

CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN DEL TÍTULO

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

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



	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
---	---	--

Contenido

1. Cronograma de implantación.
2. Procedimiento de adaptación de los estudiantes procedentes de enseñanzas anteriores.
 - 2.1. Propuesta de adaptaciones.
 - 2.2. Adaptación de estudios.
 - 2.3. Enseñanza que se extingue por la implantación del correspondiente título propuesto.
3. Criterios y procedimiento específico para una posible extinción el título.

1. Cronograma de implantación

La implantación del título se hizo empezando el primer curso en el año académico 2010-11. En líneas generales, la extinción del segundo ciclo de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas se realizará curso a curso, manteniéndose en los cursos 2010-2011 y 2011-2012. Los alumnos tendrán derecho a presentarse a examen durante las convocatorias y años académicos que así lo autorice la normativa correspondiente una vez extinguidos los cursos del segundo ciclo.

Tabla Cronograma de implantación del Grado y extinción de la Licenciatura de segundo ciclo.

CURSO	CURSOS IMPLANTADOS DEL GRADO	CURSOS EXTINGUIDOS del segundo ciclo
2010/2011	1º	
2011/2012	1º, 2º	
2012/2013	1º, 2º, 3º	1ª **
2013/2014	1º, 2º, 3º y 4º	2ª

** La fecha de extinción del segundo ciclo podrá reconsiderarse y trasladarse al curso 2013-2014 atendiendo a la valoración de la demanda de los estudios de segundo ciclo de la Licenciatura.

Con respecto a las asignaturas optativas, su extinción se realizará de acuerdo con la planificación específica que a estos efectos se aprueben, de modo que la retirada de la oferta se acompañe a las nuevas necesidades de implantación del Grado.

2. Procedimiento de adaptación de los estudiantes procedentes de enseñanzas anteriores

Los titulados universitarios de aquellos títulos que sirven de antecedente al que se propone podrán solicitar el reconocimiento de sus estudios y la integración como alumnos de Grado en los términos que establezca la Universidad de Cádiz y de acuerdo con la normativa vigente. Corresponderá a la Universidad de Cádiz, una vez autorizadas estas enseñanzas, la puesta en marcha de dicha oferta de adaptación.

A efectos exclusivamente de facilitar dicha adaptación entre ambas titulaciones, se establece el cuadro de reconocimiento entre asignaturas que aparece más abajo. Para su elaboración se ha tenido en cuenta que la decisión de reconocimiento se adopta tomando en consideración, en términos de conjunto, que los objetivos generales y resultados de aprendizaje alcanzados en los contenidos cursados por un estudiante sean comparables a aquellos para los que solicita el reconocimiento. Las resoluciones de reconocimiento podrán acompañarse de recomendaciones para que el alumno complete su formación en una o varias materias. En cualquier caso, los criterios de reconocimiento que contempla la presente Memoria podrán ser ampliados a otros casos si la Comisión de Garantía Interna de Calidad del Centro determina que hay situaciones que no han sido contempladas con la

 Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
---	--

perspectiva adecuada, y que puedan perjudicar el desarrollo curricular de algún estudiante.

En todo caso, se hará valer el criterio de reconocer los contenidos relacionados con la titulación, e identificar las materias que deba cursar un alumno para completar las competencias del Grado.

2.1. Propuesta de adaptaciones

LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RR.PP. (segundo ciclo)	Tipo	CR. LRU	GRADO EN PUBLICIDAD Y RR.PP.	Tipo	CR. ECTS
Creatividad Publicitaria	Tr.	12	Creatividad Publicitaria	Ob.	6
Planificación y Medios Publicitarios	Tr.	10	Planificación de medios y soportes	Ob.	6
Ética y Deontología de la Publicidad y las RR.PP.	Ob.	6	Ética y Deontología de la Publicidad y las RR.PP.	Opt.	6
Tecnología informática aplicada a la Publicidad y las RR.PP.	Ob.	6	Herramientas informáticas para la comunicación	B.	6
Psicología Social de la Comunicación	Ob.	6	Psicología Social de la Comunicación	B.	6
Marketing Político-Social	Opt.	6			
Historia Económica de la Publicidad y de los Medios de Comunicación de Masas	Opt.	6	Historia Económica y Social	B.	6
Teoría de los Precios	Opt.	6			
Teoría de la Publicidad	C. Form.	6	Evolución de las formas y procesos de la Publicidad	Ob.	6
Introducción a las RR.PP.	C. Form.	6	Evolución de las formas y procesos de las RR.PP.	Ob.	6
Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información	C. Form.	10			
Sistemas y Procesos de la Publicidad y las RR.PP.	Tr.	10	Estructura de la Publicidad y de las RRPP	B.	6
Derecho de la Publicidad	Ob.	6	Derecho de la Comunicación	B.	6

LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RR.PP. (segundo ciclo)	Tipo	CR. LRU	GRADO EN PUBLICIDAD Y RR.PP.	Tipo	CR. ECTS
Sociología del Consumo	Ob.	6	Sociedad Global y estilos de vida.	Opt.	6
Marketing de la Comunicación	Ob.	6			
Organización y Gestión de Empresas de Publicidad y RR.PP.	Ob.	6	Creación de empresas de Comunicación	Ob.	6
Técnicas de Medición de la Investigación Publicitaria	Ob.	6	La investigación científica en comunicación	Ob.	6
Gabinetes de Comunicación	Opt.	6	Diseño y Gestión de la Comunicación Institucional	Ob.	6
Técnicas y Medios de la Expresión Visual	Opt.	6	Diseño Gráfico, Multimedia y de Espacios Comerciales	Ob.	6
Inglés aplicado a la Publicidad y las RR.PP.	Opt.	6	Inglés aplicado a la Publicidad y RR.PP.	Opt.	6
Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas			Técnicas de protocolo y organización de actos y eventos	Opt.	6
Lengua	C. Form.	8	Lengua Española de la Publicidad y las RR.PP. en la comunicación	B.	6

Fuente: Comisión Técnica de Grado.

2.2. Adaptación de estudios

Atendiendo al interés estratégico de la UCA se acuerda establecer criterios lo más amplios y beneficiosos posible siempre dentro de la coherencia académica.

Por ello se tendrán en cuenta los siguientes parámetros:

- Reconocimiento de un crédito LRU por un crédito ECTS; la comisión correspondiente de cada centro acordará qué créditos del plan de grado se adaptan mejor a los créditos cursados por el alumno a partir de las competencias adquiridas.
- Aquellos alumnos de la misma Rama, a los que se les reconozca los 60 créditos fundamentales por el Real Decreto, se les recomendará que

	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
---	---	--

realicen los créditos que se consideren esenciales para que puedan continuar sus estudios con aprovechamiento.

- c) Cualquier otra consideración no indicada anteriormente será tratada de manera individualizada por la Comisión competente de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.
- d) No se contempla la realización de cursos de adaptación a los estudios para Titulados en el acceso al Grado.

2.3. Enseñanza que se extingue por la implantación del correspondiente título propuesto

Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas (segundo ciclo), por la Universidad de Cádiz (B.O.E. núm. 301, de 17 de diciembre de 2005). Resolución de 30 de noviembre de 2005, de la Universidad de Cádiz, por la que se ordena la publicación del Plan de Estudios de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas (segundo ciclo).

El Centro, en coordinación con el Vicerrectorado competente en materia de Ordenación Académica, ha proporcionado un calendario de extinción gradual de la oferta de optativas para adecuar las necesidades del nuevo título con las del título en extinción.

3. Criterios y procedimiento específico para una posible extinción del título

La titulación sistematiza, en caso de extinción de una titulación oficial, que los estudiantes que ya hubiesen iniciado las correspondientes enseñanzas dispongan de un adecuado desarrollo efectivo de las mismas hasta su finalización. No obstante, el título es de reciente implantación y aún no se ha establecido el procedimiento específico. Llegado el momento se diseñará conjuntamente con el Vicerrectorado correspondiente.