

OFERTA EDUCATIVA

Información de los Grados en :

- **Administración y Dirección de Empresas** [\(PULSE\)](#)
 - **Derecho** [\(PULSE\)](#)
 - **Publicidad y Relaciones Públicas** [\(PULSE\)](#)
- **Relaciones Laborales y Recursos Humanos** [\(PULSE\)](#)
 - **Turismo** [\(PULSE\)](#)



**Facultad de Ciencias Sociales,
Jurídicas y de la Comunicación**

Campus de Segovia

Universidad de Valladolid

ORGANIZACIÓN TEMPORAL DEL GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

CURSO 1

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
FB	Matemáticas I	6	FB	Matemáticas II	6
FB	Introducción al Derecho	6	FB	Introducción a la Economía de la Empresa	6
FB	Sociología	6	FB	Estadística I	6
FB	Historia Económica Mundial	6	FB	Fundamentos de Contabilidad	6
FB	Introducción a la Economía	6	FB	Economía Mundial	6
FB	TOTAL	30	FB	TOTAL	30

CURSO 2

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OB	Microeconomía I	6	OB	Microeconomía II	6
OB	Estadística II	6	OB	Economía Española	6
OB	Fundamentos de Marketing	6	OB	Fundamentos de Economía Financiera	6
OB	Contabilidad Financiera I	4'5	OB	Contabilidad Financiera II	4'5
OB	Régimen Fiscal de la Empresa I	4'5	OB	Régimen Fiscal de la Empresa II	4'5
OB	Derecho Mercantil I	3	OB	Derecho Mercantil II	3
OB	TOTAL	30	OB	TOTAL	30

CURSO 3

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OB	Macroeconomía	6	OB	Política Económica	6
OB	Análisis de Estados Contables	6	OB	Contabilidad de Gestión	6
OB	Dirección de Recursos Humanos	6	OB	Dirección de Operaciones	6
OB	Dirección Comercial I	4'5	OB	Dirección Comercial II	4'5
OB	Dirección Financiera I	4'5	OB	Dirección Financiera I	4'5
OB	Econometría I	3	OB	Econometría II	3
OB	TOTAL	30	OB	TOTAL	30

CURSO 4 (*)

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OB	Dirección estratégica	6	OP	Prácticas Externas voluntarias u Optativas a elegir	6
OP	Optativas a elegir	18	OP	Actividades Universitarias u Optativas a elegir	6
OP	Prácticas Externas voluntarias u Optativas a elegir	6	OB	Prácticas Externas Obligatorias	6
			OP	Optativa a elegir	6
			OB	Trabajo Fin de Grado	6
MX	TOTAL	30	MX	TOTAL	30

Nota: FB (formación básica), OB (obligatorias), OP (optativas), MX (mixta)

(*) Los alumnos que no realicen Prácticas Externas Voluntarias por una carga equivalente de hasta 12 créditos ECTS, deberán cursar las asignaturas optativas adicionales que corresponda. A estos mismos alumnos, por conocimiento de idiomas de interés formativo para este Grado y conforme a la normativa que se establezca, podrá reconocérseles hasta un máximo de 6 ECTS. Los

alumnos que no realicen Actividades Universitarias reconocidas por una carga equivalente de hasta 6 créditos ECTS, cursarán asignaturas optativas en la misma medida.

POSIBLES ITINERARIOS PROFESIONALES FORMATIVOS QUE PODRÍAN SEGUIR LOS ESTUDIANTES.

Las asignaturas optativas que se ofrecen en el Plan de Estudios del Grado en Administración y Dirección de Empresas que se impartirá en la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de Segovia ascienden a un total de veintiuna, agrupadas en tres posibles itinerarios, que confieren a los alumnos un perfil formativo determinado, en su caso debidamente reconocido si se cursan, como mínimo, cinco asignaturas de las correspondientes a un itinerario concreto; no obstante, el alumno tiene plena libertad de elección.

En la oferta total de optatividad del Grado, hay un conjunto de asignaturas pertenecientes a otros títulos de Grado que se impartirán en la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación. Dos de ellas son asignaturas optativas del Grado de Relaciones Laborales y Recursos Humanos (RLRH). Cuando en la oferta de optatividad la asignatura pertenece a este Grado, así se hace constar. La agrupación de las asignaturas optativas por itinerarios formativos viene dada por la posibilidad de permitir la adquisición de ciertas capacidades y/o habilidades diferenciales. Si un alumno se decanta por cursar cinco de las asignaturas correspondientes a un itinerario, esto debe aportar un cierto valor añadido a su formación.

Itinerario I: Banca, Finanzas y Contabilidad

Objetivo: Profundizar en la gestión empresarial es el objetivo fundamental del primer itinerario que se propone y que permite el estudio pormenorizado de la banca, finanzas y contabilidad de la empresa, y se adecúa a las características y demandas de nuestro entorno, en el que el sector servicios tiene un peso específico extraordinario y más concretamente, los servicios financieros (bancos, cajas, cooperativas de crédito, compañías de seguros y otros establecimientos financieros).

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá escoger al menos 5 asignaturas optativas entre las siguientes:

- 1.- Auditoría
- 2.- Consolidación de Estados Contables
- 3.- Inversiones Financieras
- 4.- Economía de la Incertidumbre
- 5.- Mercados e Instituciones Financieras
- 6.- Derecho de Sociedades
- 7.- Matemáticas de las Operaciones Financieras

Itinerario II: Comercialización

Objetivo: cada vez es mayor la demanda de titulados que, además de un conocimiento en profundidad de la empresa, muestren capacidades y habilidades en aspectos específicos del marketing y la investigación de mercados, razón por la cual se ofrecen siete asignaturas optativas que conforman el itinerario en Comercialización.

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá escoger al menos 5 asignaturas optativas entre las siguientes:

- 8.- Marketing Electrónico
- 9.- Dirección y Técnicas de Ventas
- 10.- Marketing Directo y Relacional
- 11.- Derecho de los Consumidores y Usuarios (Optativa en el Grado de Relaciones Laborales y Recursos Humanos)
- 12.- Logística y Comunicación Comercial
- 13.- Calidad de los Servicios
- 14.- Sociología del Consumo

Itinerario III: Entorno Socioeconómico de la Empresa

Objetivo: La experiencia permite avanzar que nuestros egresados y egresadas serán empleados tanto en el ámbito público como privado. Al final de la formación, el alumno debe decidir o empezar a cuestionarse cómo y dónde quiere desarrollar su vida laboral y una formación específica en asignaturas con menor vocación empresarial debe ser también una posibilidad. se contempla la posibilidad de que los alumnos que cursen este Grado en Administración y Dirección de Empresas, sigan este itinerario.

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá escoger al menos 5 asignaturas optativas entre las siguientes:

- 15.- Economía Industrial
- 16.- Economía Laboral
- 17.- Análisis Multivariante de Datos Económicos
- 18.- Historia Económica de la Empresa
- 19.- Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social
- 20.- Políticas Económicas de la Unión Europea
- 21.- Responsabilidad Social Corporativa (Optativa en el Grado de Relaciones Laborales y Recursos Humanos)

ORGANIZACIÓN TEMPORAL DEL GRADO EN DERECHO

CURSO 1

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
FB	Derecho Romano (anual)	4,5	FB	Derecho Romano (anual)	3
FB	Historia del Derecho (anual)	3	FB	Historia del Derecho (anual)	4,5
FB	Teoría del Derecho (anual)	4,5	FB	Teoría del Derecho (anual)	3
FB	Derecho Civil I: Introducción y Derecho de la Persona (anual)	3	FB	Derecho Civil I: Introducción y Derecho de la Persona (anual)	4,5
FB	Economía política	6	OB	Derecho Eclesiástico del Estado	6
FB	Derecho Constitucional I: Estado Constitucional y Sistema de Fuentes (anual)	4,5	FB	Derecho Constitucional I: Estado Constitucional y Sistema de Fuentes (anual)	4,5
FB	Derecho Penal I: Parte General (anual)	4,5	FB	Derecho Penal I: Parte General (anual)	4,5
	TOTAL	30		TOTAL	30

CURSO 2

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OB	Derecho Civil II: Obligaciones y Contratos (anual)	4,5	OB	Derecho Civil II: Obligaciones y Contratos (anual)	4,5
OB	Derecho Constitucional II: Organización del Estado y Sistema de Libertades (anual)	4,5	OB	Derecho Constitucional II: Organización del Estado y Sistema de Libertades (anual)	3
OB	Derecho Penal II: Parte Especial (anual)	3	OB	Derecho Penal II: Parte Especial (anual)	4,5
OB	Derecho Administrativo I: Régimen General Organizativo y Sustantivo (anual)	6	OB	Derecho Administrativo I: Régimen General Organizativo y Sustantivo (anual)	3
OB	Derecho Internacional Público (anual)	6	OB	Derecho Internacional Público (anual)	3
FB	Hacienda Pública	6		Derecho Comunitario	6
				Introducción al Derecho Procesal	6
	TOTAL	30		TOTAL	30

CURSO 3

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OB	Derecho Administrativo II: Régimen General del Control y de las Modalidades de Acción Administrativa (anual)	4,5	OB	Derecho Administrativo II: Régimen General del Control y de las Modalidades de Acción Administrativa (anual)	3
OB	Derecho Financiero y Tributario I: Parte General (anual)	3	OB	Derecho Financiero y Tributario I: Parte General (anual)	4,5
OB	Derecho del Trabajo y Seguridad Social (anual)	4,5	OB	Derecho del Trabajo y Seguridad Social (anual)	4,5
OB	Derecho Civil III: Derechos Reales (anual)	6	OB	Derecho Civil III: Derechos Reales (anual)	3
OB	Derecho Mercantil I: Empresario, Competencia y Sociedades (anual)	6	OB	Derecho Mercantil I: Empresario, Competencia y Sociedades (anual)	3
OP	Optativa 1	6	OB	Derecho Procesal Civil	6
			OP	Optativa 2	6
OB	TOTAL	30	OB	TOTAL	30

CURSO 4

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OB	Derecho Internacional Privado (anual)	4,5	OB	Derecho Internacional Privado (anual)	4,5
OB	Derecho Mercantil II: Contratos Mercantiles, Valores y Crisis Empresarial (anual)	3	OB	Derecho Mercantil II: Contratos Mercantiles, Valores y Crisis Empresarial (anual)	4,5
OB	Derecho Civil IV: Derecho de la Familia y Sucesiones	6	OB	Practicum	6
OB	Derecho Financiero y Tributario II: Sistema Tributario Español	6	OB	Trabajo fin de grado	6
OB	Derecho Procesal Penal	4,5	OB	Filosofía del Derecho	3
OP	Optativa 3	6	OP	Optativa 4	6
	TOTAL	30		TOTAL	30

Nota: FB (formación básica), OB (obligatorias), OP (optativas)

POSIBLES ITINERARIOS PROFESIONALES FORMATIVOS QUE PODRÍAN SEGUIR LOS ESTUDIANTES.

Itinerario I: Derecho Público

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá escoger al menos 3 asignaturas optativas entre las siguientes:

Derecho Penitenciario y Derecho Penal de menores
Tutela Jurisdiccional de los Derechos Fundamentales
Procesos Civiles Especiales y Arbitraje
Derecho Público de Castilla y León
Derecho Medioambiental
Derecho Penal Internacional

Itinerario II: Derecho Económico y de la Empresa

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá escoger al menos 3 asignaturas optativas entre las siguientes:

Derecho Público Económico
Responsabilidad Civil y Derecho de Daños
Derecho de la Competencia, Propiedad Industrial y Publicidad
Derecho de los Consumidores y Usuarios
Derecho Concursal
Sistema Español de la Seguridad Social

ASIGNATURAS OPTATIVAS CON SU TEMPORALIZACIÓN

Tercer Curso.

Primer semestre

- Derecho Público económico
- Derecho Penitenciario y Derecho Penal de Menores
- Tutela jurisdiccional de los derechos fundamentales

Segundo semestre

- Responsabilidad Civil y Derecho de Daños
- Derecho de la Competencia, Propiedad Industrial y Publicidad
- Procesos Civiles Especiales y Arbitraje

Cuarto Curso.

Primer semestre

- Derecho Concursal
- Derecho de los Consumidores y Usuarios
- Derecho Público de Castilla y León

Segundo semestre

- Sistema Español de la Seguridad Social
- Derecho Medioambiental
- Derecho Penal Internacional

ORGANIZACIÓN TEMPORAL DEL GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 1

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
FB	Historia Universal Contemporánea	6	FB	Comunicación, Educación y Sociedad en el contexto digital	6
FB	Teorías de la comunicación y de la información	6	FB	Principios de Economía	6
FB	Teoría del Lenguaje	6	FB	Arte y Publicidad	6
OB	Teoría e Historia de la Publicidad (ANUAL)	6	OB	Teoría e Historia de la Publicidad (ANUAL)	6
OB	Sistemas de información y comunicación	6	FB	Fundamentos de Marketing	6
	TOTAL	30		TOTAL	30

CURSO 2

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
FB	Estructura social contemporánea	6	OB	Lenguaje Publicitario	6
OB	Teoría de la Imagen	4	OB	Métodos y Técnicas de Investigación Social	4
FB	Psicología de la Comunicación	6	FB	Derecho de la Publicidad	6
OB	Estructuras del Sistema Publicitario	4	OB	Los Anunciantes: Dirección y Gestión de la Comunicación Publicitaria	4
OB	Introducción a las Tecnologías de la Comunicación	4	OB	Gestión de la Comunicación Corporativa e Institucional	4
OB	Cultura e Identidad Corporativa	4	OB	Sociología de la Publicidad y del Consumo	4
OB	Fundamentos de las Relaciones Públicas	4			
	TOTAL	32		TOTAL	28

CURSO 3

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OB	Las Agencias de Publicidad: Dirección y Gestión	4	OB	Dirección Estratégica de Relaciones Públicas	4
OB	Psicología de la Publicidad	6	OB	Ideas, Métodos y Estrategias Creativas: el Plan o Proyecto Creativo	6
OB	Planificación Estratégica de la Publicidad	4	OB	Ética y Deontología de la Comunicación y de los Consumidores	4
OB	Los Medios Publicitarios: Investigación, planificación y gestión	6	OB	Públicos y Usuarios de la Comunicación Publicitaria	4
OB	Gestión de Marca	4	OP	Optativas a elegir (Materias 1 y 2)	6
AC	Actividad Complementaria	6			
OP	Optativas a elegir (Materias 1 y 2)	6			
	TOTAL	36		TOTAL	24

CURSO 4

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OB	Procesos de Creación del Mensaje Publicitario	6	OB	Producción y Realización Publicitarias	6
OB	Investigación de la Eficacia Publicitaria	4	OB	Teoría Crítica de la Cultura	4
OB	Responsabilidad Social Corporativa e Institucional	4	OP	Optativas a elegir (Materias 2, 3 y 4)	12
OP	Optativas a elegir (Materias 2, 3 y 4)	12	TF	Trabajo fin de grado	6
PE	Prácticas Externas	6			
	TOTAL	32		TOTAL	28

Nota: FB (formación básica), OB (obligatorias), OP (optativas), AC (actividad complementaria); TF (trabajo fin de grado)

POSIBLES ITINERARIOS PROFESIONALES FORMATIVOS QUE PODRÍAN SEGUIR LOS ESTUDIANTES.

Los itinerarios que se proponen no constituyen una oferta cerrada y determinista para todos los alumnos, ya que queda abierta la posibilidad de que cada alumno diseñe su propio "itinerario", en función de sus intereses académicos y profesionales. No obstante se proponen unos itinerarios que sirvan al alumno de modelos curriculares en función de los 42 créditos que cursen de asignaturas optativas

Itinerario 1: Creatividad y gestión de la creatividad de la Comunicación Publicitaria y de las Relaciones Públicas.

Objetivo: Iniciar al alumnado en el ámbito de la creatividad de la publicidad y de las relaciones públicas como uno de los grandes ejes y cometidos identificadores y diferenciadores de la profesión. Se trata de que el alumnado adquiera las principales rutinas y protocolos del proceso creativo y de la conformación de los mensajes publicitarios en los distintos medios y soportes. Será de suma interés iniciar al alumnado en el concepto y compromiso de la "creatividad responsable".

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá escoger al menos 12 asignaturas optativas entre las siguientes:

- OP.1.M1: Documentación y fuentes publicitarias.
- OP.3.M1: Modelos de análisis del mensaje publicitario.
- OP.11.M3: Narrativa Publicitaria
- OP.12.M3: Retórica de la Publicidad.
- OP.13.M3: Dirección de Arte.
- OP.14.M3: Redacción Publicitaria.
- OP.15.M3: Técnicas de expresión oral: presentación de campañas.
- OP.16.M3: Historia del Cartel.
- OP.17.M3: Música y Publicidad.
- OP.18.M3: Creatividad on line.
- OP.19.M3: Laboratorio de fotografía publicitaria.
- OP.20.M3: Laboratorio de diseño gráfico.
- OP.21.M3: Laboratorio multimedia.
- OP.22.M3: Laboratorio audiovisual digital.
- OP.24.M4: Nuevas manifestaciones artísticas.
- OP.28.M4: Publicidad e igualdad
- OP.32.M5: Innovación en las RR.PP.
- OP.34.M6: Programas de Identidad visual corporativa.

Itinerario 2. Gestión de las Relaciones Públicas en Empresas e Instituciones.

Objetivo: Las relaciones públicas adquieren un rango de auténtica transversalidad y sinergia en la gestión de la comunicación tanto comercial como institucional. Se pretende potenciar el componente estratégico de las relaciones públicas, insistiendo en la logística, la planificación y la gestión de las actividades de comunicación, etc.

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá escoger 12 asignaturas entre las siguientes:

- OP.1.M1: Documentación y fuentes publicitarias.
- OP.2.M1: Opinión pública
- OP.5.M2: Gestión comercial de las empresas multimedia.
- OP.7.M2: Marketing estratégico
- OP.8.M2: Estadística aplicada a la publicidad
- OP.10.M2: Patrocinio y mecenazgo
- OP.25.M4: Redes sociales de comunicación
- OP.30.M5: Comunicación interna
- OP.31.M5: RR.PP. institucionales.

OP.33.M6: Marketing relacional.
OP.35.M6: Comunicación de crisis
OP.36.M6: Políticas de comunicación en el contexto europeo

Itinerario 3: Planificación estratégica de la Comunicación Publicitaria.

Objetivo: Dado el sentido transversal, sinérgico, holístico, complejo y sistémico con que venimos entendiendo a la comunicación en general y a la publicidad en particular, se trata de potenciar el rol estratégico de la gestión comunicativa. Se trata de potenciar la figura del Planner como auténtico gestor, coordinador y planificador tanto interno como externo, pivotando sobre esta t todos los sujetos y responsabilidades que intervienen en la comunicación.

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá escoger al menos 12 asignaturas optativas entre las siguientes:

OP.1.M1: Documentación y fuentes publicitarias.
OP.2.M1: Opinión pública
OP.4.M1: Industrias Culturales
OP.5.M2: Gestión comercial de las empresas multimedia.
OP.6.M2: Marketing directo y promocional
OP.7.M2: Marketing estratégico
OP.8.M2: Estadística aplicada a la publicidad
OP.10.M2: Patrocinio y mecenazgo
OP.23.M4: Publicidad política y propaganda
OP.25.M4: Redes sociales de comunicación
OP.26.M4: Laboratorio de estudios de recepción
OP32.M5: Innovación en las RR.PP.
OP34.M6: Programas de Identidad visual corporativa.
OP.36.M6: Políticas de comunicación en el contexto europeo

Itinerario 4: Investigación de la Comunicación Publicitaria y de las Relaciones Públicas.

Objetivo: Es de sumo interés que el Plan de Estudios del Grado de Publicidad y de Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid (Campus de Segovia) se muestre sumamente sensible y con un apoyo decidido a la investigación en el ámbito y con la deriva profesionales. Se trata de que la investigación no se cumpla solamente en el ámbito académico y del desarrollo de los cursos de posgrado tanto máster como doctorados. Se pretende desarrollar un itinerario investigador en el Grado y con una finalidad profesional. Se potenciarán experiencias, programas de innovación, experiencias de investigación, con todos los agentes de la comunicación: agencias, anunciantes, medios, públicos...etc.

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá escoger al menos 12 asignaturas optativas entre las siguientes:

OP.1.M1: Documentación y fuentes publicitarias.
OP.2.M1: Opinión pública
OP.3.M1: Modelos de análisis del mensaje publicitario.
OP.4.M1: Industrias Culturales
OP.5.M2: Gestión comercial de las empresas multimedia.
OP.7.M2: Marketing estratégico
OP.8.M2: Estadística aplicada a la publicidad
OP.9.M2: Publicidad interactiva
OP.11.M3: Narrativa Publicitaria
OP.12.M3: Retórica de la publicidad
OP.16.M3: Historia del cartel
OP.21.M3: Laboratorio multimedia
OP.23.M4: Publicidad política y propaganda
OP.25.M4: Redes sociales de comunicación
OP.26.M4: Laboratorio de estudios de recepción
OP.27.M4: Comunicación y derechos fundamentales
OP.28.M4: Publicidad e igualdad
OP.35.M6: Comunicación de crisis

OP.36.M6: Políticas de comunicación en el contexto europeo

Itinerario 5: Dirección y consultoría de la comunicación corporativa e institucional

Objetivo: Se trata de potenciar un itinerario que potencie la compleja y cada día más relevante gestión de los intangibles en las empresas e instituciones. Estamos muy atentos a la implantación, gestión y expansión de los programas de Responsabilidad Social Corporativa, Empresarial o, incluso, Universitaria...

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá escoger al menos 12 asignaturas optativas entre las siguientes:

OP.1.M1: Documentación y fuentes publicitarias.
OP.2.M1: Opinión pública.
OP.4.M1: Industrias Culturales.
OP.5.M2: Gestión comercial de las empresas multimedia.
OP.7.M2: Marketing estratégico
OP.8.M2: Estadística aplicada a la publicidad
OP.10.M2: Patrocinio y Mecenazgo
OP.15.M3: Técnicas de Expresión Oral: presentación de campañas.
OP.23.M4: Publicidad política y propaganda
OP.25.M4: Redes sociales de comunicación
OP.27.M4: Comunicación y derechos fundamentales
OP.29.M5: Protocolo y organización de eventos
OP.30.M5: Comunicación interna
OP.33.M6: Marketing Relacional
OP.34.M6: Programas de Identidad Visual corporativa
OP.35.M6: Comunicación de crisis
OP.36.M6: Políticas de comunicación en el contexto europeo

Itinerario 6: Producción de contenidos en comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas.

Objetivo: Aunque el Grado propuesto está centrado en la ideación, estrategia, gestión y coordinación de la comunicación empresarial e institucional, diferenciándose muy bien de otros títulos de grado más tecnológicos o mediáticos, parece de interés que el alumnado que egrese de este título tenga un conocimiento adecuado y específico de la realización y producción de las plataformas y proyectos creativos elaborados. Aunque el modelo explotación de la creatividad en la producción y realización es de gestión externa, no obstante volveríamos a retomar aunque muy críticamente la tradicional figura del "producer" de agencia.

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá escoger al menos 12 asignaturas optativas entre las siguientes:

OP.1.M1: Documentación y fuentes publicitarias.
OP.5.M2: Gestión comercial de las empresas multimedia.
OP.9.M2: Publicidad interactiva
OP.11.M3: Narrativa Publicitaria
OP.17.M3: Música y Publicidad.
OP.18.M3: Creatividad on line.
OP.19.M3: Laboratorio de fotografía publicitaria.
OP.20.M3: Laboratorio de diseño gráfico.
OP.21.M3: Laboratorio multimedia.
OP.22.M3: Laboratorio audiovisual digital.
OP.24.M4: Nuevas manifestaciones artísticas.
OP.25.M4: Redes sociales de comunicación.
OP.26.M4: Laboratorio de estudios de recepción.
OP.34.M6: Programas de Identidad visual corporativa.
OP.36.M6: Políticas de comunicación en el contexto europeo.

ORGANIZACIÓN TEMPORAL DEL GRADO EN RELACIONES LABORALES Y RECURSOS HUMANOS

CURSO 1

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
FB	Introducción al Derecho Civil	6	FB	Elementos de Derecho Público	6
FB	Introducción a la Economía	6	FB	Introducción al Derecho de la Empresa	6
FB	Historia Social y Política Contemporánea	6	OB	Derecho del Trabajo I	6
OB	Estadística Aplicada a las Ciencias Sociales	6	OB	Contabilidad	6
FB	Introducción a la Economía de la Empresa	6	FB	Sociología del Trabajo	6
	TOTAL	30		TOTAL	30

CURSO 2

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
FB	Organización del Trabajo en la Empresa	6	OB	Psicología del Trabajo	6
OB	Derecho del Trabajo II	6	OB	Derecho de la Seguridad Social	6
FB	Psicología Social	6	OB	Prevención de Riesgos Laborales I	6
FB	Sociología de las Organizaciones y Relaciones Industriales	6	OB	Teoría de las Relaciones Laborales	6
OB	Economía del Trabajo	6	OB	Políticas Públicas Sociolaborales	6
OB	TOTAL	30	OB	TOTAL	30

CURSO 3

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OB	Derecho Procesal Laboral	6	OB	Dirección de Recursos Humanos II	6
OB	Dirección de Recursos Humanos I	6	OB	Prácticas Integradas O. E. y Dº Laboral	6
OB	Dirección Estratégica	6	OB	Sistemas de las Relaciones Laborales	6
OB	Prevención de Riesgos Laborales II	6	OB	Marco Normativo de la Protección Social	6
OB	Derecho Sindical	6	OB	Optativa a elegir	6
OB	TOTAL	30	OB	TOTAL	30

CURSO 4

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OP	Optativas a elegir	30	OB	Optativas a elegir (*)	12
			OB	Prácticas Externas	12
			OB	Trabajo fin de grado	6
	TOTAL	30		TOTAL	30

Nota: FB (formación básica), OB (obligatorias), OP (optativas)

(*) Hasta 6 créditos pueden ser reconocidos por "otras actividades".

POSIBLES ITINERARIOS PROFESIONALES FORMATIVOS QUE PODRÍAN SEGUIR LOS ESTUDIANTES.

Itinerario I: Ciencias Jurídicas

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá escoger al menos 36 créditos de asignaturas optativas entre las siguientes:

- 1.- Prácticas de la Seguridad Social
- 2.- Prácticas del Derecho Procesal del Trabajo
- 3.- Derechos Sociolaborales de los Extranjeros en España
- 4.- Los Derechos Fundamentales en el ámbito laboral
- 5.- Psicología y Salud Laboral
- 6.- Derecho de Sociedades
- 7.- Derecho de la Función Pública
- 8.- Régimen Jurídico del Autoempleo
- 9.- Derecho de Contratos y Protección de Consumidores
- 10.- Derecho Concursal
- 11.- Derecho de las Organizaciones No Lucrativas
- 12.- Derecho Patrimonial Privado

Itinerario II: Economía y Empresa

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá escoger al menos 36 créditos de asignaturas optativas entre las siguientes:

- 13.- Prácticas de Creación de Empresas
- 14.- Responsabilidad Social de la Empresa
- 15.- Técnicas para el Análisis de Datos en las Ciencias Sociales
- 16.- Régimen Fiscal del la Empresa
- 17.- Mercado de Trabajo en España
- 18.- Análisis de los Estados Contables
- 19.- Contabilidad Financiera Avanzada

ORGANIZACIÓN TEMPORAL DEL GRADO EN TURISMO

CURSO 1

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
FB	Historia del turismo	6	FB	Economía aplicada al turismo	6
FB	Principios jurídicos básicos del turismo	6	FB	Estadística aplicada al turismo	6
FB	Sociología del turismo	6	FB	Administración de empresas y gestión de personal	6
FB	Geografía turística de España	6	FB	Fundamentos de contabilidad y análisis de los estados financieros de la empresa turística	6
FB	Recursos culturales turísticos	6	FB	Primera lengua extranjera: Inglés I	6
FB	TOTAL	30	FB	TOTAL	30

CURSO 2

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OB	Dirección y gestión de operaciones en empresas turísticas	6	OB	Inversión y financiación de empresas turísticas	6
OB	Fundamentos de marketing turístico	6	OB	Contratación en el sector turístico	6
OB	Estructura económica de los mercados turísticos	6	OB	Dirección de empresas turísticas y gestión de la calidad	6
OB	Recursos territoriales turísticos	6	OB	Primera lengua extranjera: Inglés III	6
OB	Primera lengua extranjera: Inglés II	6	OB	Segunda lengua extranjera I (francés o alemán)	6
OB	TOTAL	30	OB	TOTAL	30

CURSO 3

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OB	Política económica turística	6	OB	Plan de marketing de destinos turísticos	6
OB	Ordenación del espacio turístico	6	OB	Distribución y comercialización de productos turísticos	6
OB	Planificación y gestión del patrimonio cultural	6	OB	Itinerarios turísticos e información turística	6
OB	Primera lengua extranjera: Inglés IV	6	OB	Marketing electrónico	6
OB	Segunda lengua extranjera II (francés o alemán)	6	OB	Segunda lengua extranjera III (francés o alemán)	6
OB	TOTAL	30	OB	TOTAL	30

CURSO 4

	SEMESTRE 1	ECTS		SEMESTRE 2	ECTS
OP	Optativas a elegir	30	OB	Libre configuración	6
			OB	Prácticas	18
			OB	Trabajo fin de grado	6
	TOTAL	30		TOTAL	30

Nota: FB (formación básica), OB (obligatorias), OP (optativas)

POSIBLES ITINERARIOS PROFESIONALES FORMATIVOS QUE PODRÍAN SEGUIR LOS ESTUDIANTES.

Las asignaturas Optativas ofertadas dan lugar a itinerarios que permiten especializarse a los alumnos dentro de la titulación. En nuestro caso se ha fijado la necesidad de cursar la mayor parte de la optatividad con asignaturas del itinerario. De este modo, cuando se superan tres asignaturas de un itinerario -18 créditos de los 30 totales- se recibe la alusión del itinerario correspondiente. Hay dos posibles itinerarios:

Itinerario 1: Gestión de empresas

Objetivo: Permite a los alumnos que lo cursen especializarse en la gestión específica de las organizaciones turísticas, profundizando en los aspectos diferenciales de la administración de empresas del sector turístico.

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá cursar las asignaturas optativas siguientes:

- Informática para la gestión empresarial.
- Gestión de empresas hoteleras
- Derecho de los consumidores
- Contabilidad de costes para empresas turísticas

Itinerario 2: Destinos turísticos

Objetivo: Permite a los alumnos que lo cursen especializarse en la gestión y planificación específica de los destinos turísticos así como su desarrollo potencial.

Para cumplimentar este itinerario el alumno deberá cursar las asignaturas optativas siguientes:

- Investigación de mercados
- Sostenibilidad y accesibilidad
- Turismo en entornos rurales y naturales
- Organización, gestión y protocolo de eventos y congresos

Adicionalmente, existen dos asignaturas optativas basadas en los idiomas que permiten complementar la formación de ambos itinerarios a través de las competencias específicas derivadas del dominio de dichos idiomas, motivo que nos ha llevado a considerarlas como asignaturas fuera de los itinerarios, pero importantes para ambos.

- Primera lengua extranjera: inglés aplicado
- Segunda lengua extranjera IV (elegir entre francés y alemán, según el idioma elegido a lo largo de la carrera)