



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!**