

# ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

**Grado en Publicidad y Relaciones Públicas**

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



	<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>	<b>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</b>
--	---	--

## **Contenido**

1. Estructura general del plan de estudios (descripción de módulos o materias, número de créditos, naturaleza obligatoria u optativa, prácticas externas, trabajo fin de grado/máster, etc.).
  - 1.1. Estructura de las enseñanzas.
  - 1.2. Explicación general de la planificación del plan de estudios.
  - 1.3. Descripción general de los módulos y materias.
    - 1.3.1. Bloque I – Módulo Básico de Ciencias Sociales. 36 créditos ECTS.
    - 1.3.2. Bloque II – Módulo Básico de Comunicación. 24 créditos ECTS.
    - 1.3.3. Bloque III – Módulos del Núcleo Central de la Titulación. 108 créditos ECTS.
    - 1.3.4. Bloque IV - Módulo Optativo de Prácticas en Empresa (12 créditos ECTS).
    - 1.3.5. Bloque V - Módulo de Trabajo Fin de grado (6 créditos ECTS).
    - 1.3.6. Bloque VI- Bloque de Optativas
  - 1.4. Asignaturas por curso y semestre.
2. Definición, en su caso, de Menciones (grados).

	<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>	<b>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</b>
--	---	--

## **1. Planificación de la enseñanza**

### **1.1. Estructura general del plan de estudios**

El título de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Cádiz se estructura de manera que el estudiante a tiempo completo deberá cursar a lo largo de cuatro años 240 créditos ECTS, ajustándose así a lo establecido en el RD 1393/2007. En ese total se incluyen 60 créditos correspondientes a materias de formación básica, distribuyéndose el resto en materias obligatorias, optativas y en el Trabajo Fin de Grado, según se indica en la Tabla siguiente:

<b>DISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS EN CRÉDITOS ECTS POR MATERIA</b>	
<b>Créditos totales:</b>	240
<b>Número de créditos de Formación Básica:</b>	60
<b>Número de créditos Optativos:</b>	66
<b>Número de créditos Obligatorios:</b>	108
<b>Número de créditos Trabajo Fin de Grado:</b>	6

### **1.2. Explicación general de la planificación del plan de estudios**

Para el establecimiento de las distintas materias, se ha tenido especialmente en cuenta las directrices de la Comisión del título de Publicidad y Relaciones Públicas andaluza en lo que respecta al 75% de contenidos comunes para una misma titulación en las distintas universidades andaluzas.

La Universidad de Cádiz ha participado en la elaboración de dichos contenidos comunes, que tienen como objetivo proporcionar una formación básica relativamente homogénea a todos los estudiantes, así como facilitar la movilidad de los estudiantes entre las distintas universidades.

Existe el compromiso de impartir los módulos y materias que se indican, que se articularán en cada momento mediante las asignaturas que determine el Consejo de Gobierno de la Universidad de Cádiz.

La metodología docente tomará como referencia la estructura de grupos inspirada en los modelos de innovación docente propuesto por las universidades andaluzas. De acuerdo con el procedimiento anual de Planificación Docente se ajustarán los grupos de docencia teórica y práctica en función de los recursos disponibles, de las propuestas de los Departamentos, y de los criterios de ordenación que se establezcan por el Centro, al que corresponde la aprobación de la Planificación Actual en coordinación con el Vicerrectorado competente en materia de ordenación académica.

	<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>	<b>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</b>
--	---	--

### 1.3. Descripción general de los módulos y materias

El Plan de Estudios de Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas se compone de los siguientes módulos y materias:

<b>DISTRIBUCIÓN DE MÓDULOS, MATERIAS Y ASIGNATURAS</b>					
<b>MÓDULO</b>	<b>CRÉDITOS</b>	<b>MATERIA/ASIGNATURA</b>	<b>CRÉD</b>	<b>CURSO</b>	<b>SEMESTRE</b>
BÁSICO DE CIENCIAS SOCIALES (MBCS)	36 Créditos	Psicología social de la comunicación	6	1	1
		Teoría de la Comunicación	6	1	2
		Derecho de la Comunicación	6	1	2
		Economía	6	1	1
		Historia Económica y Social	6	1	2
		Sociología	6	1	1
BÁSICO DE COMUNICACIÓN (MBC)	24 Créditos	Estructura de la Publicidad y las RR.PP.	6	1	2
		Teoría de la Imagen	6	1	1
		La Lengua Española en la comunicación	6	1	1
		Herramientas Informáticas para la Comunicación	6	1	2
TEORÍA E HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN (MTHC)	12 Créditos	Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad	6	2	3
		Evolución de las Formas y Procesos de las RR.PP	6	2	3
INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN (MIC)	12 Créditos	La Investigación Científica en Comunicación	6	2	3
		Métodos y Técnicas de Investigación de Medios y Audiencias	6	3	5
PLANIFICACIÓN, ESTRATEGIAS Y CREACIÓN EN COMUNICACIÓN (MPECC)	18 Créditos	Dirección y Planificación Estratégica en Comunicación	6	2	3
		Marketing y Gestión de Cuentas	6	2	4
		Creatividad Publicitaria	6	3	5
TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS EN COMUNICACIÓN (MTHC)	18 Créditos	Nuevas Tecnologías en Comunicación	6	3	5
		Planificación de Medios y Soportes	6	2	3
		Diseño Gráfico, Multimedia y de Espacios Comerciales	6	2	4
ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL (MECI)	12 Créditos	Diseño y gestión de la Comunicación Institucional	6	2	4
		Imagen Corporativa Institucional	6	2	4

	<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>	<b>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</b>
--	---	--

<b>DISTRIBUCIÓN DE MÓDULOS, MATERIAS Y ASIGNATURAS</b>					
<b>MÓDULO</b>	<b>CRÉDITOS</b>	<b>MATERIA/ASIGNATUR A</b>	<b>CRÉ D</b>	<b>CURS O</b>	<b>SEMESTRE</b>
ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN EMPRESARIAL (MECE)	12 Créditos	Sistemas de Comunicación Empresarial I	6	2	4
		Sistemas de Comunicación Empresarial II	6	3	6
ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL (MECS)	12 Créditos	Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social	6	3	5
		Comunicación, Derechos Humanos e Igualdad	6	3	6
NUEVAS TENDENCIAS EN COMUNICACIÓN (MNTC)	12 Créditos	Talleres de Comunicación e Inteligencia Emocional	6	3	5
		Talleres de Dirección de Proyectos Digitales en Publicidad y RR.PP	6	3	6
COMUNICACIÓN GLOBAL (MCG)	Hasta 36 créditos	Lenguaje y Comunicación Eficaz	6	4	8
		Comunicación Internacional e Intercultural	6	4	7
		Sociedad Global y Estilos de Vida	6	4	8
		Técnicas de Protocolo y Organización de Actos y Eventos	6	4	7
		Inglés aplicado a la Publicidad y las RR.PP.	6	4	8
		Ética y Deontología de la Publicidad y las RR.PP.	6	3	6
COMUNICACIÓN INTERACTIVA (MCI)	Hasta 30 créditos	Comunicación Digital	6	4	7
		Gestión y Realización de Proyectos Audiovisuales	6	4	8
		Herramientas Multimedia y Animación	6	3	6
		Medios y Soportes Interactivos	6	4	8
		Tecnología y Publicación en Internet	6	4	7
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL, INSTITUCIONAL Y POLÍTICA (MCEIP)	Hasta 24 créditos	Redacción Publicitaria	6	3	6
		Dirección de Arte y Publicidad	6	3	6
		Producción Publicitaria en Medios Gráficos y Audiovisuales	6	3	5
		Comunicación Política	6	4	7
PRÁCTICAS EN EMPRESAS	12 créditos	Prácticas en Empresas	12	4	Anual (7 y 8)

		<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>		<b>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</b>	
<b>DISTRIBUCIÓN DE MÓDULOS, MATERIAS Y ASIGNATURAS</b>					
<b>MÓDULO</b>	<b>CRÉDITOS</b>	<b>MATERIA/ASIGNATURA</b>	<b>CRÉD</b>	<b>CURS</b>	<b>SEMESTRE</b>
(MPE)		Creación de Empresas de Comunicación	6	4	Anual (7 y 8)
		Inglés para Fines Profesionales	6	4	7
TRABAJO FIN DE GRADO (MTFG)	6 créditos	Trabajo Fin de Grado	6	4	Anual (7 y 8)

### Módulos, carácter y créditos que componen el grado en Publicidad y R.R. P.P.

#### Tabla con indicación del Carácter de las asignaturas

<b>MÓDULO</b>		<b>Distribución de los módulos en materias o asignaturas propuestas por la UCA</b>	<b>CARÁCTER</b>	<b>CRÉD</b>
BÁSICO DE CIENCIAS SOCIALES 36 Créditos	MBCS	Psicología social de la comunicación	BÁSICA	6
		Teoría de la Comunicación	BÁSICA	6
		Derecho de la Comunicación	BÁSICA	6
		Economía	BÁSICA	6
		Historia Económica y Social	BÁSICA	6
		Sociología	BÁSICA	6
BÁSICO DE COMUNICACIÓN 24 Créditos	MBC	Estructura de la Publicidad y las RR.PP.	BÁSICA	6
		Teoría de la Imagen	BÁSICA	6
		La Lengua Española en la Comunicación	BÁSICA	6
		Herramientas Informáticas para la Comunicación	BÁSICA	6
TEORÍA E HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN 12 Créditos	MTHC	Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad	OBLIGATORIA	6
		Evolución de las Formas y Procesos de las RR.PP	OBLIGATORIA	6
INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN 12 Créditos	MIC	La Investigación Científica en Comunicación	OBLIGATORIA	6
		Métodos y Técnicas de Investigación de Medios y Audiencias	OBLIGATORIA	6
PLANIFICACIÓN, ESTRATEGIAS Y CREACIÓN EN COMUNICACIÓN 18 Créditos	MPECC	Dirección y Planificación Estratégica en Comunicación	OBLIGATORIA	6
		Marketing y Gestión de Cuentas	OBLIGATORIA	6
		Creatividad Publicitaria	OBLIGATORIA	6
TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS EN COMUNICACIÓN 18 Créditos	MTHC	Nuevas Tecnologías en Comunicación	OBLIGATORIA	6
		Planificación de Medios y Soportes	OBLIGATORIA	6
		Diseño Gráfico, Multimedia y de Espacios Comerciales	OBLIGATORIA	6

	<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>	<b>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</b>
--	---	--

MÓDULO		Distribución de los módulos en materias o asignaturas propuestas por la UCA		CARÁCTER	CRÉD
ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL 12 Créditos	MECI	Diseño y gestión de la Comunicación Institucional		OBLIGATORIA	6
		Imagen Corporativa Institucional		OBLIGATORIA	6
ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN EMPRESARIAL 12 Créditos	MECE	Sistemas de Comunicación Empresarial I		OBLIGATORIA	6
		Sistemas de Comunicación Empresarial II		OBLIGATORIA	6
ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL 12 Créditos	MECS	Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social		OBLIGATORIA	6
		Comunicación, Derechos Humanos e Igualdad		OBLIGATORIA	6
NUEVAS TENDENCIAS EN COMUNICACIÓN 12 Créditos	MNTC	Talleres de Comunicación e Inteligencia Emocional		OBLIGATORIA	6
		Talleres de Dirección de Proyectos Digitales en Publicidad y RR.PP		OBLIGATORIA	6
COMUNICACIÓN GLOBAL Hasta 36 créditos	MCG	Lenguaje y Comunicación Eficaz		OPTATIVA	6
		Comunicación Internacional e Intercultural		OPTATIVA	6
		Sociedad Global y Estilos de Vida		OPTATIVA	6
		Técnicas de Protocolo y Organización de Actos y Eventos		OPTATIVA	6
		Inglés aplicado a la Publicidad y las RR.PP.		OPTATIVA	6
		Ética y Deontología de la Publicidad y las RR.PP.		OPTATIVA	6
COMUNICACIÓN INTERACTIVA Hasta 30 créditos	MCI	Comunicación Digital		OPTATIVA	6
		Gestión y Realización de Proyectos Audiovisuales		OPTATIVA	6
		Herramientas Multimedia y Animación		OPTATIVA	6
		Medios y Soportes Interactivos		OPTATIVA	6
		Tecnología y Publicación en Internet		OPTATIVA	6
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL, INSTITUCIONAL Y POLÍTICA Hasta 24 créditos	(MCEI P)	Redacción Publicitaria		OPTATIVA	6
		Dirección de Arte y Publicidad		OPTATIVA	6
		Producción Publicitaria en Medios Gráficos y Audiovisuales		OPTATIVA	6
		Comunicación Política		OPTATIVA	6
PRÁCTICAS EN EMPRESAS 12 Créditos	MPE	Prácticas en Empresas (12 créditos)	Alternativa 1	OPTATIVA	
		Creación de Empresas de Comunicación (6 créditos)	Alternativa 2:		
		Inglés para Fines Profesionales (6 créditos)			

	<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>	<b>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</b>
--	---	--

MÓDULO		Distribución de los módulos en materias o asignaturas propuestas por la UCA	CARÁCTER	CRÉD
TRABAJO FIN DE GRADO	MTFG	Trabajo Fin de Grado	TRABAJO FIN DE GRADO	6

### **1.3.1. Bloque I – Módulo Básico de Ciencias Sociales. 36 créditos ECTS.**

Este módulo se concibe como la base formativa común de los estudiantes de Comunicación, a través de cual estos se ponen en contacto con los contenidos de la Rama de Ciencias Sociales y Jurídicas a la que se adscriben los estudios. En él, el estudiante de Ciencias de la Comunicación, en cualquiera de los tres grados (Periodismo, Comunicación Audiovisual, y Publicidad y Relaciones Públicas), aprenderá contenidos relativos a la sociedad, la historia reciente, la psicología, la sociología, el derecho, la política, la economía y la comunicación que contribuirán a su formación básica y permitirán el desarrollo de capacidades y de competencias relacionadas. El conocimiento de la sociedad, de su estructura y organización, así como de las características y comportamientos de los grupos sociales, y de su importancia para el estudio de la opinión pública; la evolución histórica contemporánea, con especial atención al mundo actual, con objeto de comprender mejor el mundo en el que vivimos; el estudio de la psicología social y de los mecanismos que intervienen en los procesos cognitivos, que tanta relación tienen con los procesos de la comunicación; el aprendizaje del derecho como garante de la democracia, con referencia a los derechos fundamentales, entre los que se cuenta el derecho de la información y de la comunicación; el conocimiento de la teoría política y de las formas de organización política y administrativa de la sociedad actual; el estudio de la actividad económica y del mundo empresarial, con especial referencia a los medios de comunicación y a las empresas de publicidad y relaciones públicas; y el conocimiento de los fundamentos de la comunicación y de sus diferentes formas.

### **1.3.2. Bloque II – Módulo Básico de Comunicación. 24 créditos ECTS.**

En este Módulo se incluyen el estudio de la comunicación social a partir de la comunicación audiovisual, el periodismo y la publicidad y las relaciones públicas; el conocimiento más específico de los diferentes lenguajes comunicativos, y de los diferentes productos de la comunicación (informativos, de entretenimiento, publicitarios o de relaciones públicas) y de sus distintos soportes (impresos, audiovisuales, digitales); el conocimiento básico de las tecnologías aplicadas a la comunicación social, organizativa e interactiva y la profundización en el estudio de la lengua española como vehículo de comunicación.

### **1.3.3. Bloque III – Módulos del Núcleo Central de la Titulación. 108 créditos ECTS.**

Este bloque configura el contenido central específico del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Está compuesto por los siguientes Módulos:

- Módulo Teoría e Historia de la Comunicación (12 créditos)

	<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>	<b>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</b>
--	---	--

- Módulo Investigación en Comunicación (12 créditos)
- Módulo Planificación, Estrategias y Creación en Comunicación (18 créditos)
- Módulo Técnicas y Herramientas en Comunicación (18 créditos)
- Módulo Especialización en Comunicación Institucional (12 créditos)
- Módulo Especialización en Comunicación Empresarial (12 créditos)
- Módulo Especialización en Comunicación Social (12 créditos)
- Módulo Nuevas Tendencias en Comunicación (12 créditos)

#### **1.3.4. Bloque IV - Módulo Optativo de Prácticas en Empresa (12 créditos ECTS).**

Este bloque, de carácter común en los títulos de Grado en Comunicación, facilita a los alumnos las prácticas suficientes para que su inserción en el mercado laboral se realice con las garantías adecuadas de formación.

Las Prácticas Externas en empresas vinculadas o relacionadas con el sector de la Comunicación, tiene como objetivo el aprendizaje in situ de las rutinas profesionales y de las técnicas de trabajo empleadas en el ámbito profesional, y procurará la adecuada inserción laboral de nuestros egresados.

La materia *Prácticas en Empresas* (12 créditos ECTS) de carácter optativo, viene a reforzar el compromiso con la empleabilidad de los futuros graduados, enriqueciendo la formación de los estudiantes de las enseñanzas de grado, en un entorno que les proporcionará, tanto a ellos como a los responsables de la formación, un conocimiento más profundo acerca de las competencias que necesitarán en el futuro.

La alternativa para aquellos estudiantes que decidan no realizar las prácticas en empresas, que deben ser ofertadas por la Facultad de manera obligatoria, es la elección de las asignaturas que forman parte de las materias de *Creación de Empresas de Comunicación e Inglés para Fines Profesionales*.

#### **1.3.5. Bloque V - Módulo de Trabajo Fin de grado (6 créditos ECTS)**

El contenido de este módulo estará relacionado con el Trabajo Fin de Grado, y con sus propios objetivos y contenidos, ya sean curriculares, de investigación o profesionales, en todo caso pertenecientes al ámbito de la comunicación.

Este módulo de *Trabajo de fin de Grado*, con una carga de 6 créditos ECTS y de carácter obligatorio se cursa a lo largo de cuarto curso. El Trabajo Fin de Grado para Publicidad y Relaciones Públicas implicará la realización por parte del alumno de un trabajo en el que se demuestre la adquisición de las competencias propias de la titulación. El trabajo deberá presentarse por escrito y defenderse oralmente ante un tribunal. Los requisitos serán los establecidos por la normativa reguladora de los Trabajos Fin de Grado de la Universidad de Cádiz. El Trabajo Fin de Grado podrá ser un trabajo de introducción a la investigación.

#### **1.3.6. Bloque VI- Bloque de Optativas**

El módulo de Comunicación Global comprende las siguientes asignaturas:

- Lenguaje y Comunicación eficaz.
- Comunicación internacional e intercultural

	<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>	<b>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</b>
--	---	--

- Técnicas de protocolo y organización de actos y eventos
- Sociedad global y estilos de vida
- Inglés aplicado a la publicidad y RR.PP.
- Ética y deontología de la Publicidad y las RR.PP.

El módulo de Comunicación Interactiva comprende las siguientes asignaturas:

- Comunicación digital
- Gestión y realización de proyectos audiovisuales
- Herramientas multimedia y animación
- Medios y soportes interactivos
- Tecnología y publicación en Internet
- Ética y deontología de la publicidad y las RR.PP.

El módulo de Comunicación Empresarial, Institucional y Política, aglutina las siguientes asignaturas:

- Redacción Publicitaria
- Dirección de Arte y Publicidad
- Producción Publicitaria en Medios Gráficos y Audiovisuales
- Comunicación Política

A la oferta de optatividad podrán sumarse asignaturas de otros títulos o asignaturas ofertadas por la Universidad con contenidos afines o complementarios al título. De este modo se pretende dar una mejor respuesta a las demandas sociales y a la demanda vocacional de los estudiantes, atendiendo así a lo establecido en el Art. 56.3 de la Ley Andaluza de Universidades. Corresponderá al Consejo de Gobierno, a la vista de las propuestas del Centro, determinar qué contenidos puedan sumarse a la oferta de optatividad específica del título.

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.

	<b>Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación</b>	<b>Grado en Publicidad y Relaciones Públicas</b>
--	---	--

#### 1.4. Asignaturas por curso y semestre

Semestre	Curso	PRIMER SEMESTRE		SEGUNDO SEMESTRE	
		Módulo/materia/asignatura	CRED.	Módulo/materia/asignatura	CRED.
PRIMER O 60 cr. 30cr 30 cr	<b>Actividades de formación complementaria: (6 Cred.)</b>	MBCS-Economía	6	MBCS-Derecho de la comunicación	6
		MBCS-Sociología	6	MBCS-Teoría de la comunicación	6
		MBCS-Psicología social de la comunicación	6	MBCS-Historia Económica y social	6
		MBC-Teoría de la Imagen	6	MBC-Estructura de la Publicidad y las RR.PP.	6
		MBC-La Lengua Española en la comunicación	6	MBC-Herramientas informáticas para la comunicación	6
SEGUNDO O 60 cr. 30cr 30 cr		MTHC-Evolución de las formas y procesos de la Publicidad	6	MECI-Diseño y gestión de la comunicación institucional	6
		MTHC-Evolución de las formas y procesos de las RR.PP	6	MECI-Imagen corporativa institucional	6
		MP-Dirección y planificación estratégica en comunicación	6	MP-Marketing y gestión de cuentas	6
		MTYH-Planificación de medios y soportes	6	MTYH-Diseño gráfico, multimedia y de espacios comerciales	6
		MICC-La investigación científica en comunicación	6	MECE-Sistemas de comunicación empresarial I	6
TERCER O 60 cr. 30cr 30 cr		MP-Creatividad publicitaria	6	MCI -Herramientas multimedia y animación	6
		MTYH-Nuevas tecnologías en comunicación	6	MCG - Ética y deontología de la publicidad y las RR.PP.	6
		MICC-Métodos y técnicas de investigación de medios y audiencias	6	MECE-Sistemas de comunicación empresarial II	6
		MECS-Comunicación para el desarrollo y el cambio social	6	MECS-Comunicación, Derechos humanos e igualdad	6
		MNTC-Talleres de comunicación e inteligencia emocional	6	MNTC-Talleres de dirección de proyectos digitales en Publicidad y RR.PP	6
	MCEIP Producción Publicitaria en Medios Gráficos y Audiovisuales	MCEIP Redacción Publicitaria	6		
		MCEIP Dirección de Arte en Publicidad	6		

		Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación		Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	
CUARTO 60 cr. 30cr 30cr	Trabajo Fin de Grado				6
	Prácticas en Empresa o alternativamente				12
	1. Creación de empresas de comunicación ( 6 créditos) 2. Inglés para fines profesionales (6 créditos)				
	MCI- Comunicación digital	6	MCG- Ingles aplicado a Publicidad y RR.PP	6	
	MCEIP Comunicación Política	6	MCG -Lenguaje y comunicación eficaz	6	
	MCG - Técnicas de protocolo y organización de actos y eventos	6	MCG - Sociedad global y estilos de vida	6	
	MCG -Comunicación internacional e intercultural	6	MCI- Medios y soportes interactivos	6	
	CI-Tecnología y publicación en internet	6	MCI Gestión y realización de proyectos audiovisuales	6	

## 2. Definición, en su caso, de menciones

No existen menciones.