

TABLA DE ADAPTACIÓN
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS¹

Asignaturas del título de Grado (2010)	Asignaturas del título de Grado (2026)
Economía aplicada a la publicidad (FB) (1º)	Economía aplicada a la publicidad (FB) (1º)
Lengua Española y Publicidad: Saber Idiomático y Competencias Comunicativas (FB) (1º)	Lengua Española y Publicidad: Saber Idiomático y Competencia Comunicativa (FB) (1º)
Teoría de la Comunicación (FB) (1º)	Teoría de la Comunicación (FB) (1º)
Teoría y estructura de la Publicidad (OB) (1º)	Fundamentos de la publicidad: teoría y estructura (OB) (1º)
Teoría y estructura de las RR.PP. (OB) (1º)	Fundamentos de las RR.PP.: teoría y estructura (OB) (1º)
Estructura de la información (FB) (1º)	Teoría de la imagen (FB) (1º)
Métodos y técnicas de investigación social (OB) (2º)	Persuasión publicitaria (OB) (1º)
Diseño y Tecnología Digital en Publicidad (OB) (3º)	Referentes audiovisuales y artísticos para la publicidad (FB) (2º)
Historia de la Publicidad y las RR.PP. (FB) (1º)	Historia de la Publicidad y las RR.PP. (OB) (1º)
Marketing (FB) (1º)	Marketing (OB) (2º)
Psicología social de la publicidad y las RR.PP. (FB) (1º)	Psicología social (FB) (1º)
Sociología y estructura social (FB) (1º)	Sociología y estructura social (FB) (1º)
Creatividad publicitaria (OB) (2º)	Creatividad publicitaria y RR.PP. (OB) (3º)
Estrategia publicitaria (OB) (2º)	Estrategia publicitaria (OB) (3º)
Tecnologías de los medios audiovisuales (FB) (2º)	Tecnología de los medios audiovisuales (FB) (2º)
Teoría del consumo digital (OB) (2º)	Teoría y práctica del consumo (OB) (2º)
Derecho publicitario (FB) (2º)	Derecho publicitario (FB) (2º)
Dirección de arte (OB) (2º)	Dirección de arte (OB) (3º)
Investigación publicitaria (OB) (2º)	Investigación publicitaria (OB) (2º)
Redacción publicitaria (OB) (2º)	Redacción publicitaria (OB) (2º)
Teoría e historia de la propaganda (OB) (2º)	Teoría y técnica de la propaganda (OB) (3º)
Planificación y gestión de medios publicitarios (OB) (3º)	Planificación y gestión de medios publicitarios (OB) (3º)
Programación y técnicas de las RR.PP. (OB) (3º)	Programación y técnicas de las RR.PP. (OB) (2º)
Análisis del discurso publicitario (OP) (3º)	Análisis del mensaje publicitario (OP) (4º)
Teoría e historia del cartel publicitario (OP) (3º)	Sin correspondencia (créditos optativos)
Contexto Artístico de la Publicidad (OP) (3º)	Diseño gráfico (OB) (3º)

¹ La convalidación de otras optativas de las señaladas por asignaturas obligatorias requerirá la solicitud a la Comisión de Reconocimiento de Créditos de la Facultad de Comunicación.

Gabinetes de Comunicación (OB) (3º)	Deontología y responsabilidad social en publicidad (FB) (2º)
Administración de Empresas Publicitarias (OB) (3º)	Administración de empresas publicitaria (OB) (3º)
Teoría de la Imagen (OP) (3º)	Comunicación corporativa (OB) (3º)
Evolución de la Economía Europea y Española y su Entorno (OP) (3º)	Emprendimiento y autoempleo en publicidad y RR.PP. (OP) (4º)
Publicidad, Cultura y Generación de Contenidos (OP) (3º)	Aplicaciones audiovisuales y artísticas contemporáneas en publicidad (OB) (2º)
Historia de la Comunicación (OP) (3º)	Sin correspondencia (créditos optativos)
Publicidad en Sectores Económicos y Sociales (OB) (4º)	Comunicación en ONG y Movimientos Sociales (OP) (4º)
Promoción de Ventas y Consumo (OP) (4º)	Sin correspondencia (créditos optativos)
Comunicación política (OP) (4º)	Comunicación política (OP) (4º)
Teoría y Tecnología de la Fotografía Publicitaria (OB) (3º)	Argumentación y oratoria para publicidad y RR.PP. (OB) (3º)
Teoría e Historia del Diseño Publicitario (OP) (4º)	Sin correspondencia (créditos optativos)
Prácticas en empresa (6 ECTS) (OP) (4º)	Prácticas en empresa (OP) (4º)
TFG (OB) (4º)	TFG (OB) (4º)
Dirección de Cuentas (OP) (4º)	Dirección de cuentas (OP) (6 ECTS)
Tendencias Literarias en la Cultura Contemporánea (OP) (4º)	Referentes literarios para la creación publicitaria (OP) (4º)
Historia de la Cultura Contemporánea (OP) (4º)	Historia, cultura y modas en los siglos XX y XXI (OP) (4º)
Comunicación en el Punto de Venta (OP) (4º)	Comunicación en el punto de venta (OP) (4º)
Comunicación Comercial y Cultura de Masas (OP) (3º)	Gestión de Marca (OB) (3º)
Economía aplicada a la publicidad (FB) (1º)	Economía aplicada a la publicidad (FB) (1º)
Lengua Española y Publicidad: Saber Idiomático y Competencias Comunicativas (FB) (1º)	Lengua Española y Publicidad: Saber Idiomático y Competencia Comunicativa (FB) (1º)
Teoría de la Comunicación (FB) (1º)	Teoría de la Comunicación (FB) (1º)
Teoría y estructura de la Publicidad (OB) (1º)	Fundamentos de la publicidad: teoría y estructura (OB) (1º)
Teoría y estructura de las RR.PP. (OB) (1º)	Fundamentos de las RR.PP.: teoría y estructura (OB) (1º)
Estructura de la información (FB) (1º)	Teoría de la imagen (FB) (1º)
Métodos y técnicas de investigación social (OB) (2º)	Persuasión publicitaria (OB) (1º)
Diseño y Tecnología Digital en Publicidad (OB) (3º)	Referentes audiovisuales y artísticos para la publicidad (FB) (2º)
Historia de la Publicidad y las RR.PP. (FB) (1º)	Historia de la Publicidad y las RR.PP. (OB) (1º)