

Tabla de Adaptación: Grado en Publicidad y RR.PP. (US)

Plan de equivalencias entre las asignaturas del título de Grado (2010) y las asignaturas del título de Grado (2026)

Asignaturas del título de Grado (2010)	Código (2010)	Asignaturas del título de Grado (2026)	Código (2026)
Economía aplicada a la publicidad (FB) (1º)	2110001	Economía aplicada a la publicidad (FB) (1º)	2720001
Lengua Española y Publicidad: Saber Idiomático... (FB) (1º)	2110002	Lengua Española y Publicidad: Saber Idiomático... (FB) (1º)	2720005
Teoría de la Comunicación (FB) (1º)	2110058	Teoría de la Comunicación (FB) (1º)	2720009
Teoría y estructura de la Publicidad (OB) (1º)	2110004	Fundamentos de la publicidad: teoría y estructura (OB) (1º)	2720002
Teoría y estructura de las RR.PP. (OB) (1º)	2110005	Fundamentos de las RR.PP.: teoría y estructura (OB) (1º)	2720003
Estructura de la información (FB) (1º)	2110006	Teoría de la imagen (FB) (1º)	2720010

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.

² Las asignaturas del plan 2010 que no tengan correspondencia en el plan 2026 se podrán reconocer por créditos optativos.

Asignaturas del título de Grado (2010)	Código (2010)	Asignaturas del título de Grado (2026)	Código (2026)
Métodos y técnicas de investigación social (OB) (2º)	2110013	Persuasión publicitaria (OB) (1º)	2720006
Diseño y Tecnología Digital en Publicidad (OB) (3º)	2110060	Referentes audiovisuales y artísticos... (FB) (2º)	2720018
Historia de la Publicidad y las RR.PP. (FB) (1º)	2110007	Historia de la Publicidad y las RR.PP. (OB) (1º)	2720004
Marketing (FB) (1º)	2110008	Marketing (OB) (2º)	2720016
Psicología social de la publicidad y las RR.PP. (FB) (1º)	2110009	Psicología social (FB) (1º)	2720007
Sociología y estructura social (FB) (1º)	2110010	Sociología y estructura social (FB) (1º)	2720008
Creatividad publicitaria (OB) (2º)	2110011	Creatividad publicitaria y RR.PP. (OB) (3º)	2720024
Estrategia publicitaria (OB) (2º)	2110012	Estrategia publicitaria (OB) (3º)	2720014

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.

² Las asignaturas del plan 2010 que no tengan correspondencia en el plan 2026 se podrán reconocer por créditos optativos.

Asignaturas del título de Grado (2010)	Código (2010)	Asignaturas del título de Grado (2026)	Código (2026)
Tecnologías de los medios audiovisuales (FB) (2º)	2110014	Tecnología de los medios audiovisuales (FB) (2º)	2720019
Teoría del consumo digital (OB) (2º)	2110059	Teoría y práctica del consumo (OB) (2º)	2720020
Derecho publicitario (FB) (2º)	2110016	Derecho publicitario (FB) (2º)	2720013
Dirección de arte (OB) (2º)	2110053	Dirección de arte (OB) (3º)	2720025
Investigación publicitaria (OB) (2º)	2110018	Investigación publicitaria (OB) (2º)	2720015
Redacción publicitaria (OB) (2º)	2110019	Redacción publicitaria (OB) (2º)	2720029
Teoría e historia de la propaganda (OB) (2º)	2110020	Teoría y técnica de la propaganda (OB) (3º)	2720030
Planificación y gestión de medios publicitarios (OB) (3º)	2110023	Planificación y gestión de medios publicitarios (OB) (3º)	2720028

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.

² Las asignaturas del plan 2010 que no tengan correspondencia en el plan 2026 se podrán reconocer por créditos optativos.

Asignaturas del título de Grado (2010)	Código (2010)	Asignaturas del título de Grado (2026)	Código (2026)
Programación y técnicas de las RR.PP. (OB) (3º)	2110024	Programación y técnicas de las RR.PP. (OB) (2º)	2720017
Análisis del discurso publicitario (OP) (3º)	2110021	Análisis del mensaje publicitario (OP) (4º)	2720031
Contexto Artístico de la Publicidad (OP) (3º)	2110022	Diseño gráfico (OB) (3º)	2720026
Gabinetes de Comunicación (OB) (3º)	2110030	Deontología y responsabilidad social... (FB) (2º)	2720012
Administración de Empresas Publicitarias (OB) (3º)	2110054	Administración de empresas publicitaria (OB) (3º)	2720021
Teoría de la Imagen (OP) (3º)	2110025	Comunicación corporativa (OB) (3º)	2720023
Evolución de la Economía Europea y Española... (OP) (3º)	2110029	Emprendimiento y autoempleo... (OP) (4º)	2720039

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.

² Las asignaturas del plan 2010 que no tengan correspondencia en el plan 2026 se podrán reconocer por créditos optativos.

Asignaturas del título de Grado (2010)	Código (2010)	Asignaturas del título de Grado (2026)	Código (2026)
Publicidad, Cultura y Generación de Contenidos (OP) (3º)	2110051	Aplicaciones audiovisuales y artísticas... (OB) (2º)	2720011
Publicidad en Sectores Económicos y Sociales (OB) (4º)	2110052	Comunicación en ONG y Movimientos Soc. (OP) (4º)	2720034
Comunicación política (OP) (4º)	2110036	Comunicación política (OP) (4º)	2720036
Teoría y Tecnología de la Fotografía Pub. (OB) (3º)	2110027	Argumentación y oratoria para Pub. y RR.PP. (OB) (3º)	2720022
Prácticas en empresa (OP) (4º)	2110046	Prácticas en empresa (OP) (4º)	2720045
Trabajo Fin de Grado (OB) (4º)	2110048	Trabajo Fin de Grado (OB) (4º)	2720047
Dirección de Cuentas (OP) (4º)	2110043	Dirección de cuentas (OP) (4º)	2720038

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.

² Las asignaturas del plan 2010 que no tengan correspondencia en el plan 2026 se podrán reconocer por créditos optativos.

Asignaturas del título de Grado (2010)	Código (2010)	Asignaturas del título de Grado (2026)	Código (2026)
Tendencias Literarias en la Cultura Contemp. (OP) (4º)	2110049	Referentes literarios para la creación Pub. (OP) (4º)	2720049
Historia de la Cultura Contemporánea (OP) (4º)	2110045	Historia, cultura y modas en los S. XX y XXI (OP) (4º)	2720042
Comunicación en el Punto de Venta (OP) (4º)	2110055	Comunicación en el punto de venta (OP) (4º)	2720033
Comunicación Comercial y Cultura de Masas (OP) (3º)	2110050	Gestión de Marca (OB) (3º)	2720027

Leyenda de acrónimos:

- **FB:** Formación Básica
- **OB:** Obligatoria
- **OP:** Optativa

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.

² Las asignaturas del plan 2010 que no tengan correspondencia en el plan 2026 se podrán reconocer por créditos optativos.