llenguatge; en tercer lloc, segons la seua ubicació en el pla d'estudis, s'hi aborda el coneixement del procés estratègic que determina les decisions creatives, com també els principals gèneres i recursos que condueixen a la conceptualització, entesa com l'expressió del missatge, i l'adaptació dels conceptes als diferents mitjans de comunicació. Quant a les assignatures optatives, s'aprofundeix en el coneixement i desenvolupament d'habilitats necessàries per a fer més eficaç la comunicació a través de la correcta redacció, visualització i composició, com també de l'ús sinèrgic de les formes emergents de comunicació no convencional.
7. **Deontologia, Autorregulació Professional i Regulació Jurídica** (12 crèdits - 2 assignatures). Té com a contingut, d'una banda, l'estudi del marc legal del dret mercantil que regula la publicitat i les relacions públiques: les seues institucions bàsiques, l'estatut i interrelacions entre els subjectes de la comunicació (empreses, institucions, agències de publicitat i de relacions públiques) i la producció i distribució del producte publicitari (la contractació publicitària). Així mateix, serà objecte d'estudi la interrelació de la comunicació comercial amb el mercat: regulació del dret de la competència, competència deslleial, publicitat comercial i del mercat audiovisual i digital. Les marques com a instrument publicitari. D'altra banda, i de manera complementària, s'hi portarà cap l'estudi de les bases ètiques i de les institucions que han de regular, des d'un punt de vista deontològic, els discursos i les relacions entre els agents de la comunicació estratègica. En aquest ordre de coses, s'abordarà també el coneixement i aplicació del professionalisme i la direcció de persones en la publicitat i relacions públiques.
8. **Economia i Empresa de la Comunicació Publicitària i de les Relacions Públiques** (18 crèdits - 3 assignatures). Seran objecte d'estudi els conceptes bàsics de la teoria econòmica: activitat econòmica, intercanvi i mercat, demanda, oferta i preu, temps i risc, producció i interdependència econòmica, mercats competitius, monopolis i competència imperfecta, informació imperfecta, externalitats, macromagnituds i indicadors, creixement econòmic i desenvolupament, el sector públic i la política econòmica, la política monetària, el context regional, nacional i internacional de l'economia. També seran objecte d'estudi els conceptes bàsics en relació amb el màrqueting: màrqueting i el procés de planificació comercial, l'entorn comercial de l'empresa (macroentorn i microentorn), el mercat i el comportament del consumidor, segmentació i posicionament, disseny de l'estratègia de màrqueting mix, decisions de producte, estratègies de fixació de preu. Canals de distribució i estratègia de comunicació. Finalment, s'hi abordaran els continguts relatius a l'empresa publicitària i de relacions públiques, el seu entorn, la fixació d'objectius, la direcció estratègica de l'empresa, la gestió de persones i la creació d'empreses.
9. **Coneixements i Tècniques Aplicats a la Comunicació Publicitària** (48 crèdits - 8 assignatures). Comprèn l'estudi dels diferents elements morfològics, dinàmics i escalars que componen l'estructura formal de la imatge publicitària, com també dels principis compositius que regeixen la seua sintaxi i significació plàstica. Com també l'estudi teoricopràctic dels continguts i les formes d'expressió del relat audiovisual en els missatges publicitaris. D'altra banda, són també objecte d'estudi teoricopràctic diferents eines. Tècniques i procediments de caràcter fotogràfic, audiovisual i de disseny gràfic per a la producció i realització de missatges publicitaris per a mitjans impresos i audiovisuals, a més de la postproducció digital d'imatges i sons destinats a continguts audiovisuals publicitaris.
10. **Tècniques d'Investigació i Gestió Aplicades a la Publicitat i les Relacions Públiques** (24 crèdits - 4 assignatures). S'hi abordarà la investigació social i la seua aplicació a l'estudi del consum i la comunicació, coneixent les fonts secundàries d'informació, la producció de

dades a partir de tècniques qualitatives i quantitatives. Serà també objecte d'estudi l'anàlisi i selecció de suports i mitjans per a la planificació de la difusió publicitària, l'anàlisi i investigació d'audiències, els recursos per a la planificació de mitjans, l'eficàcia de la planificació dels mitjans i les estructures organitzatives de la planificació i compra de mitjans. De manera particular, s'hi estudiaran, d'una banda, el procés d'investigació de mercats (obtenció de dades, mostreig, treball de camp, anàlisi de la informació i informe), les aplicacions de la investigació de mercats (investigació sobre productes, preus i distribució) i també l'eficàcia publicitària i el seu mesurament. De l'altra, es desenvoluparà l'aprenentatge d'estratègies de recuperació, avaluació i aplicació de la informació des de recursos fonamentalment digitals en àmbits com la comunicació institucional, comunicació política, comunicació empresarial i la comunicació corporativa i publicitària, i l'aplicació de les noves tecnologies de la informació i comunicació a la gestió de l'empresa publicitària i a la comunicació interna i externa.

11. **Anglès Professional per a la Publicitat i les Relacions Públiques** (6 crèdits - 1 assignatura). Versa sobre l'anglès professional per a la comunicació de relacions públiques i publicitat, i està dedicada a l'estudi teoricopràctic de la terminologia específica i dels gèneres comunicatius de l'anglès especialitzat en l'àmbit de la publicitat i de les relacions públiques.
12. **Formació Pràctiques Externes** (12 crèdits - 1 assignatura). La formació pràctiques externes consisteix que l'alumne s'integre en l'exercici professional real i aplique en la pràctica els coneixements i habilitats que ha anat adquirint en les diferents assignatures del grau. Les tasques concretes a realitzar variaran d'acord amb el lloc al qual s'incorpore l'estudiant en pràctiques. En qualsevol cas, aquestes tasques estaran directament vinculades a l'exercici de la professió publicitària en qualsevol dels perfils per al qual el grau li capacita.
13. **Treball de Final de Grau** (6 crèdits - 1 assignatura). El treball de final de grau consistirà en l'elaboració i defensa d'un treball de recerca, que pot consistir en una anàlisi empírica o en una revisió de la literatura per a determinar l'estat "de l'art" de la qüestió triada. S'establirà entre els professors del centre un llistat de tutors, i es fixarà un nombre màxim de treballs que serà tutelat per cada docent. Les funcions del professor tutor seran: Fixar clarament amb l'estudiant el tema i els objectius del treball de final de grau; Supervisar el procés d'elaboració del treball de final de grau; Donar el vistiplau a la presentació i defensa del treball de fi de grau. Els treballs de fi de grau seran avaluats per una comissió o tribunal format a aquest efecte. Prèviament a l'avaluació del treball de fi de grau, l'estudiant ha d'acreditar les competències en un idioma estranger. Entre altres formes d'acreditació, a la Universitat d'Alacant es considera necessari superar, com a mínim, el nivell B1 del marc de referència europeu per a les llengües modernes, que podrà ser pujat en el futur.



### REQUISIT LINGÜÍSTIC EN LLENGUA ESTRANGERA

L'alumnat que cursa **títols de grau** a la Universitat d'Alacant ha d'**acreditar**, com a mínim, el **nivell B1 en una llengua estrangera per a poder obtenir-ne el títol** (tot i això, recomanem el B2). El nivell de llengua requerit s'adequa al Marc de Referència Europeu per a les Llengües Modernes.

L'acreditació del nivell de llengua es pot obtenir prèviament o en qualsevol moment durant els estudis universitaris. En tot cas, **per a poder avaluar el treball de fi de grau** caldrà tenir-lo acreditat.

Les **diverses vies** per a obtenir l'acreditació es poden consultar en la informació addicional que inclou aquest apartat.

[+info](#)

### CAPACITACIÓ DOCENT EN LLENGÜES

Per a l'alumnat que, en finalitzar els estudis, vulga dedicar-se a la **docència** no universitària és absolutament **recomanable** l'obtenció de la **capacitació docent en llengües** (valencià o llengües estrangeres).

La capacitació es pot obtenir seguint itineraris específics en els plans d'estudis o superant el **curs de capacitació per a l'ensenyament en valencià, alemany, francès o anglès** que imparteix la UA.

[+info](#)

### TREBALL DE FI DE GRAU (TFG)

Tots els ensenyaments oficials de grau acaben amb l'elaboració i defensa d'un treball fi de grau, que ha de fer-se en la fase final del pla d'estudis i estar orientat a l'avaluació de competències associades al títol.

El TFG és un treball original, autònom i personal, l'elaboració del qual podrà ser individual o coordinada, que cada estudiant ha de fer orientat per un tutor o tutora. Això permetrà a l'alumnat mostrar de manera integrada els continguts formatius rebuts i les competències adquirides associades al títol de grau.

**Per a poder matricular-se del TFG**, cal complir els requisits establits en la normativa de permanència i continuació d'estudis per a alumnes matriculats en títols de grau de la Universitat d'Alacant. Entre aquests requisits destaca el de haver superat un mínim de 168 crèdits, en els títols de grau de 240 crèdits, o de 228 en els títols de grau de 300 crèdits o més.

**Per a poder avaluar el TFG**, s'ha d'haver acreditat el nivell B1 de llengua estrangera (recomanable el B2).

[+info](#)

- [Vies de accés](#)
- [Tràmits per a sol·licitar plaça](#)
- [Perfil d'ingrés recomanat](#)
- [Oferta de places i notes de tall per quota](#)

## VIÉS D'ACCÉS

Podran sol·licitar l'admissió a aquesta titulació les persones que reunisquen algun dels següents requisits d'accés:

1. **BATXILLERAT LOMCE I PROVA D'ACCÉS A LA UNIVERSITAT (PAU):** encara que s'hi pot accedir des de qualsevol modalitat de batxillerat, es recomana haver cursat la modalitat d'Humanitats i Ciències Socials.

## PODEU MILLORAR LA NOTA D'ADMISSIÓ AL GRAU EXAMINANT-VOS, EN LA PAU, D'ASSIGNATURES QUE PONDERARAN SEGONS AQUESTA TAULA:

TAULA 1

Publicidad

2. **BATXILLERATS ANTERIORS AMB O SENSE PAU SUPERADA:** l'alumnat que haja fet estudis de batxillerat de plans anteriors i tinga superada la selectivitat manté la nota d'accés, tot i que

## POT MILLORAR-LA PRESENTANT-SE A ASSIGNATURES DE LA FASE VOLUNTÀRIA DE LA PAU O A LA FASE OBLIGATÒRIA (EN AQUEST CAS CAL FER LA FASE OBLIGATÒRIA COMPLETA).

Els alumnes que van acabar el batxillerat en el curs 2015/16 i no van superar la selectivitat (o no s'hi van presentar) i els que en el curs 2016/17 estiguen repetint assignatures de 2n de batxillerat poden accedir als estudis de grau universitari sense haver de superar la PAU. La seua nota d'accés serà la de l'expedient de batxillerat.

## PODEN MILLORAR NOTA AMB LA SUPERACIÓ D'ASSIGNATURES QUE PONDEREN DE LA PAU (NOMÉS PER A L'ADMISSIÓ DEL CURS 2017/18).

L'alumnat de l'antic sistema de BUP i COU manté la qualificació d'accés obtinguda en la prova de selectivitat.

## AQUESTS ALUMNES PODEN MILLORAR LA NOTA D'ADMISSIÓ PRESENTANT-SE A LA FASE VOLUNTÀRIA DE L'ACTUAL PAU.

Només qui va superar el COU abans del curs 1974/75 (any d'implantació de la selectivitat) hi pot accedir sense superar proves d'accés.

Els estudiants procedents de sistemes educatius espanyols més antics (estudis de batxillerat amb pla anterior al 1953, estudis de batxillerat superior, curs preuniversitari i proves de maduresa) poden accedir a estudis oficials de grau amb la nota d'accés que van obtenir.

## PODEN MILLORAR-LA A TRAVÉS DE LA FASE VOLUNTÀRIA DE LA PAU D'ACORD AMB LES LES PONDERACIONS DE LA TAULA 1.

3. **FORMACIÓ PROFESSIONAL.** Títols de tècnic superior de formació professional, tècnic superior d'arts plàstiques i disseny o tècnic esportiu superior: s'hi pot accedir des de qualsevol família professional.

## ES POT MILLORAR LA NOTA D'ADMISSIÓ EXAMINANT-SE, EN LES PAU, DE QUATRE ASSIGNATURES, COM A MÀXIM, QUE PONDEREN SEGONS LA TAULA 1.

4. **ESTUDIANTS DE SISTEMES EDUCATIUS DE PAÏSOS DE LA UNIÓ EUROPEA O D'ALTRES ESTATS AMB ELS QUALS ESPANYA HAJA SUBSCRIT ACORDS INTERNACIONALS.** Cal acreditació d'accés expedida per la UNED.

## PODEN RECONÈIXER O EXAMINAR-SE D'ASSIGNATURES EN LES PROVES DE COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES (PCE) QUE ORGANITZA LA UNED, PER A MILLORAR LA NOTA D'ADMISSIÓ FINS A 14 PUNTS, D'ACORD AMB EL SISTEMA DE PONDERACIONS DE LA TAULA 1.

5. **ELS ESTUDIANTS DE SISTEMES EDUCATIUS ESTRANGERS,** prèvia sol·licitud d'homologació del títol d'origen al títol espanyol de batxillerat, poden examinar-se de quatre assignatures, com a màxim, de les oferides en les proves de competències específiques (PCE) de la UNED (almenys una assignatura troncal comuna).

## SE'LS APLICARAN LES PONDERACIONS DE LA TAULA 1, EN CAS QUE S'HAGEN EXAMINAT D'ASSIGNATURES TRONCALS DE MODALITAT O D'OPCIÓ I LES HAGEN SUPERAT.

6. **ALTRES.** Titulats universitaris i assimilats, proves d'accés per a majors de 25 anys (opció preferent: Ciències Socials i Jurídiques), accés amb acreditació d'experiència laboral o professional (majors de 40 anys), accés per a majors de 45 anys mitjançant prova.

**Històric de ponderacions d'assignatures de la fase específica de la Prova d'Accés a la Universitat (PAU)**

Assignatures de Batxillerat	Parametres de ponderació	Anàlisi Musical II	Biologia	Ciències de la Terra i Medioambientals	Dibuix Artístic II	Dibuix Tècnic II	Disseny	Economia de l'Empresa	Electrotècnia	Física	Geografia	Grec II	Història de la Música i de la Dansa	Història de l'Art	Llatí II	Llenguatge i Pràctica Musical	Literatura Universal	Matemàtiques Aplicades a les Ciències Socials II	Matemàtiques II	Química	Tècniques Exp. Gràfiques Plàstiques	Tecnologia Industrial II	
Cursos 2010-11	0.1																						
2011-12	0.2	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Cursos 2012-13	0.1	x	x	x	x	x	x			x		x	x	x	x	x			x	x	x		
2013-14																							
2014-15																							
2015-16	0.2							x			x						x	x					
2016-17																							

**TRÀMITS PER A SOL·LICITAR PLAÇA: PREINSCRIPCIÓ I MATRÍCULA**

- Previsió oferta de places de primer: 240
- Per a sol·licitar plaça cal atènyer-se al procediment i terminis que s'establisquen cada any. Habitualment cal realitzar una **preinscripció** i es fixen dos terminis. El primer termini o fase A, a mitjan juny i el segon, o fase B, a mitjan setembre. En la fase B únicament es pot sol·licitar l'admissió en les titulacions amb places vacants després de la fase A. Les places s'adjudiquen tenint en compte les preferències, criteris i contingents de reserva establits en la normativa vigent. [Informació del procediment de sol·licitud de plaça \(Preinscripció\)](#).
- Les persones admeses han de formalitzar la matrícula en els terminis que anualment s'establisquen en el calendari de matrícula. (Habitualment a la fi de juliol i a la fi de setembre). [Informació de matrícula](#).

**PERFIL D'INGRÉS RECOMANAT**

Es recomana que l'alumne de nou ingrés tinga coneixements bàsics en ciències socials i en ciències humanes, així com una bona disposició per al raonament lògic.

**OFERTA DE PLACES I NOTES DE TALL PER QUOTA**

CURSOS	OFERTA DE PLACES	NOTES DE TALL PER QUOTA CONTINGENT						
		GENERAL	MAJORS 25	MAJORS 40	MAJORS 45	TITULATS	ESPORTISTES	MINUSV.
2010-11	240	7,660	6,895	5,210	---	5,590	---	---
2011-12	240	7,935	6,968	5,000	---	6,260	5,000	5,000
2012-13	240	7,418	6,838	5,000	---	6,560	---	---
2013-14	240	7,262	5,195	5,000	5,000	5,000	---	5,000
2014-15	240	7,270	5,320	---	---	5,000	---	5,000
2015-16	240	7,358	5,330	---	---	6,800	---	---
2016-17	240	7,604	5,000	---	---	5,000	---	---
2017-18	240	7,938	5,510	---	---	5,000	5,000	---

- Les notes de tall indicades corresponen als resultats de la primera adjudicació de juny.
- Les notes definitives poden ser inferiors a les ací arrellegades.

## PERFILS PROFESSIONALS

Els perfils professionals són:

- **Director/a de comunicació, investigador/a i consultor/a estratègic en publicitat i relacions públiques.** Professionals que exerceixen la seua activitat des de l'àmbit de les organitzacions o bé des de l'agència de publicitat o de relacions públiques i similars (comptes i planificació estratègica, per exemple) o des de l'empresa consultora.

Responsables de l'àrea de comunicació, director de publicitat i de relacions públiques, d'un organisme o empresa, que estableixen contacte amb els diversos públics potencials, tant interns com externs, com també de la planificació, gestió i control del pla de comunicació anual.

Els investigadors i/o consultors estratègics identifiquen el paper específic que ha de tenir la comunicació en cada organització i en les accions de màrqueting.

En els dos casos, defineixen les estratègies de comunicació d'acord amb els objectius dels emissors. Planifiquen tant les investigacions *ad hoc* necessàries per a arribar a definir els eixos fonamentals de la campanya com el desplegament i implantació de les pròpies campanyes que supervisen, executen i/o controlen. Per a fer-ho disposen del seu coneixement dels mercats i de les eines de comunicació, monitoratge i control.

- **Investigadors/es, planificadors/es i compradors/es de mitjans.** Aquests professionals planifiquen la idoneïtat i característiques dels suports per a la difusió de les campanyes de comunicació, com també el control i seguiment de l'audiència d'aquests mitjans i la seua eficàcia, d'acord amb els objectius de comunicació definits, amb la finalitat d'arribar a un públic objectiu a través dels mitjans convencionals i no convencionals, mitjançant l'adquisició i creació d'espais i suports en les millors condicions possibles.
- **Creatiu/va i dissenyador/a.** Professional especialitzat en creativitat publicitària en tot tipus de suports, des de la conceptualització i visualització de la idea publicitària fins a la seua adequació i integració en els diferents mitjans. Podem identificar les especialitats de: director creatiu, director d'art, redactor i webmestre (creativitat de l'estructura de la web). La tasca d'executar fins a l'art final i controlar la producció física dels suports correspon als experts en producció i tràfic.
- **Gestor/a de comunicació corporativa.** Professional responsable de la gestió estratègica de la imatge i de la comunicació corporativa, tant en la seua naturalesa intangible (identitat visual, comunicació i cultura corporativa) com en les seues interrelacions funcionals (financera, comercial, de producció, etc.), i d'establir diàlegs constructius amb els diferents públics rellevants de l'empresa, interns i externs. També s'ocupa de la reputació corporativa, en funció del grau de compliment dels seus compromisos en relació amb els públics implicats.

## CALENDARI D'IMPLANTACIÓ

La Universitat d'Alacant implantarà el títol de grau en Publicitat i Relacions Públiques, i la correlativa extinció de l'antic títol de llicenciat es farà curs per curs. El procés d'iniciarà durant el curs acadèmic 2010/2011 i acabarà en el curs 2013/2014.

CURS	CURS ACADÈMIC			
	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Primer	Grau	Grau	Grau	Grau
Segon		Grau	Grau	Grau
Tercer			Grau	Grau
Quart				Grau

## CRONOGRAMA

Curs acadèmic	Implantació del grau en Publicitat i Relacions Públiques	Extinció de la llicenciatura en Publicitat i Relacions Públiques
2010/2011	1r curs	1r curs
2011/2012	2n curs	2n curs
2012/2013	3r curs	3r curs
2013/2014	4t curs	4t curs

**TAULA D'ADAPTACIONS DE LA LLICENCIATURA DE PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES AL GRAU EN PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES**


Llicenciatura en Publicitat i Relacions Públiques (Pla d'estudis B154 de 2002)				Grau en Publicitat i Relacions Públiques		
Codi	Curs	Crèd.	Assignatura	Assignatura	Curs	ECTS
10011	1r	6	Anàlisi i Expressió en Comunicació i Informació Escrites	Comunicació i Mitjans Escrits (fb)	1r	6
10010	1r	6	Bases Psicosocials de la Comunicació	Psicologia Social de la Comunicació (fb)	2n	6
10008	1r	6	Comunicació i Informació Escrita	Comunicació i Mitjans Escrits (fb)	1r	6
10007	1r	6	Història del Món Contemporani I	Història Econòmica i Social d'Espanya (op)	4t	6
10012	1r	6	Introducció a la Comunicació Social	Fonaments de la Comunicació I (fb)	1r	6
10009	1r	6	Introducció a la Publicitat	Teoria de la Publicitat (ob)	1r	6
10017	1r	6	Comunicació Global	Comunicació Corporativa (ob)	2n	6
10018	1r	6	Història del Món Contemporani II	Història Econòmica, Social i Política Contemporània (fb)	1r	6
10015	1r	6	Introducció a l'Economia	Introducció a l'Economia (ob)	1r	6
10013	1r	6	Sociologia	-	-	-
10016	1r	6	Tècniques Qualitatives d'Investigació Social	Tècniques d'Investigació Social en Comunicació (fb)	2n	6
10014	1r	6	Tècniques d'Investigació Social			
10039	2n	6	Anàlisi i Expressió en Comunicació i Informació Audiovisual	Comunicació i Mitjans Audiovisuals (fb)	1r	6
10031	2n	6	Comunicació i Informació Audiovisual	Tècniques de Comunicació Audiovisual (ob)	2n	6
10038	2n	6	Documentació Informativa	Gestió de la Informació en Comunicació (ob)	3r	6
10035	2n	4,5	Estructura Social	Canvi Social i Comunicació (fb)	2n	6
10032	2n	6	Introducció a les Relacions Públiques	Teoria de les Relacions Públiques (ob)	1r	6
10034	2n	4,5	Llengua Catalana I	-	-	-
10037	2n	4,5	Llengua Catalana II	-	-	-
10033	2n	4,5	Llengua Espanyola I	-	-	-
10036	2n	4,5	Llengua Espanyola II	-	-	-
10042	2n	6	Introducció al Màrqueting	Fonaments de Màrqueting (fb)	1r	6
10041	2n	6	Llenguatge Publicitari	Llenguatge Publicitari (ob)	2n	6
10040	2n	6	Semiòtica de la Comunicació de Masses	Semiòtica de la Comunicació de Masses (ob)	2n	6
10043	3r	6	Creativitat Publicitària I	Fonaments de la Creativitat (ob)	2n	6
10020	3r	4,5	Creativitat Publicitària II	Estratègia Creativa i Conceptualització (ob)	3r	6
10021	3r	6	Estratègia de la Comunicació Publicitària	Estratègia de la Publicitat i de les Relacions Públiques (ob)	2n	6
10019	3r	6	Influència Social	Processos Psicosocials d'Influència i Publicitat (op)	4t	6
10025	3r	4,5	Elaboració de Textos Publicitaris	Elaboració de Textos Publicitaris (ob)	3r	6
10026	3r	6	Imatge Corporativa	Imatge Corporativa (ob)	3r	6
10022	3r	6	Imatge i Publicitat	Teoria de la Imatge Aplicada a la Publicitat (ob)	3r	6
10024	3r	4,5	Semiòtica de la Publicitat	Semiòtica de la Publicitat i del Consum (ob)	3r	6
10023	3r	6	Sociolingüística	-	-	-
10027	3r	6	Sociologia de la Comunicació de Masses	Fonaments de la Comunicació II (fb)	1r	6
10028	4t	6	Introducció a la Investigació de Mitjans Publicitaris	Investigació i Planificació de mitjans (ob)	4t	6

10030	4t	6	Sistemes i Processos en Publicitat i Relacions Públiques	Sistemes i Processos de la Publicitat i Relacions Públiques (ob)	4t	6
10029	4t	6	Teoria i Tècnica de les Relacions Públiques I	Planificació de les Relacions Públiques (ob)	3r	6
10044	4t	4,5	Teoria i Tècnica de les Relacions Públiques II	Tècniques de les Relacions Públiques (op)	4t	6
10050	4t	4,5	Deontologia de la Publicitat i de les Relacions Públiques	Deontologia de la Publicitat i de les Relacions Públiques (ob)	3r	6
10045	4t	4,5	Dret de la Publicitat	Introducció al Dret per a la Comunicació i la Publicitat (fb)	1r	6
10047	4t	4,5	Disseny Publicitari	Direcció d'Art (op)	4t	6
10048	4t	6	Narrativa Audiovisual Aplicada	Narrativa Audiovisual Aplicada a la Publicitat (ob)	3r	6
10049	4t	6	Realització i Producció en Mitjans Audiovisuais	Producció i Realització en Mitjans Audiovisuais (ob)	3r	6
10046	4t	6	Realització i Producció en Mitjans Impresos	Producció i Realització en Mitjans Impresos (ob)	4t	6
				Treball Fi de Grau (ob)	4t	6



El total de crèdits de l'actual pla d'estudis de la llicenciatura en Publicitat i Relacions Públiques que es poden adaptar al pla d'estudis del nou grau en Publicitat i Relacions Públiques és de 324, dels quals 180 crèdits corresponen a assignatures troncal i obligatòries i 143,5 a optatives.

Els crèdits cursats per l'estudiant en la llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques que no hagen estat reconeguts en la taula precedent podran ser reconeguts a través de:

1. Els crèdits optatius del grau fins al màxim d'optativitat que estableix el grau mateix.
2. Els crèdits de lliure elecció reconeguts originalment per activitats d'extensió universitària, culturals o de representació seran reconeguts en el grau en el qual s'ingressa pel contingent de fins a un màxim de 6 crèdits acadèmics a reconèixer per activitats diverses que preveu l'article 12.8 del RD 1393/2007 (participació en activitats culturals, esportives, de representació estudiantil, solidàries i de cooperació).



**TAULA AMB LES ADAPTACIONS DE LES ASSIGNATURES OPTATIVES DE PRIMER CICLE**

Llicenciatura en Publicitat i Relacions Públiques (Pla d'estudis B154 de 2002)				Grau en Publicitat i Relacions Públiques		
Codi	Curs	Crèd.	Assignatura	Assignatura	Curs	ECTS
10075	Op 1r c	4,5	Anàlisi de textos	-	-	-
10067	Op 1r c	4,5	Cinema d'Animació	-	-	-
10073	Op 1r c	4,5	Comunicació i Informació en Internet	-	-	-
10065	Op 1r c	4,5	Comunicació i Estudis Culturals	-	-	-
10063	Op 1r c	4,5	Comunicació i Salut	-	-	-
10062	Op 1r c	4,5	Efectes de la Comunicació Social i Mesurament de l'Eficàcia Publicitària	-	-	-
10054	Op 1r c	4,5	Entrenament en Habilitats Socials	-	-	-
10052	Op 1r c	4,5	Estadística Aplicada a la Publicitat	-	-	-
10058	Op 1r c	4,5	Estructura de la Programació Audiovisual	-	-	-
10072	Op 1r c	4,5	Gestió de Comptes	Direcció de Comptes (op)	4t	6
10070	Op 1r c	4,5	Guió Publicitari	Narrativa Audiovisual Aplicada a la Publicitat (ob)	3r	6
10068	Op 1r c	4,5	Eines per al Disseny Gràfic I	Eines per al Disseny Gràfic Publicitari (ob)	2n	6
10069	Op 1r c	4,5	Eines per al Disseny Gràfic II	Eines per al Disseny Gràfic Publicitari (ob)	2n	6
10051	Op 1r c	4,5	Història de la Publicitat	Història de la Publicitat (op)	4t	6
10061	Op 1r c	4,5	L'Expressió Oral com a Instrument Persuasiu	-	-	-
10066	Op 1r c	4,5	Mitologies de la Publicitat	-	-	-
10060	Op 1r c	4,5	Opinió Pública i Publicitat	-	-	-
10064	Op 1r c	4,5	Publicitat Transcultural	-	-	-
10056	Op 1r c	4,5	Publicitat i Art Contemporani I	-	-	-
10071	Op 1r c	4,5	Taller de la Publicitat I	-	-	-
10057	Op 1r c	4,5	Tecnologia dels Mitjans Audiovisuals	Tècniques de Comunicació Audiovisual (ob)	2º	6
10059	Op 1r c	4,5	Teoria i Història del Cinema I	-	-	-
10074	Op 1r c	4,5	Teoria i Tècnica de la Comunicació Radiofònica	-	-	-
10053	Op 1r c	4,5	Ús del Català en la Publicitat i les Relacions Públiques	-	-	-



**TAULA D'ADAPTACIONS DE LES ASSIGNATURES OPTATIVES DE SEGON CICLE**

Llicenciatura en Publicitat i Relacions Públiques (Pla d'estudis B154 de 2002)				Grau en Publicitat i Relacions Públiques		
Codi	Curs	Crèd.	Assignatura	Assignatura	Curs	ECTS
10086	Op 2n c	4,5	Anàlisi Psicosocial de la Publicitat	Processos Psicosocials d'Influència i Publicitat (op)	4t	6
10130	Op 2n c	4,5	Canvi Social i Comunicació	Canvi Social i Comunicació (fb)	2n	6
10098	Op 2n c	4,5	Campanyes Electorals	-	-	-
10085	Op 2n c	4,5	Cartell i Disseny Gràfic Contemporani	Cartell Publicitari (op)	4t	6
10055	Op 2n c	4,5	Català Oral per a la Publicitat i les Relacions Públiques	-	-	-
10126	Op 2n c	4,5	Causes Socials i Publicitat	-	-	-
10108	Op 2n c	4,5	Cinema i Vídeo Corporatiu	-	-	-
10103	Op 2n c	4,5	Cinema i Vídeo Publicitari	-	-	-
10097	Op 2n c	4,5	Color i Publicitat	-	-	-
10083	Op 2n c	4,5	Comportament Polític	-	-	-
10102	Op 2n c	4,5	Comunicació No Verbal i Publicitat	-	-	-
10079	Op 2n c	4,5	Comunicació Política i Propaganda	Comunicació Política i d'Interès Social (op)	4t	6
10087	Op 2n c	4,5	Comunicació i Arquitectura	-	-	-
10120	Op 2n c	4,5	Comunicació i Entitats Financeres	-	-	-
10119	Op 2n c	4,5	Comunicació i Mercat de Treball	-	-	-
10093	Op 2n c	4,5	Comunicació i Publicitat en l'Empresa de Franquícia	-	-	-
10077	Op 2n c	4,5	Conducta del Consumidor i Gestió Comercial	-	-	-
10128	Op 2n c	4,5	Direcció d'Art	Direcció d'Art (op)	4t	6
10104	Op 2n c	4,5	Direcció de Fotografia Publicitària	Fotografia Publicitària (op)	4t	6
10094	Op 2n c	4,5	Disseny i Publicitat en la Xarxa	-	-	-
10099	Op 2n c	4,5	Documentació Audiovisual	-	-	-
10092	Op 2n c	4,5	L'Espanyol i els Entorns Comunicatius	-	-	-
10113	Op 2n c	4,5	Empresa Publicitària	Estructura de l'Activitat Publicitària i de les Relacions Públiques (op)	4t	6
10129	Op 2n c	4,5	Entorn Publicitari del Producte/Servei	-	-	-
10076	Op 2n c	4,5	Espanyol Tècnic	-	-	-
10121	Op 2n c	4,5	Etiquetatge Publicitari i Disseny d'Envàs	-	-	-
10096	Op 2n c	4,5	Fotografia Artística i Publicitària	Fotografia Publicitària (op)	4t	6
10105	Op 2n c	4,5	Fotografia Publicitària	Fotografia Publicitària (op)	4t	6
10125	Op 2n c	4,5	Imatge de Marques	Tendències en Gestió de Marques (op)	4t	6
10080	Op 2n c	4,5	Investigació de Mercats	Investigació de Mercats (op)	4t	6
10133	Op 2n c	4,5	La Qualitat en les Empreses de Publicitat i Relacions Públiques	-	-	-

10100	Op 2n c	4,5	La Publicitat en la Unió Europea	-	-	-
10084	Op 2n c	4,5	Màrqueting Polític i Electoral	-	-	-
10111	Op 2n c	4,5	Mitjans de Comunicació, Publicitat i Gènere	-	-	-
10106	Op 2n c	4,5	Muntatge i Postproducció Audiovisual en Publicitat	Postproducció Audiovisual en Publicitat (op)	4t	6
10114	Op 2n c	4,5	Negociació de Campanyes Publicitàries	Direcció de Comptes (op)	4t	6
10101	Op 2n c	4,5	Noves Formes Publicitàries	Noves Formes Publicitàries (op)	4t	6
10081	Op 2n c	4,5	Organització i Direcció del Gabinet de Comunicació	-	-	-
10078	Op 2n c	4,5	Patrocini i Mecenatge	Noves Formes Publicitàries (op)	4t	6
10091	Op 2n c	4,5	Pragmàtica Intercultural	-	-	-
10118	Op 2n c	4,5	Programes de Comunicació per a Organitzacions Esportives	-	-	-
10110	Op 2n c	4,5	Protocol Institucional i Empresarial	Protocol i Esdeveniments en Institucions i Empreses (op)	4t	6
10124	Op 2n c	4,5	Publicitat Corporativa	-	-	-
10095	Op 2n c	4,5	Publicitat i Art Contemporani II	-	-	-
10115	Op 2n c	4,5	Publicitat i Centres Comercials	-	-	-
10116	Op 2n c	4,5	Publicitat i Pimes	-	-	-
10117	Op 2n c	4,5	Publicitat i Turisme	-	-	-
10127	Op 2n c	4,5	Redacció i Locució en Mitjans Audiovisuais	-	-	-
10109	Op 2n c	4,5	Relacions Públiques i Captació de Fons	-	-	-
10123	Op 2n c	4,5	Senyalètica	-	-	-
10131	Op 2n c	4,5	Sistema Mundial i Comunicació	-	-	-
10089	Op 2n c	4,5	Sociologia de la Cultura Contemporània i de les Arts	Sociologia de la Cultura i de les Arts contemporànies(op)	4t	6
10132	Op 2n c	4,5	Sociologia de la Música en Comunicació Audiovisual	-	-	-
10090	Op 2n c	4,5	Sociologia de la Població	-	-	-
10082	Op 2n c	4,5	Sociologia del Consum	-	-	-
10122	Op 2n c	4,5	Taller de la Publicitat II	-	-	-
10112	Op 2n c	4,5	Tècniques de Comunicació en el Lloc de Venda	Noves Formes Publicitàries (op)	4t	6
10107	Op 2n c	4,5	Teoria i Història del Cinema II	-	-	-
10088	Op 2n c	4,5	Tipografia Publicitària	-	-	-
	Op	12-18	Pràctiques en Empresa (*)	Pràctiques en Empresa (op)	4t	12
				Anglès per a la Publicitat i les Relacions Públiques (op)	4t	6
				Organització d'Empreses de Publicitat i Relacions Públiques (op)	4t	6

(\*) El reconeixement de Pràctiques Externes es realitza a través de la Comissió de Reconeixement i Transferència de crèdits de Centre.

**GRAU EN PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES. PLA RESUMIT**

publicidad



- [Memòria Verificada](#)
- [Resolució Consell d'Universitats \(CU\): Verificació positiva](#)
- [Resolució Consell d'Universitats \(CU\): Renovació de l'acreditació](#)
- [Autorització de la Generalitat Valenciana](#)

#### Sistema de Garantia Interna de Qualitat (SGIC) del Títol

---

- Estructura del Centre per a la Qualitat
  - [Comissió de Garantia Interna de Qualitat](#)
  - [Altres Comissions](#)
- [Manual SGIC](#)
- [Procediments](#)
  - [Estratègics \(PE\)](#)
  - [Clau \(PC\)](#)
  - [Suport \(PA\)](#)
  - [Mesura \(PM\)](#)
- [Gestió del SGIC](#) (Accés a ASTUA)

#### Seguiment del Títol

---

- [Autoinformes UA](#)
- [Informes externs AVAP](#)
- [Altres informes](#)
- [Plans de millora](#)
- [Progrés i resultats de l'aprenentatge](#)

Informació del Centre	Informació general per a l'alumnat
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales</b> <b>Secretaria de la Facultat (Edifici Germà Bernàcer)</b></li></ul> <p>Telèfon:+ 34 96 590 3670/3671 Fax:+ 34 96 590 9789 <a href="mailto:facu.economicues@ua.es">facu.economicues@ua.es</a> <a href="http://economicas.ua.es/va/">economicas.ua.es/va/</a></p> <p><u>Información específica del Estudio: Publicidad y Relaciones</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <u>Programes de mobilitat</u></li><li>• <u>Pràctiques en empreses i institucions</u></li><li>• <u>Actes d'acolliment i benvinguda</u></li><li>• <u>Programa d'acció tutorial</u></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <u>Beques i ajudes</u></li><li>• <u>Allotjament</u></li><li>• <u>Menjadors i cafeteries</u></li><li>• <u>Transport</u></li><li>• <u>Atenció mèdica d'urgència</u></li><li>• <u>Assegurances</u></li><li>• <u>Atenció estudiants amb necessitats especials</u></li><li>• <u>Representació i participació estudiantil</u></li><li>• <u>Targeta d'identificació universitària (TIU)</u></li><li>• <u>Preguntes freqüents</u></li></ul>
Normativa general de la UA	+ Informació titulació
<ul style="list-style-type: none"><li>• <u>Normativa i procediments acadèmics de la Universitat d'Alacant</u></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <u>BOE de publicació del pla d'estudis Modificació</u></li><li>• <u>Fullet informatiu</u></li><li>• <u>Vídeo presentació de la titulació</u></li></ul>