



## TABLA DE RECONOCIMIENTO ENTRE EL GRADO EN PUBLICIDAD Y RR.PP. DE LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID (BOE 2011) y EL GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Asignatura de origen	Asignatura convalidada
Derecho de la publicidad	Derecho de la publicidad y las relaciones públicas
Psicología de la comunicación	Psicología aplicada a la publicidad y las relaciones públicas
Principios de economía	Economía y técnicas de mercado
Teoría e historia de la publicidad	Teoría e historia de la publicidad
Sistema de información y comunicación	Sistema de medios en España
Teoría de la comunicación y de la información	Teorías de la comunicación
Fundamento de las relaciones públicas	Teoría e historia de las relaciones públicas
Gestión de la comunicación corporativa e institucional	
Lenguaje publicitario	Discurso publicitario
Los medios publicitarios: Investigación, planificación y gestión	Planificación de medios
Ideas, métodos y estrategias creativas: El plan O proyecto creativo	Campañas de comunicación alternativa
Historia universal contemporánea	6 créditos optativos
Comunicación, educación y sociedad en el contexto digital	6 créditos optativos
Teoría del lenguaje	6 créditos optativos
Arte y publicidad	6 créditos optativos
Fundamentos del marketing	6 créditos optativos
Estructura social contemporánea	6 créditos optativos
Estructura del sistema publicitario	Dirección estratégica en publicidad
Las agencias de publicidad: Dirección y gestión	
Planificación estratégica de la publicidad	



Teoría de la imagen	Imagen de marca
Gestión de marca	
Sociología de la publicidad y del consumo	Comunicación y sociedad
Ética y deontología de la comunicación y de los consumidores	
Dirección estratégica de las RR.PP.	Dirección Estratégica en relaciones públicas
Protocolo y organización de eventos	
Públicos y usuarios de la comunicación publicitaria	Comunicación cultural
Música y publicidad	
Laboratorio multimedia	Dirección de Arte y gráfica publicitaria
Publicidad interactiva	

No se reconocen las siguientes asignaturas, por entender que los contenidos, competencias o carga lectiva de las mismas no son equivalentes a las asignaturas y/o créditos optativos del plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Málaga:

Introducción a las tecnologías de la comunicación

Cultura e identidad corporativa

Los anunciantes: Dirección y gestión de la comunicación publicitaria

Métodos y técnicas de investigación social