

## Tabla de Convalidaciones

LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS				PLAN GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS			
ASIGNATURA	(1)	(2)	(3)	ASIGNATURA	(1)	(2)	(3)
Estructura de la comunicación	OB	1º	6	Estructura del sistema de medios	FB	3º	6
Fundamentos del periodismo	TR	1º	6	Procesos periodísticos y relaciones con los medios	OB	3º	6
Fundamentos de la publicidad	TR	1º	6	Fundamentos de la publicidad	OB	1º	6
Historia universal contemporánea [Análisis del entorno actual y su evolución histórica]	TR	1º	9	Historia del mundo actual	FB	1º	6
Informática básica	OB	1º	6	Nuevas tecnologías y sociedad de la Información	FB	1º	6
Lengua española	TR	1º	9	Lenguaje en la publicidad y la empresa	FB	1º	6
Teoría de la comunicación	TR	1º	6	Teorías de la comunicación	FB	1º	6
Tecnología de la Información Escrita	TR	1º	6	Diseño gráfico y dirección de arte	OB	3º	6
Teoría de la organización	TR	1º	6	Organización y administración de empresas	FB	2º	6
Teoría de la Información	TR	1º	6	Teoría de la Información	OB	1º	6
Documentación informativa	TR	2º	9	Documentación Informativa	OB	2º	6
Estructura social	OB	2º	9	Estructura social contemporánea	FB	1º	6
Fundamentos de las relaciones públicas	TR	2º	6	Fundamentos de las relaciones públicas	OB	1º	6
Introducción al derecho	OB	2º	4,5	Principios jurídicos básicos: deontología profesional e igualdad	FB	2º	6
Introducción al periodismo audiovisual	TR	2º	6	Procesos periodísticos y relaciones con los medios	OB	3º	6
Lenguaje publicitario	OB	2º	6	Fundamentos de la publicidad	OB	1º	6
Principios de economía	OB	2º	6	Principios de economía	FB	1º	6
Tecnologías de los medios audiovisuales	TR	2º	6	Lenguaje y tecnologías audiovisuales	OB	2º	6
Fundamentos de marketing	OB	3º	6	Marketing	OB	1º	6
Imagen corporativa	OB	3º	6	Dirección de comunicación	OB	2º	6
Métodos y técnicas de investigación en información	OB	3º	6	Métodos de investigación en comunicación	OB	4º	6
Opinión pública	OB	3º	6	Opinión pública	OP	4º	6
Tecnologías multimedia	OB	3º	9	Comunicación multimedia	OB	3º	6
Creatividad publicitaria I: la estrategia creativa	TR	4º	6	Estrategias creativas en publicidad	OB	2º	6
Derecho de la publicidad	OB	4º	6	Derecho de la comunicación	FB	2º	6
Estrategias de la publicidad y de las relaciones públicas	TR	4º	6	Técnicas y recursos de relaciones públicas	OB	3º	6
Gestión de la comunicación corporativa	OB	4º	6	Gestión de la comunicación	OB	3º	6
Investigación de medios	TR	4º	6	Investigación de audiencias y planificación de medios	OB	3º	6
Marketing estratégico	OB	4º	6	Marketing	OB	1º	6
Planificación y gestión de la publicidad	OB	4º	6	Planificación estratégica publicitaria	OB	2º	6
Sociología del consumo	OB	4º	6	Sociología del consumo	OB	2º	6
Creatividad publicitaria II: la elaboración del mensaje	TR	5º	6	Creatividad en la elaboración del mensaje publicitario	OB	3º	6
Empresa de publicitaria y de las relaciones públicas	TR	5º	6	Empresa publicitaria y gestión de cuentas	OB	3º	6
Planificación y gestión de las relaciones públicas	TR	5º	6	Planificación estratégica de las relaciones públicas	OB	3º	6

Planificación de medios	TR	5º	6	Investigación de audiencias y planificación de medios	OB	3º	6
Practicum	OB	5º	15	Prácticas externas	OB	4º	24
Libre configuración	LC			Sin equivalencia (*)			
Sin equivalencia				Reconocimiento de créditos (*)	OB	4º	6
Sin equivalencia				Idioma moderno	OB	2º	6
Sin equivalencia				Trabajo fin de Grado	OB	4º	6

(1) Tipo: LC (Libre Configuración), OB (Obligatoria), OP (Optativa), TR (Troncal)

(2) Curso

(3) Créditos

(\*) Será el Tutor integral asignado el que establezca, en su caso, el Reconocimiento académico de créditos.