

ANEXO AL CONTRATO DE MATRÍCULA

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS PLAN 2014 CURSO ACADÉMICO 2025/2026

Apellidos y Nombre: _____

DNI: _____

1. SELECCIÓN DE ASIGNATURAS

PRIMER CURSO

Marcar con x	Código	Tipo	Materia	ECTS	Semestre
	32428	MB	Historia Universal Contemporánea	6	1
	32429	MB	Lengua española y comunicación	6	1
	32430	MB	Documentación	6	1
	32431	OB	Lenguaje audiovisual	6	1
	32432	MB	Teoría de la comunicación	6	1
	32433	OB	Fundamentos de la Publicidad y las RR.PP.	6	2
	32434	OB	English	6	2
	32435	OB	Comunicación escrita	6	2
	32436	MB	Historia de la comunicación	6	2
	32437	OB	Arte y cultura contemporáneos	6	2
TOTAL PRIMERO				60	

SEGUNDO CURSO

Marcar con x	Código	Tipo	Materia	ECTS	Semestre
	32438	MB	Humanismo Cívico	6	1
	32439	MB	Literatura y análisis de textos	6	1
	32440	MB	Economía	6	1
	32441	OB	Diseño y dirección de arte	6	1
	32442	OB	Fundamentos del marketing	6	1
	32443	MB	Sociología	6	2
	32444	MB	Sistemas Políticos Contemporáneos	6	2
	32445	OB	Intercultural Communication	6	2
	32446	OB	Teoría y Técnica de la Radio	6	2
	32447	OB	Identidad e imagen corporativa	6	2
TOTAL SEGUNDO				60	

TERCER CURSO

Marcar con x	Código	Tipo	Materia	ECTS	Semestre
	32448	OB	Ética	6	1
	32449	OB	Planificación de medios	6	1
	32450	OB	Planificación de las RRPP	6	1
	32451	OB	Expresión gráfica y dibujo	6	1
	32452	OB	Fotografía publicitaria	6	1
	32453	OB	Empresa comunicativa	6	2
	32454	OB	Métodos y Técnicas de investigación social	6	2
	32455	OB	Creatividad publicitaria	6	2
		OP	Optativa I	6	2
		OP	Optativa II	6	2
TOTAL TERCERO				60	

CUARTO CURSO

Marcar con x	Código	Tipo	Materia	ECTS	Semestre
	32456	OB	Prácticas en empresa	6	Anual
	32457	OB	Trabajo final de grado	9	Anual
	32458	OB	Derecho de la comunicación	6	1
	32459	OB	Responsabilidad social corporativa	6	1
	32460	OB	Deontología de la Publicidad y las Relaciones Públicas	3	2
	32461	OB	Liderazgo y desarrollo personal	6	2
	32462	OB	Branding	6	2
		OP	Itinerario optativo	1/2	12
	TOTAL CUARTO			60	

ITINERARIO OPTATIVO El alumno deberá elegir íntegramente uno de los dos itinerarios. En caso contrario, la Universidad se reserva el derecho de modificar y/o anular la matrícula.

☐ **ITINERARIO I: ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS**

Marcar con x	Código	Tipo	Materia	ECTS	Semestre	Curso
	32463	OP	Publicidad interactiva	6	2	3º
	32464	OP	Publicidad audiovisual	6	2	3º
	32465	OP	Retail marketing	6	1	4º
	32466	OP	Coolhunting	6	1	4º
	32467	OP	Nuevas formas de marketing	6	2	4º

☐ **ITINERARIO II: COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

Marcar con x	Código	Tipo	Materia	ECTS	Semestre	Curso
	32468	OP	Comunicación y marketing político	6	2	3º
	32469	OP	Media training	6	2	3º
	32470	OP	Issues management	6	1	4º
	32471	OP	Comunicación interna	6	1	4º
	32472	OP	Protocolo y gestión de eventos	6	2	4º

Sólo se activarán aquellos itinerarios de especialización en los que se registre el número mínimo de alumnos interesados que se establezca anualmente.

Mediante la firma del presente documento, el alumno acepta los compromisos adquiridos en el Contrato de Matrícula, así como los derivados de la normativa académica y de matrícula de CESUGA.

En A Coruña, a

Firma del alumno

Por el Centro