

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Crea, participa y brilla en el Festival “Tocados por la Publicidad”

Festival Tocados por la Publicidad en el Círculo de Bellas Artes, Madrid, organizado por los alumnos de la Facultad

83% de empleabilidad en los primeros tres meses

Fuente: Universidad Nebrija

La diferencia Nebrija

La Universidad Nebrija pone en marcha un renovado programa multidisciplinar donde el trabajo en equipo, la creatividad o la inteligencia emocional son fundamentales, además de contar con el Festival Tocados por la Publicidad, con 19 ediciones. El Festival es un referente en la industria publicitaria española, suponiendo una actividad pre-profesional real para los estudiantes y un escaparate para mostrar el trabajo realizado a lo largo de toda la titulación.



FORMACIÓN EN EMPRESAS

- TBWA
- Carat
- McCann
- Ogilvy & Mather



DOBLES TITULACIONES

- Publicidad y Relaciones Públicas + Marketing
- Publicidad y Relaciones Públicas + Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos
- Publicidad y Relaciones Públicas + Diseño Digital y Multimedia



ESTANCIA EN UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

- | | |
|--|--|
| • San Diego University (EE.UU.) | • Escola Superior de Propaganda e Marketing (Brasil) |
| • Regent's University London (Reino Unido) | • Lingnan University (China) |
| • University of Miami (EE.UU.) | • Hogeschool Utrecht (Países Bajos) |
| • Drake University (EE.UU.) | • Università degli Studi del Molise (Italia) |
| • Rider University (EE.UU.) | |

| DURACIÓN |
|----------|
| 4 años |

| IDIOMAS |
|------------------|
| Español e inglés |

| MODALIDAD |
|------------|
| Presencial |

| CAMPUS |
|-----------------|
| Madrid-Princesa |

PLAN DE ESTUDIOS • Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

1º curso

| 1º semestre | 30 ECTS |
|---|---------|
| Estructuras de la publicidad | 6 |
| Habilidades de comunicación: escritura y oratoria | 6 |
| Estética y cultura visual | 6 |
| Analisis de la Empresa | 6 |
| Desarrollo de competencias profesionales I | 6 |

| 2º semestre | 30 ECTS |
|--|---------|
| Principios de las relaciones públicas | 6 |
| Diseño gráfico | 6 |
| Nuevas tecnologías y sociedad de la información | 6 |
| Marco legal de la publicidad y las Relaciones Públicas | 6 |
| Fundamentos del marketing | 6 |

60 ECTS

2º curso

| 1º semestre | 30 ECTS |
|-------------------------------|---------|
| Literatura y creación | 6 |
| Comportamiento del consumidor | 6 |
| Fundamentos de economía | 6 |
| Estadística aplicada | 6 |
| Diseño publicitario | 6 |

| 2º semestre | 30 ECTS |
|---|---------|
| Marketing y comunicación digital | 6 |
| Acciones Below the line (BTL) / Opinión pública (opt) | 6 |
| Técnicas de las RR.PP. | 6 |
| Investigación de audiencias | 6 |
| Desarrollo de Competencias profesionales II | 6 |

60 ECTS

3º curso

| 1º semestre | 30 ECTS |
|---|---------|
| Creatividad publicitaria | 6 |
| Planificación de medios | 6 |
| Dirección de cuentas / Formación de portavoces y relaciones institucionales (opt) | 6 |
| Redes sociales y gestión de contenidos/ Historia de la Publicidad y las Relaciones Públicas (opt) | 6 |
| Desarrollo del espíritu participativo y solidario | 6 |

| 2º semestre | 30 ECTS |
|--|---------|
| Diseño web / Planificación estratégica: Account Planning (opt) | 6 |
| Taller de diseño de eventos | 6 |
| Evaluación de capacidades en la empresa | 18 |

60 ECTS

4º curso

| 1º semestre | 36 ECTS |
|--|---------|
| Branded Content y narrativa transmedia / Dirección de comunicación (opt) | 6 |
| Dirección de arte / Laboratorio de medios (opt) | 6 |
| Producción de formatos publicitarios / Análisis de datos aplicados a la Publicidad y las Relaciones Públicas (opt) | 6 |
| Marketing móvil | 6 |
| Métodos de investigación en comunicación | 6 |
| Desarrollo de Competencias profesionales III | 6 |

| 2º semestre | 24 ECTS |
|---|---------|
| Campañas integradas en Publicidad y Relaciones Públicas | 6 |
| Lenguas Modernas | 6 |

60 ECTS

Trabajo Fin de Grado

12

Total ECTS

240

Asignaturas impartidas en inglés o español.