



CAMPUS PÚBLICO  
MARÍA ZAMBRANO  
SEGOVIA



# **Orientaciones generales Matrícula 2019-2020**

**GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS CONJUNTO  
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS  
Y GRADO EN TURISMO**

**Rama Conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas (Plan 458)**



El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se imparte a lo largo de **cuatro cursos** académicos y compone de **240 ECTS** distribuidos entre:

10 asignaturas básicas (B)

26 obligatorias (OB)

36 optativas (OP)



<b>CÓD</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b>TIPO</b>	<b>CURSO</b>	<b>CUAT</b>	<b>ECTS</b>
42840	Historia universal contemporánea	B	1	1	6
42841	Teoría del lenguaje	B	1	1	6
42842	Teorías de la comunicación y la información	B	1	1	6
42848	Sistemas de información y comunicación	OB	1	1	6
42847	Teoría e historia de la publicidad	OB	1	1-2	12
42843	Arte y publicidad	B	1	2	6
42844	Comunicación, educación y soc. en el contexto digital	B	1	2	6
42845	Fundamentos de marketing	B	1	2	6
42846	Principios de economía	B	1	2	6

## **PRIMER CURSO**



42849	Estructura social contemporánea	B	2	1	<b>6</b>
42856	Teoría de la imagen	OB	2	1	<b>4</b>
42850	Psicología de la comunicación	B	2	1	<b>6</b>
42852	Cultura e identidad corporativa	OB	2	1	<b>4</b>
42855	Introducción a las tecnologías de la comunicación	OB	2	1	<b>4</b>
42853	Estructuras del sistema publicitario	OB	2	1	<b>4</b>
42854	Fundamentos de las Relaciones Públicas	OB	2	1	<b>4</b>
42857	Gestión de la comunicación corp. e institucional	OB	2	2	<b>4</b>
42858	Lenguaje publicitario	OB	2	2	<b>6</b>
42859	Los anunciantes: dirección y gestión	OB	2	2	<b>4</b>
42851	Derecho de la publicidad	B	2	2	<b>6</b>
42860	Métodos y técnicas de investigación social	OB	2	2	<b>4</b>
42861	Sociología de publicidad y consumo	OB	2	2	<b>4</b>

## SEGUNDO CURSO



42862	Gestión de marca	OB	3	1	4
42863	Las agencias publicidad: dirección y gestión	OB	3	1	4
42864	Los medios publicitarios: investigación, planificación y gestión	OB	3	1	6
42865	Planificación estratégica de la publicidad	OB	3	1	4
42866	Psicología de la publicidad	OB	3	1	6
42867	Dirección estratégica de las relaciones públicas	OB	3	2	4
42868	Ética y deontología de la comunicación	OB	3	2	4
42869	Ideas, métodos, estrategias creativas: el plan o proyecto creativo	OB	3	2	6
42870	Públicos y usuarios de la comunicación	OB	3	2	4

## TERCER CURSO



42871	Investigación eficacia publicitaria	OB	4	1	4
42872	Procesos creación mensaje publicitario	OB	4	1	6
42873	Responsabilidad social corporativa	OB	4	1	4
42874	Producción y realización publicitarias	OB	4	2	6
42875	Teoría crítica de la cultura	OB	4	2	4

## CUARTO CURSO



42891	Nuevas manifestaciones artísticas	OP	3	1	3
42890	Música y publicidad	OP	3	1	3
42881	Historia del cartel	OP	3	1	3
42908	Industrias culturales	OP	3	1	3
42888	Laboratorio de diseño gráfico	OP	3	1	3
42892	Documentación y fuentes publicitarias	OP	3	1	3
42906	Comunicación crisis	OP	3	2	3
42897	Comunicación interna	OP	3	2	3
42911	Comunicación y derechos fundamentales	OP	3	2	3
42899	Estadística aplicada a la publicidad	OP	3	2	3
42889	Laboratorio fotografía publicitaria	OP	3	2	3
42907	Marketing directo y promocional	OP	3	2	3
42900	Marketing estratégico	OP	3	2	3
42882	Modelos de análisis del mensaje publicitario	OP	3	2	3
42895	Narrativa publicitaria	OP	3	2	3
42901	Opinión pública	OP	3	2	3
42884	Retórica de la publicidad	OP	3	2	3
42885	Técnicas expresión oral	OP	3	2	3

## OPTATIVAS TERCERO



42898	Marketing relacional	OP	4	1	3
42913	Protocolo y organización eventos	OP	4	1	3
42887	Laboratorio audiovisual digital	OP	4	1	3
42910	Laboratorio de estudios de recepción	OP	4	1	3
42886	Creatividad on line	OP	4	1	3
42878	Dirección de arte	OP	4	1	3
42909	Publicidad política y propaganda	OP	4	1	3
42879	Redacción publicitaria	OP	4	1	3
42896	Relaciones públicas institucionales	OP	4	1	3
42880	Creatividad e innovación en las relaciones públicas	OP	4	2	3
42902	Gestión comercial de las empresas multimedia	OP	4	2	3
42894	Laboratorio multimedia	OP	4	2	3
42905	Patrocinio y mecenazgo	OP	4	2	3
42903	Políticas com. contexto europeo	OP	4	2	3
42893	Programas de identidad visual	OP	4	2	3
42883	Publicidad e igualdad	OP	4	2	3
42912	Publicidad interactiva	OP	4	2	3
42904	Redes sociales de comunicación	OP	4	2	3

## OPTATIVAS CUARTO





## Itinerarios para las asignaturas optativas

Para cumplimentar un itinerario, cursar al menos 12 optativas:

1. Creatividad y gestión de la creatividad de la comunicación publicitaria y de las RRPP.
2. Gestión de las relaciones públicas en empresas e instituciones.
3. Planificación estratégica de la comunicación publicitaria.
4. Investigación de la comunicación publicitaria y de las RRPP.
5. Dirección y consultoría de la comunicación corporativa e instit.
6. Producción de contenidos en com. audiovisual, publicidad y RRPP.
7. Gestión de la comunicación turística y del patrimonio (**solo PEC**).



CAMPUS PÚBLICO  
MARÍA ZAMBRANO  
SEGOVIA



Aunque la Guía de Matrícula recomiende un número específico de optativas por curso, se admitirá la posibilidad de que el estudiante **pueda matricularse de cualquier optativa** para facilitar su desarrollo académico y tener en cuenta las convalidaciones concedidas.



## Fechas de matrícula

- 1.1. Estudiantes de nuevo ingreso: de acuerdo con lo fijado en Distrito Único de Castilla y León.
- 1.2. Estudiantes matriculados en cursos anteriores en la UVa que vayan a continuar los mismos estudios: del 25 de junio al 15 de julio de 2019.

**Modificaciones de matrícula:** en el plazo establecido en la Normativa de matrícula y devolución de precios públicos de la UVa. Se establece un plazo de Auto-modificación de matrícula del 16 al 19 de julio de 2019.

2. Segundo periodo: del 28 enero al 3 de febrero de 2020.

**Modificaciones de matrícula:** en el plazo establecido en la Normativa de matrícula y devolución de precios públicos de la UVa.

3. Solicitud de condición estudiante a tiempo parcial: del 4 al 20 de junio de 2019.

## Curso académico 2019-2020

**Cuatro grupos de docencia:** dos grupos de mañana y dos de tarde, tanto en 1º, 2º y 3º.

4º curso: tres grupos (dos de mañana y uno de tarde).

El alumno podrá elegir grupo y turno por **orden de matrícula** hasta completar tamaño máximo del grupo. No se hará distribución alfabética.

Este método permitirá que el estudiante pueda diseñar su plan de trabajo, evitando así la eventual coincidencia de horarios entre asignaturas de varios cursos.



## Límites de matrícula por grupo (1º):

Grupo 1 (mañana): 55

Grupo 2 (mañana): 55

Grupo 3 (tarde): 60

Grupo 4 (tarde): 65



Estudiantes del Programa de Estudios Conjunto (**PEC**): libertad de elección en todos los cursos y turnos de la titulación de Publicidad.

Excepción: primer curso PEC: los alumnos de nuevo ingreso serán incorporados al **Grupo 2** para equilibrar número de estudiantes por clase.

Para los demás cursos se ha establecido un límite específico por asignatura, adaptado a las previsiones y experiencia de cursos pasados.



CAMPUS PÚBLICO  
MARÍA ZAMBRANO  
SEGOVIA



Los límites de matrícula son flexibles y podrán ajustarse en función de las circunstancias y necesidades administrativas y/o académicas, teniendo en cuenta posibles **peticiones de cambio de grupo** justificadas por escrito y dirigidas a la Secretaría del Centro.



Las asignaturas **optativas de laboratorio** y las que requieran materiales técnicos para su impartición tendrán la matrícula limitada a los puestos del aula, y en ningún caso podrá aumentarse.

Solo podrán hacerse modificaciones de matrícula en caso de que algún matriculado haya causado baja y lo haya manifestado por escrito.





CAMPUS PÚBLICO  
MARÍA ZAMBRANO  
SEGOVIA



**¡MUCHAS GRACIAS!**