

# Universidade de Vigo Campus de Pontevedra

## Licenciatura en PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS

CIENCIAS SOCIAIS E XURÍDICAS

### LICENCIATURA EN PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS

A Licenciatura en Publicidade e Relacións Públicas pertence á Área de Ciencias Sociais e Xurídicas. Estes estudos céntranse na formación especializada na creación, deseño e produción de comunicación publicitaria e tamén nas aplicacións e estratexias das relacións públicas.

Esta carreira forma os estudantes para o desenvolvemento de campañas e iniciativas de comunicación tanto empresarial como institucional, buscando a mellora dos procesos de comercialización de produtos e o establecemento de fluxos comunicativos entre institucións e cidadáns. A importancia que ambas as cuestións están cobrando nos últimos tempos propiciaron que estes estudos, que antes eran unha especialidade da titulación en Ciencias da Información, se dividiran, de xeito que se creou unha carreira con entidade propia. Os estudos de Publicidade e Relacións Públicas basean a súa efectividade no coñecemento da opinión pública e das dinámicas da información, o manexo de técnicas persuasivas, o desenvolvemento da creatividade e a capacidade estratéxica e de xestión.

O licenciado desta titulación está, polo tanto, capacitado para tomar iniciativas no eido da comunicación comercial e institucional en sentido amplo, e conta cos coñecementos necesarios para desenvolver estas iniciativas en todo o seu proceso. A creación de publicidade e a posta en marcha de campañas de relacións públicas serán o seu campo de traballo.

### ESTRUTURA

Esta titulación componse de 1º e 2º ciclo, de dous anos cada un. Polo tanto, o total da carreira é de catro anos e conta cunha carga lectiva total de 305 créditos. Non se esixe realizar un proxecto de fin de carreira.

## MERCADO DE TRABALLO

Como xa comentamos anteriormente, os profesionais desta titulación están enfocados a campos da comunicación, tanto en empresas de publicidade como turísticas, de comunicación integral, institucional, política, audiovisual etc. Poden traballar na área de prensa de grandes empresas, no campo da comunicación interna e externa, a comunicación corporativa e todo o relacionado co deseño. Os seus coñecementos en áreas como empresa e mercadotecnia fan deles persoas perfectamente capacitadas para desenvolver postos de traballo en tarefas de dirección e de responsabilidade.

Por outra banda, nos últimos anos a demanda deste tipo de profesionais está a ter un gran crecemento debido ao impacto que ten a publicidade no público, tendo en conta, ademais, que a aparición de novos soportes e medios (internet, televisión dixital, telefonía etc.) dá lugar a un campo que aínda está por explotar.

## PERFIL DO ESTUDANTE

Estudantes interesados no campo da comunicación publicitaria e de relacións públicas, cunha actitude imaxinativa e creativa, curiosidade por todo canto acontece ao seu redor, con memoria visual, carácter aberto e capacidade de síntese.

## ACCESO

A estes estudos pódese acceder desde:

- Todas as opcións de COU.
- Todas as modalidades do bacharelato LOXSE.
- FP 2 rama de Imaxe e Son (A-D).
- FP 2 rama de Imaxe e Son (E-F).
- M. prof. de nivel III da rama de Imaxe e Son (A-B).
- M. prof. de nivel III da rama de Imaxe e Son (C).
- C. form. de grao sup. da rama Comunicación, Imaxe e Son (A).
- C. form. de grao sup. da rama Comunicación, Imaxe e Son (B-C).
- C. form. de grao sup. da rama Artes Plásticas e Deseño (OB).

## PASARELAS

Pódese acceder directamente ao 2º ciclo desta titulación desde:

- 1º ciclo da Licenciatura en Xornalismo
- 1º ciclo da Licenciatura en Comunicación Audiovisual
- 1º ciclo da Licenciatura en Publicidade e Relacións Públicas

Pódese acceder ao 2º ciclo desta titulación, mediante complementos de formación, desde:

- 1º ciclo de calquera titulación
- Calquera titulación de 1º ciclo

Desde o 1º ciclo desta titulación pódese acceder directamente a:

- Licenciatura en Antropoloxía Social e Cultural
- 2º ciclo da Licenciatura en Comunicación Audiovisual
- 2º ciclo da Licenciatura en Xornalismo

Desde o 1º ciclo desta titulación pódese acceder, mediante complementos de formación, a:

- Licenciatura en Investigación e Técnica de Mercado.

## PRIMEIRO CICLO

### Primeiro curso

Disciplinas	Tipo	Créditos
Deseño, composición visual e tecnoloxía en prensa	T	4.5
Estrutura social de España	T	4.5
Historia da comunicación	T	6
Historia do pensamento político contemporáneo	T	4.5
Introdución á teoría e práctica da publicidade	T	6
Lingua I: lingua española I*	T	6
Lingua I: lingua galega I *	T	6
Lingua II: lingua española II**	T	6
Lingua II: lingua galega II **	T	6
Técnicas de comunicación escrita	T	4.5
Teoría da comunicación e da información	T	6
Teoría e técnica da comunicación radiofónica	T	4.5
Teoría xeral da imaxe	T	4.5
Introdución á economía	O	6

## Segundo curso

Disciplinas	Tipo	Créditos
Documentación informativa	T	6
Introdución á teoría e práctica das relacións públicas	T	6
Redacción e locución publicitaria en medios audiovisuais	T	4.5
Teoría e técnica da comunicación televisiva	T	4.5
Historia da propaganda e a publicidade	O	6
Metodoloxía da investigación en ciencias sociais	O	6
Opinión pública	O	6
Produción publicitaria en medios impresos	O	6
Socioloxía do consumo	O	6
Tecnoloxía dos medios audiovisuais	O	6
Teoría e técnica da fotografía	O	6
Optativas xerais de 1º ciclo (unha materia)	OX	6
Libre elección	LE	12

## SEGUNDO CICLO

### Terceiro curso

Disciplinas	Tipo	Créditos
Elaboración da mensaxe publicitaria	T	6
Procesos e técnicas creativas	T	6
Programación e técnicas das relacións públicas	T	6
Suxeitos e estruturas da actividade publicitaria e das relacións públicas	T	4.5
Ética e deontoloxía	O	6
Introdución á estatística aplicada á publicidade	O	6
Mercadotecnia	O	6
Produción publicitaria en medios audiovisuais	O	6
Sistemas políticos	O	6
Técnicas de propaganda política	O	6
Teoría da empresa	O	6
Optativas xerais de 2º ciclo (unha materia)	OX	6
Libre elección	LE	9.5

### Cuarto curso

Disciplinas	Tipo	Créditos
Estratexias da actividade publicitaria e das relacións públicas	T	6
Imaxe corporativa	T	6
Métodos e técnicas de investigación de medios e audiencias	T	6
Planificación e xestión de medios publicitarios	T	6
Dereito da información e da publicidade	O	6
Materias de orientación (sete materias)	OP	42
Libre elección	LE	9

## ORIENTACIÓN 1: XESTIÓN PUBLICITARIA E AUDIOVISUAL

Disciplinas	Tipo	Créditos
Estratex. da activ. public. e das relac. públicas	T	6
Imaxe corporativa	T	6
Métodos e técnicas de invest. de medios e audienc.	T	6
Planificación e xestión de medios publicitarios	T	6
Dereito da información e da publicidade	O	6
Avaliación da eficacia publicitaria	O	6
Dirección e xestión de contas	O	6
Innovación e novos produtos	O	6
Publicidade e industrias culturais	O	6
Técnicas cualitativas de investig. de medios e aud.	O	6
Técnicas de programación en radio e televisión	O	6
Xestión da produción publicitaria e audiovisual	O	6

## ORIENTACIÓN 2: RELACIÓNS PÚBLICAS E COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Disciplinas	Tipo	Créditos
Campañas de relacións públicas	OP	6
Gabinete de relacións públicas	OP	6
Programas de identidade visual e corporativa	OP	6
Relacións públicas e protocolo	OP	6
Sistemas de partidos e sistemas electorais	OP	6
Técnicas da publicidade institucional	OP	6
Teoría e técnica da propaganda electoral	OP	6

## ORIENTACIÓN 3: CREACIÓN PUBLICITARIA E AUDIOVISUAL

Disciplinas	Tipo	Créditos
Deseño publicitario e multimedia	OP	6
Laboratorio de fotografía publicitaria	OP	6
Laboratorio de produción publicitaria en internet	OP	6
Laboratorio de produción publicitaria en radio	OP	6
Laboratorio de produción publicitaria en televisión	OP	6
Movements artísticos contemporáneos aplicados á publicidade	OP	6
Técnicas de dirección cinematográfica	OP	6

## ORIENTACIÓN 4: COMUNICACIÓN E SOCIEDADE

Disciplinas	Tipo	Créditos
Educación, publicidade e consumo	OP	6
Filosofía da comunicación audiovisual	OP	6
Integración europea	OP	6
Psicoloxía da comunicación	OP	6
Publicidade e deporte	OP	6
Relacións públicas e turismo	OP	6
Técnicas de marketing	OP	6

Nota: aqueles alumnos que non opten por algunhas das orientacións implantadas deberán cursar os 54 créditos optativos entre as materias optativas de 2º ciclo ofrecidas, xa sexan de orientación ou xerais.

### Outórganse UN MÁXIMO DE 30,5 créditos de libre elección por:

Prácticas en empresas, institucións públicas ou privadas etc. = 15,5 créditos.  
Traballos academicamente dirixidos e integrados no plan de estudos = 15 créditos.

Estudos realizados no marco de convenios internacionais subscritos pola universidade = 6 créditos.

Outras actividades: (cursos, seminarios, escolas oficiais de idiomas e conservatorios superiores e profesionais de música) = 6 créditos.

- T Troncal  
O Obrigatoria  
OP Optativa obrigatoria  
OX Optativa xeral  
LE Libre elección

### Ficha

Titulación	Licenciatura en Publicidade e Relacións Públicas
Centro	Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación
Ensínanzas	Primeiro e segundo ciclo
Nº de anos académicos	4
Curso de implantación	00/01
Data do B.O.E.	22/08/00

### Créditos totais

Troncais	Obrigatorios	Optativos	Libre config.	Trab. fin. carr.	Totais
124.5	96	54	30.5	Non	305

### Información

Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación  
Campus de Pontevedra, A Xunqueira  
36005 Pontevedra  
Telf. 986 801 999 Fax 986 801 980  
Correo electrónico: sdfasoc@uvigo.es <http://www.csc.uvigo.es>

### Servizo de Extensión Universitaria. Sección de información (SIOPE)

Edificio Miralles - Praza de Enric Miralles  
Campus de Vigo  
36310 Vigo (Pontevedra)  
Tfno. 986 813 630/ 755 Fax. 986 813 639  
Correo electrónico: siope@uvigo.es [www.uvigo.es](http://www.uvigo.es)