

[**Grado en**

Publicidad y
Relaciones Públicas]

 **UCA** | Universidad
de Cádiz

**Facultad de Ciencias Sociales
y de la Comunicación**

Avenida de la Universidad, s/n
11405 - Jerez de la Frontera (Cádiz)
956037118

facultad.ccsociales@uca.es
<http://ccsociales.uca.es>

Itinerario Curricular

PRIMER CURSO

Código	Asignatura	Créditos
31309004	Economía / Economía (FB. Formación Básica)	6
31309006	Sociología / Sociología (FB)	6
31309001	Psicología / Psicología social de la comunicación (FB)	6
31309008	Comunicación / Teoría de la imagen (FB)	6
31309009	Lengua / La lengua española en la publicidad y las RR.PP. (FB)	6
31309003	Derecho / Derecho de la comunicación (FB)	6
31309002	Comunicación / Teoría de la comunicación (FB)	6
31309005	Historia / Historia económica y social (FB)	6
31309007	Comunicación / Estructura de la publicidad y las RR.PP. (FB)	6
31309010	Informática / Herramientas informáticas para la comunicación (FB)	6

SEGUNDO CURSO

Código	Asignatura	Créditos
31309011	Comunicación / Evolución de las formas y procesos de la publicidad (OB. Obligatoria)	6
31309021	Comunicación / Diseño y gestión de la comunicación institucional (OB)	6
31309015	Comunicación/ Dirección y planificación estratégica en comunicación (OB)	6
31309019	Comunicación / Planificación de medios y soportes (OB)	6
31309013	Comunicación / La investigación científica en comunicación (OB)	6
31309011	Comunicación / Evolución de las formas y procesos de las RR.PP. (OB)	6
31309022	Comunicación / Imagen corporativa institucional (OB)	6
31309016	Comunicación / Marketing y gestión de cuentas (OB)	6
31309020	Comunicación / Diseño gráfico, multimedia y de espacios comerciales (OB)	6
31309023	Comunicación / Sistemas de comunicación empresarial I (OB)	6

TERCER CURSO

Código	Asignatura	Créditos
31309017	Comunicación/ Creatividad publicitaria (OB)	6
31309018	Comunicación / Nuevas tecnologías en comunicación (OB)	6
31309014	Comunicación / Métodos y técnicas de investigación de medios y audiencias (OB)	6
31309025	Comunicación / Comunicación para el desarrollo y el cambio social (OB)	6
31309027	Comunicación / Talleres de comunicación e inteligencia emocional (OB)	6
31309037	Informática / Herramientas multimedia y animación (OP. Optativa)	6
31309034	Derecho / Ética y deontología de la publicidad y las RR.PP. (OP)	6
31309024	Comunicación / Sistemas de comunicación empresarial II (OB)	6
31309026	Comunicación / Comunicación, derechos humanos e igualdad (OB)	6
31309028	Comunicación / Talleres de dirección de proyectos digitales en publicidad y RR.PP. (OB)	6

CUARTO CURSO

Código	Asignatura	Créditos
31309041	Trabajo Fin de Grado (OB)	6
31309042	Prácticas en empresa (OP)	12
31309043	Creación de empresas de comunicación (OP)	6
31309044	Idioma / Inglés para fines profesionales (OP)	6
31309035	Comunicación / Comunicación digital (OP)	6
31309032	Comunicación / Técnicas de protocolo y organización de actos y eventos (OP)	6
31309030	Comunicación / Comunicación internacional e intercultural (OP)	6
31309039	Informática / Tecnología y publicación en internet (OP)	6
31309033	Idioma / Inglés aplicado a publicidad y RR.PP. (OP)	6

31309029	Lengua / Lenguaje y comunicación eficaz (OP)	6
31309031	Sociología / Sociedad global y estilos de vida (OP)	6
31309038	Comunicación / Medios y soportes interactivos (OP)	6
31309036	Comunicación / Gestión y realización de proyectos audiovisuales (OP)	6

La optatividad contempla igualmente la previsión del Art. 12.8 del RD 1393/2007, según la cual el alumno puede cursar hasta 6 créditos por reconocimiento de actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias o de cooperación.

Módulos

M1	BÁSICO DE CIENCIAS SOCIALES. 36 Créditos.
M2	BÁSICO DE COMUNICACIÓN. 24 Créditos.
M3	TEORÍA E HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN. 12 Créditos.
M4	INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN. 12 Créditos.
M5	PLANIFICACIÓN, ESTRATEGIAS Y CREACIÓN EN COMUNICACIÓN. 18 Créditos.
M6	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS EN COMUNICACIÓN. 18 Créditos.
M7	ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL. 12 Créditos.
M8	ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN EMPRESARIAL. 12 Créditos.
M9	ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL. 12 Créditos.
M10	NUEVAS TENDENCIAS EN COMUNICACIÓN. 12 Créditos.
M11	ITINERARIO DE COMUNICACIÓN GLOBAL. 36 Créditos
M12	ITINERARIO DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA. Créditos 36
M13	PROYECTO DE FIN DE GRADO Y PRÁCTICAS EN EMPRESAS. 6 + 12 Créditos.

Estructura del plan – 4 años – 240 créditos

Curso	Tipo de materia	Créditos
1º	Formación Básica	60
2º	Obligatorias	60
3º	Obligatorias / Optativas	60
4º	Obligatorias / Optativas	54
	Trabajo Fin de Grado	6

Distribución global de los créditos

Tipo de materia	Créditos ECTS	Porcentaje
Formación Básica	60	25%
Obligatorias	120	50%
Optativas	54	22,5%
Trabajo Fin de Grado	6	2,5%

Objetivos del título

- Proporcionar un conocimiento de todos los elementos que conforman y se interrelacionan en el sistema de la comunicación, en especial de la publicidad y las relaciones públicas, para su aplicación a la realidad de las organizaciones y para el desarrollo de una actitud estratégica. Esta formación le capacitará para la toma de decisiones y la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.
- Adquirir un conocimiento básico y general de los principales puntos que configuran el panorama actual de la labor del profesional de la comunicación, especialmente publicitaria y de las relaciones públicas. Los conocimientos deben ser siempre relevantes para la comprensión del fenómeno de la comunicación y de su función en la sociedad contemporánea. De esta manera se conseguirá que el alumnado se convierta en un gran conocedor del contexto social, cultural, político, económico y empresarial en el que se inserta su trabajo y sepa adecuar de forma responsable su labor al mismo.
- Fomentar la capacidad crítica, analítica e interpretativa, aportando los conocimientos de las técnicas de investigación y procedimientos de trabajo necesarios para transformar las necesidades del cliente en soluciones de comunicación eficientes.
- Ser capaces de comunicarse y expresarse con coherencia y corrección en su ejercicio profesional; para ello deberán dominar el uso especializado de la/s lengua/s de su comunidad y del inglés.

- Ser capaces de construir, planificar y evaluar acciones y discursos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas para la elaboración de campañas de comunicación, para lo que conocerán también las posibilidades de aplicación eficaz de las diferentes tecnologías.
- Conocer las teorías, categorías y conceptos que más han incidido en las diferentes ramas de investigación, desarrollo e innovación de la comunicación empresarial e institucional así como su necesidad de autorregulación por sus consecuencias éticas y socio-culturales.

**Facultad de Ciencias Sociales
y de la Comunicación**

Avenida de la Universidad, s/n
11405 - Jerez de la Frontera (Cádiz)
956037118

facultad.ccsociales@uca.es
<http://ccsociales.uca.es>