GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

PROGRAMA DE DOBLE TITULACIÓN OFICIAL EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y GRADO EN TURISMO

Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación

Rama Conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas (Plan 458 y Plan 550)

Orientaciones generales para el proceso de matrícula

El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación del Campus de Segovia de la Universidad de Valladolid se imparte a lo largo de cuatro cursos académicos y se compone de un total de 240 ECTS, distribuidos entre 10 asignaturas básicas (B), 26 asignaturas obligatorias (OB) y 36 asignaturas optativas (OP).

Toda la información está disponible en la Guía de Matrícula de los Planes de Estudio, donde se indica la secuencia temporal del Plan y especifica el número de asignaturas optativas por curso y cuatrimestre, teniendo en cuenta su pertenencia a los siete itinerarios de la titulación. Para facilitar las cosas, reproducimos a continuación el esquema general del Grado, marcando en azul las optativas, y destacando tipos, curso, cuatrimestre y ECTS:

CÓD	ASIGNATURA	TIPO	CURSO	CUAT	ECTS
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 sociedad en el contexto digital	B	1	2	**6**
42845	Fundamentos de marketing	B	1	2	**6**
42846	Principios de economía	B	1	2	**6**
42849	Estructura social contemporánea	B	2	1	**6**
42856	Teoría de la imagen	OB	2	1	**4**
42850	Psicología de la comunicación	B	2	1	**6**
42852	Cultura e identidad corporativa	OB	2	1	**4**
42855	Introducción a las tecnologías de la comunicación	OB	2	1	**4**
42853	Estructuras del sistema publicitario	OB	2	1	**4**
42854	Fundamentos de las Relaciones Públicas	OB	2	1	**4**
42857	Gestión de la comunicación corporativa e institucional	OB	2	2	**4**
42858	Lenguaje publicitario	OB	2	2	**6**
42859	Los anunciantes: dirección y gestión	OB	2	2	**4**
42851	Derecho de la publicidad	B	2	2	**6**
42860	Métodos y técnicas de investigación social	OB	2	2	**4**
42861	Sociología de publicidad y consumo	OB	2	2	**4**
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**
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 de 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**
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**
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	1	**3**
42912	Publicidad interactiva	OP	4	2	**3**
42904	Redes sociales de comunicación	OP	4	2	**3**

Incluimos a continuación la distribución por **itinerarios**, teniendo en cuenta que, para cumplimentar un itinerario, el alumno deberá cursar al menos 12 asignaturas optativas:

1. Creatividad y gestión de la creatividad de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.
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 relaciones públicas.
5. Dirección y consultoría de la comunicación corporativa e institucional.
6. Producción de contenidos en comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas.
7. Gestión de la comunicación turística y del patrimonio (**solo PEC**).

Cód.	**Asignatura**			**Itinerario**					
				1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
42888	Laboratorio de diseño gráfico	3º	1º	X					X
42890	Música y publicidad	3º	1º	X					X
42891	Nuevas manifestaciones artísticas	3º	1º	X					X
42881	Historia del cartel	3º	1º	X			X		
42892	Documentación y fuentes pub.	3º	1º	X	X	X	X	X	X
42908	Industrias culturales	3º	1º			X	X	X	
42889	Laboratorio fotografía publicitaria	3º	2º	X					X
42885	Técnicas expresión oral: present.	3º	2º	X				X	
42900	Marketing estratégico	3º	2º		X	X	X	X	
42907	Marketing directo y promocional	3º	2º			X			
42884	Retórica de la publicidad	3º	2º	X			X		
42901	Opinión pública	3º	2º		X	X	X	X	
42882	Modelos de análisis publicitario	3º	2º	X			X		
42895	Narrativa publicitaria	3º	2º	X			X		X
42897	Comunicación interna	3º	2º		X			X	
42899	Estadística aplicada a la publicidad	3º	2º		X	X	X	X	
42906	Comunicación de crisis	3º	2º		X		X	X	
42911	Comunicación y derechos fundamentales	3º	2º				X	X	
42886	Creatividad on line	4º	1º	X					X
42887	Laboratorio audiovisual digital	4º	1º	X					X
42913	Protocolo y organización de eventos	4º	1º					X	
42910	Laboratorio de estudios de recepción	4º	1º			X	X		X
42878	Dirección de arte	4º	1º	X					
42879	Redacción publicitaria	4º	1º	X					
42909	Publicidad política y propaganda	4º	1º			X	X	X	
42896	Relaciones públicas institucionales	4º	1º		X				
42898	Marketing relacional	4º	1º		X			X	
42912	Publicidad interactiva	4º	2º				X		X
42904	Redes sociales de comunicación	4º	2º		X	X	X	X	X
42880	Creatividad e innovación en RRPP	4º	2º	X		X			
42894	Laboratorio multimedia	4º	2º	X			X		X
42883	Publicidad e igualdad	4º	2º	X			X		
42905	Patrocinio y mecenazgo	4º	2º		X	X		X	
42893	Programas de identidad visual	4º	2º	X		X		X	X
42902	Gestión comercial de las empresas	4º	2º		X	X	X	X	X
42903	Políticas de comunic. en el contexto europeo	4º	2º		X	X	X	X	X

Aunque la Guía de Matrícula recomiende un número específico de optativas por curso y cuatrimestre, se admitirá la posibilidad de que los estudiantes se matriculen de cualquier optativa para facilitar su desarrollo académico y tener en cuenta las convalidaciones concedidas.

Para realizar el trámite de matrícula, es preciso tener en cuenta los plazos establecidos por la Universidad de Valladolid, recogidos en el calendario académico oficial disponible en la sección Estudios de la página web (www.uva.es).

Para el curso académico 2023-2024 se han habilitado cuatro grupos de docencia divididos en dos grupos de mañana y dos de tarde, tanto en 1º, 2º y 3º, mientras que en 4º curso habrá solo tres grupos (dos de mañana y uno de tarde).

El estudiante podrá elegir grupo y turno, y la selección será por riguroso orden de matrícula hasta completar el tamaño máximo del grupo y la capacidad de las aulas. Este método permitirá que el alumno pueda diseñar su propio plan de trabajo y organice mejor su asistencia a clase, evitando así la eventual coincidencia de horarios entre asignaturas de varios cursos. Los estudiantes con asignaturas de primer curso pendientes, tendrán que elegir entre los grupos 3 y 4 (turno de tarde). Teniendo en cuenta los límites de acceso oficialmente establecidos y la distribución de alumnos por asignaturas, los límites aproximados de matrícula por grupo para **primer curso** serán:

Grupo 1 (mañana): 60
Grupo 2 (mañana): 55
Grupo 3 (tarde): 60
Grupo 4 (tarde): 65

Los estudiantes del **Programa de Doble Titulación** tendrán libertad de elección de turno y grupo, salvo en **primer y segundo curso**, donde serán incorporados al **Grupo 2**.

Para los demás cursos se han establecido límites específicos para cada asignatura, adaptado a las previsiones y experiencia de cursos pasados. Los límites son flexibles y podrán ajustarse en función de las necesidades administrativas y/o académicas. Cualquier duda que surja durante el proceso será consultada a las partes implicadas. Las asignaturas optativas de laboratorio y aquellas que requieran materiales técnicos específicos para su impartición tendrán la matrícula limitada a los puestos del aula y en ningún caso podrá aumentarse.

ADVERTENCIA

Solicitamos encarecidamente a los estudiantes que presten especial atención durante el proceso de matrícula *online* para evitar confusiones y solapamientos al elegir grupo y turno, y revisen la disponibilidad y horarios de cada grupo seleccionado. No se admitirán cambios una vez terminado y cerrado el proceso de selección de asignaturas y grupos, salvo por causas de fuerza mayor justificadas por escrito. Los horarios del curso 2023-2024 estarán disponibles en el apartado de la titulación de la página web del Centro (http://sjc.uva.es)

* * *