

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

DATOS DE IDENTIFICACIÓN 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
--	---	--

1. Denominación del título: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

2. Rama de conocimiento: Rama de Ciencias Sociales y Jurídicas (código ISCED1: 342)

3. Fecha de publicación del título en BOE (inscripción en el RUCT):

11 de noviembre de 2010 (Núm. 273, Sec. III, Pág. 94743) Inscripción en el RUCT: 1 de octubre de 2010

4. Plan de estudios del título publicado en BOE: 25 de febrero de 2014 (Núm. 48, Sec. III, Pág. 18197)

5. Centro responsable del título: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

6. Centros en los que se imparte el título: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

7. Título conjunto: No

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

8. Primer curso académico de implantación del título:

Curso 2010-2011

9. Duración del programa formativo (créditos/años):

El Grado se estructura en cuatro cursos a lo largo de los cuales el alumno tendrá que cursar un total de 240 créditos ECTS, distribuidos como indica la tabla

Curso	Tipo materia	Créditos ECTS
Primero	Formación Básica	60
Segundo	Obligatoria / Optativas	60
Tercero	Obligatorias / Optativas	60
Cuarto	Obligatorias / Optativas	54
	Trabajo Fin de Grado	6
	Créditos totales	240

10. Modalidad de enseñanza: Presencial

11. Lenguas utilizadas en la impartición del título:

Español, si bien podrían impartirse algunas materias en otros idiomas.

12. Salidas académicas en relación con otros estudios:

El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas habilita para el acceso a estudios de Máster y, en especial, a los que exijan como requisito haber realizado ese título de Grado.

13. Salidas profesionales:

Los graduados en Publicidad y Relaciones Públicas están capacitados para su desarrollo profesional en:

- Agencias de publicidad,
- Estudios publicitarios para los grandes medios.
- Asesorías de imagen, protocolo y organización de eventos.
- Gabinete de Relaciones Públicas, Comunicación y Prensa • Lobbying y asuntos públicos • Asesorías de imagen.

14. Profesión regulada para la que capacita el título:

No procede, al no existir vinculación directa del título con ninguna profesión regulada.

15.- Oferta de títulos dobles:

El título forma parte de los dobles grados:

- Publicidad y RRPP-Turismo: <https://ccsociales.uca.es/grados/doble-grado-en-publicidad-y-rrpp-y-en-turismo/>
- Publicidad y RRPP- Marketing e Investigación de Mercados: <https://ccsociales.uca.es/grados/doble-grado-en-publicidad-y-rrpp-y-en-marketing-e-inves/>

16.- 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.

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

17.- Procedimiento de adaptación de los estudiantes procedentes de enseñanzas anteriores

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

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

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.

17.1 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

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

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.

17.2.- 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:

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

- a) 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.
- b) Aquellos alumnos de la misma Rama, a los que se les reconozca los 60 créditos fundamentales por el Real Decreto, se les recomendará que

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.

17.3.- 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.

18.- Número de plazas ofertadas por modalidad y, en su caso, por cada centro/universidades en la que se imparte el título.

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

OFERTA Y DEMANDA DE PLAZAS						
CURSO	DEMANDA				OFERTA*	MATRÍCULA
	TOTAL	1ª opción	2ª opción	3ª opción		
17/18	770	106	131	123	80	86
16/17	914	124	150	153	80	80
15/16	904	114	135	174	80	79
14/15	899	107	107	157	80	80
13/14	1014	118	163	176	80	81
12/13	1044	142	157	204	80	81

* La oferta de plazas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas es de 100. Esta oferta se distribuye de la siguiente forma:

- 80 para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
- 10 para el Doble Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Marketing e Investigación de Mercados.
- 10 para el Doble Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo.

El resto de plazas ofertadas en los Dobles Grados, hasta 20, corresponden al segundo título de la programación conjunta.

Aprobado en Consejo de Gobierno de la Universidad de Cádiz celebrado el 22 de junio de 2011 (BOUCA nº 122).

19.- Normativa de permanencia.

En el siguiente enlace se encuentra todo lo relativo a la normativa de permanencia para el grado:

[https://secretariageneral.uca.es/wpcontent/uploads/2021/09/Reglamento Permanencia aprobadoCSocial7mayo2020 MODIFICADO CS29junio21.pdf?u](https://secretariageneral.uca.es/wpcontent/uploads/2021/09/Reglamento_Permanencia_aprobadoCSocial7mayo2020_MODIFICADO_CS29junio21.pdf?u)

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

20.- Perfil de egreso.

El perfil de egreso para un grado en Publicidad y Relaciones Públicas incluye una combinación de habilidades, conocimientos y competencias que preparan a los graduados para trabajar en diversos roles dentro de la industria de la comunicación.

El perfil de egreso incluye las siguientes competencias:

Conocimientos en Comunicación: Los graduados deben tener un sólido entendimiento de los principios fundamentales de la comunicación, incluyendo teorías, estrategias y técnicas utilizadas en la publicidad y las relaciones públicas.

Creatividad y Pensamiento Estratégico: Deben ser capaces de generar ideas creativas y desarrollar estrategias efectivas para la promoción de productos, servicios o marcas.

Conocimientos en Medios de Comunicación: Deben estar familiarizados con los diferentes tipos de medios de comunicación, tanto tradicionales (televisión, radio, prensa) como digitales (redes sociales, marketing en línea, SEO), y entender cómo utilizarlos de manera efectiva en campañas de publicidad y relaciones públicas.

Habilidades en Producción de Contenidos: Deben ser capaces de crear y producir contenido relevante y atractivo para diferentes plataformas y audiencias, incluyendo textos, imágenes, videos y otros formatos multimedia.

Gestión de Proyectos: Deben tener habilidades para planificar, organizar y gestionar proyectos de comunicación incluyendo la coordinación de equipos multidisciplinarios y el cumplimiento de plazos y presupuestos.

Investigación y Análisis: Deben ser capaces de realizar investigaciones de mercado, análisis de la competencia y evaluación de resultados para tomar decisiones informadas en el desarrollo y la implementación de estrategias de comunicación y marketing.

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

Habilidades Interpersonales y de Comunicación: Deben tener excelentes habilidades de comunicación verbal y escrita, así como la capacidad de trabajar en equipo y establecer relaciones efectivas con clientes, colegas y otros profesionales del sector.

Ética Profesional: Deben comprender la importancia de la ética en la publicidad y las relaciones públicas, y ser capaces de actuar de manera ética y responsable en todas sus actividades profesionales.

Este perfil de egreso proporciona una base sólida para que los graduados en Publicidad y Relaciones Públicas puedan desempeñarse con éxito en una variedad de roles dentro de la industria de la comunicación y el marketing, como publicistas, gestores de marcas, especialistas en relaciones públicas, analistas de mercado, creativos publicitarios, entre otros.