

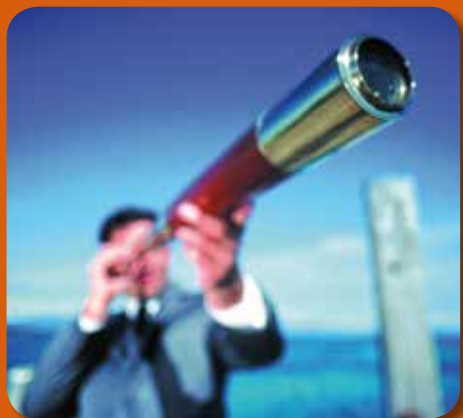
Grado

Ciencias Sociales y Jurídicas



Publicidad y Relaciones Públicas

Universidad Complutense de Madrid



Plan de Estudios

Tipo de Asignatura	ECTS
Formación Básica	60
Obligatorias	108
Optativas	66
Trabajo Fin de Grado	6
Total	240

Primer Curso	ECTS
Teoría de la Comunicación	6
Historia del Mundo Actual	6
Lengua Española	6
Sociología	6
Arte Contemporáneo	6
Teoría de la Publicidad	6
Teoría de las Relaciones Públicas	6
Historia de la Publicidad	6
Estructura y Empresa de la Publicidad	6
Una Optativa	6

Segundo Curso	ECTS
Psicología de la Comunicación	6
Economía Aplicada a la Publicidad y las Relaciones Públicas	6
Ética y Deontología Profesional	6
Literatura y Medios de Comunicación	6
Derecho	6
Marketing Aplicado a la Publicidad	6
Gestión de Marca	6
Planificación Estratégica de la Comunicación Publicitaria	6
Cultura de las Organizaciones	6
Una Optativa	6

Tercer Curso	ECTS
El Proceso de Creación Publicitaria	6
Dirección de Arte	6
Comunicación Corporativa	6
Derecho de la Publicidad	6
Redacción Publicitaria	6
Investigación y Planificación de Medios	6
Cuatro Optativas	24

Cuarto Curso	ECTS
Producción y Realización Publicitaria	6
Comunicación Institucional e Imagen Pública	6
Reputación Corporativa	6
Responsabilidad Social de las Empresas	6
Cinco Optativas	30
Trabajo Fin de Grado	6

Optativas de 1 ^{er} Curso	ECTS
Documentación Publicitaria	6
Sociología de la Comunicación	6
Historia de la Propaganda	6

Optativas de 2 ^o Curso	ECTS
Arte Español Contemporáneo	6
La Lengua Española en la Publicidad y las Relaciones Públicas	6
Gestión del Patrimonio Documental Publicitario	6





Conocimientos que se adquieren

- Teoría y práctica de la comunicación publicitaria, comunicación corporativa e institucional, y de las relaciones públicas.
- Teoría y práctica de los procesos de creación, diseño y producción de los mensajes de comunicación publicitaria y de relaciones públicas.
- Teoría y práctica de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación para crear y difundir mensajes en todo tipo de medios y soportes.
- Teoría y práctica de las técnicas de comunicación y expresión oral para la defensa de proyectos publicitarios y de relaciones públicas.
- Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de programas, campañas y acciones de publicidad y de relaciones públicas.
- Análisis e investigación de audiencias y de sus motivaciones.
- Teoría y práctica de la aplicación de los procesos de marketing en general, del marketing relacional y de la gestión de marca y sus técnicas específicas.
- Conocimiento teórico y práctico de las empresas de publicidad y de relaciones públicas.
- Elaboración de presupuestos de creatividad y servicios publicitarios y de relaciones públicas.
- Creación de nuevos mensajes y nuevos soportes.
- Estudio y análisis de los procesos psicológicos, sociológicos, psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas para la comunicación persuasiva.
- Capacidad y habilidad para definir una política de gestión de la información y documentación en empresas publicitarias y de relaciones públicas.

Optativas de 3^{er} Curso ECTS

Investigación Aplicada al Marketing	6
Gestión de Cuentas	6
Creatividad en los Medios No Convencionales	6
Fotografía Publicitaria	6
Mitos Literarios y Publicidad de Autor	6
Métodos y Técnicas de Investigación Social	6
Historia del Cartel Publicitario	6
Marketing Social y Político	6
Comunicación Interpersonal	6
Consumidores y Usuarios	6
Cambio y Estructura Social	6
Estadística Aplicada a la Publicidad y las Relaciones Públicas	6

Optativas de 4^o Curso ECTS

Liderazgo	6
Comunicación de Crisis	6
Formación de los Portavoces	6
Creación y Diseño Digital Multimedia	6
Narrativa de la Publicidad	6
Técnicas de Comunicación Oral	6
Métodos de Investigación en Publicidad y Relaciones Públicas	6
Sociología del Consumo	6
Marketing Promocional	6
Marketing Estratégico	6
Marketing Relacional	6
Relaciones Internacionales	6

Créditos de Participación ECTS

Cualquier curso, en lugar de una asignatura optativa	6
--	---

Salidas profesionales

- Dirección y gestión de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas
- Planificación estratégica y gestión de cuentas publicitarias y cuentas en relaciones públicas.
- Creatividad, realización y producción publicitaria.
- Investigación de audiencias.
- Planificación y compra de medios.
- Dirección de comunicación.
- Gestión de intangibles en empresas y organizaciones.
- Consultoría de comunicación y de relaciones públicas.
- Docencia en publicidad y relaciones públicas.



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Grados UCM



Facultad de Ciencias de la Información

Campus de Moncloa
<http://ccinformacion.ucm.es>

Para más información: www.ucm.es/estudios/grado-publicidadyrelacionespublicas
Enero 2020. El contenido de este díptico está sujeto a posibles modificaciones

www.ucm.es

