

# GRADO PUBLICIDAD, IDEACIÓN Y COMUNICACIÓN DE MARCAS

## ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS

**GRADO EN PUBLICIDAD, IDEACIÓN Y  
COMUNICACIÓN DE MARCAS**

**Ámbito de Conocimiento:**  
**Periodismo, Comunicación y Pu-  
blicitad y Relaciones Públicas**

<b>TIPOLOGÍA</b>	<b>ECTS</b>
Formación Básica	60
Obligatorias	148
Optativas	14
Prácticas Externas	9
Trabajo Fin de Grado	9
<b>Total</b>	<b>240</b>

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	TIPOLOGÍA	SEMESTRE	ECTS
Formación Básica	Fundamentos Teóricos	Teoría de la Comunicación Publicitaria	Formación Básica	1 SEM	6
		Historia de la Publicidad	Formación Básica	1 SEM	6
		Introducción a los Estudios Universitarios	Formación Básica	1 y 2 SEM	6
	Fundamentos del Entorno y el Mercado	Marketing de Marca: La Marca como Activo Estratégico	Formación Básica	1 SEM	6
		Comportamiento del Consumidor	Formación Básica	2 SEM	6
	Bases de la Comunicación	Habilidades y Competencias para el Liderazgo	Formación Básica	1 y 2 SEM	6
		Técnicas de Comunicación y Soft Skills	Formación Básica	2 SEM	6
		Ideación Creativa I	Formación Básica	3 SEM	6
		Construcción de Narraciones Corporativas	Formación Básica	3 SEM	6
		Dirección de Comunicación: Experiencia de Marca Interna y Externa	Formación Básica	4 SEM	6
Disciplinar	Deontología, Cultura e Historia	Historia y Estrategia de Marcas Icónicas	Obligatoria	2 SEM	3
		Ecosistema I: Perfiles Profesionales	Obligatoria	2 SEM	3
		Compromiso Social y Activismo Corporativo	Obligatoria	3 SEM	4
		Antropología	Obligatoria	3 y 4 SEM	6
		Responsabilidad Social	Obligatoria	3 y 4 SEM	6
		Introducción a la Teología: El Hombre y la Cuestión de Dios	Obligatoria	5 SEM	6
		Historia de Occidente	Obligatoria	6 SEM	6
		Ética	Obligatoria	7 y 8 SEM	6
		Normativa y Reglamentación Publicitaria	Obligatoria	8 SEM	6
	Ideación Creativa	Fundamentos de la Creatividad Funcional	Obligatoria	1 SEM	4
		Creación de Identidades Corporativas	Obligatoria	2 SEM	4
		Gamificación y Co-creación	Obligatoria	4 SEM	4
		Ideación Creativa II	Obligatoria	5 SEM	6
		Copy Publicitario	Obligatoria	6 SEM	6
		Creatividad y Branding en Mundos Virtuales	Obligatoria	7 SEM	6
	Producción de Mensajes	Fotografía y Retoque de Imagen	Obligatoria	3 SEM	4
		Montaje Audiovisual: El Case Publicitario	Obligatoria	4 SEM	6
		Dirección de Arte	Obligatoria	6 SEM	6
		Realización de Campañas	Obligatoria	6 SEM	4
		Producción de Campañas Audiovisuales	Obligatoria	7 SEM	6
		Producción de Campañas Gráficas	Obligatoria	7 SEM	4
	Estrategias de Comunicación	Entorno I: Investigación de Públicos y Audiencias	Obligatoria	1 SEM	4
		Entorno II: Competencia, Partners y otros Agentes	Obligatoria	3 SEM	4
		Publicidad en la Red	Obligatoria	4 SEM	4
		Difusión de Narraciones Corporativas	Obligatoria	4 SEM	4
		Retail & Trade Marketing	Obligatoria	5 SEM	6
		Gestión de Cuentas Publicitarias	Obligatoria	5 SEM	4
		Planificación Estratégica	Obligatoria	5 SEM	4
		Planificación de Medios	Obligatoria	6 SEM	4
		Estrategias de Marca en Situaciones de Crisis	Obligatoria	7 SEM	4
	Ecosistema II: Benchmark del Sector	Obligatoria	8 SEM	4	

Trabajo Fin de Grado y Prácticas Académicas Externas	Prácticas Académicas Externas	Prácticas Académicas Externas	Prácticas Externas	7 y 8 SEM	9	
	Trabajo Fin de Grado	Trabajo Fin de Grado	Trabajo Fin de Grado	7 y 8 SEM	9	
	Optativas	Optativa I	Optativa	Optativa	5 SEM	4
		Optativa II	Optativa	Optativa	6 SEM	4
		Optativa III	Optativa	Optativa	7 SEM	3
		Optativa IV	Optativa	Optativa	8 SEM	3
<b>TOTAL ECTS</b>					<b>240</b>	

## RELACIÓN DE ASIGNATURAS OPTATIVAS

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	TIPOLOGÍA	SEMESTRE	ECTS
Disciplinar	Emprendimiento y New Business	Tendencias: Visual Thinking y Coolhunting	Optativa	5 SEM	4
		Empresa y Emprendimiento	Optativa	7 SEM	3
		Cualificaciones y Competitive	Optativa	7 SEM	3
		New Business	Optativa	8 SEM	3
	Producción de Mensajes	Podcasts y otros Formatos Radiofónicos	Optativa	5 SEM	4
		Diseño de Sitios Web y Aplicaciones Móviles	Optativa	6 SEM	4
	Ideación Creativa	Producción y Consumo Responsables	Optativa	5 SEM	4
		Escaparatismo	Optativa	6 SEM	4
		Publicidad Social y Tercer Sector	Optativa	8 SEM	3
	Estrategias de Comunicación	Método Científico: Investigación Cualitativa y Cuantitativa	Optativa	6 SEM	4
	Actividades Formativas Complementarias	Actividades Formativas Complementarias I	Optativa	7 SEM	3
		Actividades Formativas Complementarias II	Optativa	8 SEM	3

