

**EVALUACIÓN PARA DETERMINAR LA CORRESPONDENCIA DE LOS TÍTULOS OFICIALES DE ARQUITECTURA, INGENIERÍA, LICENCIATURA, ARQUITECTURA TÉCNICA, INGENIERÍA TÉCNICA Y DIPLOMATURA A LOS NIVELES DEL MARCO ESPAÑOL DE CUALIFICACIONES PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR.**

<b>Denominación del Título objeto de la correspondencia</b>	<b>Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas</b>
<b>Legislación Reguladora</b>	<b>Real Decreto 1386/1991</b>

En la fecha que se indica, la Presidencia de la Comisión de Rama de Ciencias Sociales y Jurídicas, elevó al Coordinador de Evaluación de Enseñanzas e Instituciones de ANECA la siguiente propuesta de informe de evaluación para determinar la correspondencia al nivel del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES) del título arriba mencionado; en la misma fecha, el Coordinador de Evaluación de Enseñanzas e Instituciones de ANECA, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 21.1 del Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre, aprueba la propuesta de informe elaborada por la Comisión de Rama de Ciencias Sociales y Jurídicas y ordena el envío de este informe a la Dirección General de Política Universitaria.

**1. Objeto del informe**

La finalidad de este informe es estudiar y evaluar la correspondencia del título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas con los niveles del MECES establecidos en el artículo 4 del Real Decreto 1027/2011.

Este informe se ha elaborado a partir del trabajo realizado por una subcomisión designada por ANECA, compuesta por cuatro miembros: Marcial Murciano Martínez, que desempeña la función de Presidente de la subcomisión; Aurelio Martín González, Vicepresidente de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE); Carlos Rubio, Director general de la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP); y Juan Antonio García Galindo, Presidente de la Asociación Española de Universidades con Titulación en Información y Comunicación (ATIC).

A continuación se detallan los CV abreviados de los integrantes de esta subcomisión:

**Marcial Murciano Martínez** es catedrático de Periodismo en la Universidad Autónoma de Barcelona, donde actualmente dirige el Observatorio Iberoamericano de la Comunicación. Ha sido decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y coordinador del Libro Blanco de Títulos de Grado en Comunicación elaborado por ANECA. Cuenta con tres sexenios de Investigación y cinco quinquenios docentes. Especialista en políticas de comunicación y comunicación internacional, en las dos últimas décadas ha dirigido varias redes académicas y grupos nacionales e internacionales de investigación orientados al estudio de las nuevas tecnologías de la comunicación en el contexto de la sociedad de la información.

**Aurelio Martín González** es vicepresidente de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), donde coordina los temas de formación y tecnologías digitales. Ha codirigido el Máster de Periodismo Digital Universidad de Alcalá/IPECC y colabora en el Máster de Televisión de Servicio Público de la UNED.

Colabora en medios nacionales, como El País y la Agencia EFE; es comentarista en tertulias e informativos de Radio Televisión Castilla y León CYL7 y articulista de opinión para el grupo de periódicos de Promecal. Durante más de tres décadas ha pertenecido a la plantilla de El Adelantado de Segovia, periódico decano de esta provincia, donde ha ejercido la subdirección de Información y la dirección de Desarrollo para nuevos proyectos.

**Carlos Rubio de Miguel**, licenciado en Derecho y diplomado en Marketing y Publicidad, es Director General de la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP), y Gerente del festival El Sol - El Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria. Forma parte del comité de directores nacionales de la Asociación Europea de Agencias de Comunicación Publicitaria (EACA), así como de la Junta Directiva y del Comité Ejecutivo de Autocontrol, la asociación para la autorregulación de la comunicación publicitaria de España.

**Juan Antonio García Galindo** es catedrático de Periodismo en la Universidad de Málaga, de la que es Decano de la Facultad de Comunicación. Es miembro fundador y Presidente de la Asociación Española de Universidades con Titulaciones de Información y Comunicación (ATIC); y dirige el Aula María Zambrano de Estudios Transatlánticos de la Universidad de Málaga. Cuenta con tres sexenios de Investigación y cinco quinquenios docentes. Es especialista en teoría e historia del periodismo y de la comunicación, en los últimos años ha dirigido el grupo de investigación Estudios de la Comunicación y de la Sociedad de la Información.

La estructura del informe responde a los aspectos evaluados, recogidos en el cap. III, art. 22 del Real Decreto 967/2014 y, por tanto, se ajusta a los criterios establecidos en dicho Real Decreto para la elaboración de los informes de la ANECA. Se estructura en 4 apartados y 1 anexo:

- 1- El primer apartado corresponde al objeto del informe.
- 2- En el segundo apartado, en varios epígrafes y con la finalidad de contextualizar los antecedentes, se presenta una breve reseña histórica sobre los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas.
- 3- El tercer apartado recoge, en varios epígrafes, el estudio de la correspondencia con el nivel 3 del MECES a partir del análisis de diversos factores:
  - Formación adquirida con estudios de Publicidad y Relaciones Públicas anteriores y posteriores a la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES): correspondencia de contenidos y competencias que dicha formación permite adquirir, duración y carga horaria del período de formación necesario para la correspondencia a nivel académico (MECES).
  - Los efectos académicos: equiparación entre los niveles académicos requeridos para el acceso al título o titulación española de Doctorado, e indicadores externos que aportan directa o indirectamente conclusiones relevantes sobre la correspondencia.
- 4- En el cuarto apartado se establecen las conclusiones.

Finalmente, se aporta un anexo con la relación de normas y documentos consultados.

## **2. Antecedentes: Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas y Grado y Máster en Publicidad y Relaciones Públicas**

### **2.1. Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas**

Los antecedentes de los estudios en Publicidad y Relaciones Públicas en nuestro país se remontan al año 1915, cuando la Cámara Oficial de Comercio, Industria y

Navegación de Barcelona pone en marcha los primeros cursos de venta y publicidad. Sin embargo, dichos estudios no adquieren rango universitario, aunque de forma indirecta, hasta mediados de los años 30, momento en el que la Universidad Comercial de Deusto imparte asignaturas de técnicas publicitarias en el marco de la titulación de Ciencias Económicas. En 1971, por Decreto del Ministerio de Educación y Ciencia, al amparo de la Disposición Transitoria Segunda de la Ley General de Educación de 1970, se crearon las facultades de Ciencias de la Información y de Humanidades que pasarían a impartir las primeras licenciaturas universitarias de Publicidad y Relaciones Públicas (Licenciado en Ciencias de la Información, rama Publicidad). Los títulos de Publicidad y Relaciones Públicas ofrecidos hasta entonces dejaron de impartirse a partir de esta fecha, y las primeras promociones se licenciaron en junio de 1976, tituladas por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, la Facultad de Ciencias de la Información de la Universitat Autònoma de Barcelona y el Estudio General de Navarra.

El título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas se reguló al inicio de los años noventa, cuando fueron aprobadas sus directrices generales en el Real Decreto 1386/1991, de 30 de agosto, por el que se estableció el título universitario oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas y las directrices generales propias de los planes de estudios conducentes a la obtención de aquél. Esta titulación se constituyó y desarrolló siguiendo los criterios de la Ley Orgánica 11/1983, de 25 de agosto, de Reforma Universitaria, y del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, mediante los que se establecieron las directrices generales comunes de los planes de estudios que permitieron superar la rigidez y el encorsetamiento de los títulos precedentes. Por otra parte, dotaron de mayor flexibilidad a los diferentes planes de estudios de la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas que se desarrollaron con posterioridad, al integrar en ellos un número determinado de disciplinas de las Ciencias Sociales y Humanas junto a las disciplinas especializadas en la práctica periodística y la comunicación. Ello permitió establecer itinerarios y especializaciones de segundo ciclo, basados en unos sólidos estudios generalistas de primer ciclo. Además, favoreció la posibilidad de simultanear el título de Publicidad y Relaciones Públicas con otros títulos oficiales.

De acuerdo con el Anexo Primero del Real Decreto 1386/1991, las enseñanzas conducentes a la obtención del título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas debían proporcionar una formación especializada en la creación, diseño y producción de la comunicación publicitaria, así como en las estrategias y aplicaciones de las relaciones públicas.

Los diferentes planes de estudio conducentes a la obtención del título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas se articularon como enseñanzas de primer y segundo ciclo con una duración total de entre cuatro y cinco años, y una duración por ciclo de al menos dos años. El primer ciclo podía tener una duración de dos o tres años académicos, y el segundo ciclo, de dos; el total de la suma de ambos ciclos podía oscilar entre los cuatro y cinco años, siendo esto último lo más habitual.

Los planes de estudios de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas determinaban, en créditos, la carga lectiva global, que en ningún caso podía ser inferior a 300 créditos ni superior al máximo de créditos que permite el Real Decreto 1386/1991, de 30 de agosto, para los estudios de primer y segundo ciclo. En ningún caso el mínimo de créditos de cada ciclo podía ser inferior a 120. Por otra parte, cuando las universidades estructuraron las enseñanzas conducentes a esta

titulación -organizando el segundo ciclo a partir de cualesquiera primer ciclo que tuviera reconocido el acceso directo- las enseñanzas del segundo ciclo se organizaron en dos años.

La titulación de Publicidad y Relaciones Públicas permitía el acceso al segundo ciclo a quienes cursaban el primer ciclo de estos estudios y a quienes cumplían las exigencias de titulación o superación de estudios previos de primer ciclo y complementos de formación requeridos, en su caso, de conformidad con la directriz cuarta. La carga lectiva se determinó en créditos (1crédito = 10h de enseñanza teórica, práctica o de sus equivalencias), y ésta podía oscilar entre 60 y 90 créditos por año académico. Dicha carga lectiva suponía entre veinte y treinta horas semanales, incluidas las enseñanzas prácticas. En ningún caso la carga lectiva de la enseñanza teórica podía superar las quince horas semanales.

De acuerdo con el Real Decreto 1386/1991, en la Tabla 1 se relacionan las materias troncales de obligatoria inclusión en todos los planes de estudio conducentes a la obtención del título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, con una breve descripción de su contenido y los créditos correspondientes.

Tabla 1 Relación de materias troncales de primer y segundo ciclo

Relación de materias troncales	Créditos			Horas lectivas
	Teóricos	Prácticos	Total	
<i>Primer ciclo</i>				
<b>Análisis del Entorno Social y de su Evolución Histórica.</b> Profundización de las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones política, económica y social. Evolución histórica.	7	1	8	80
<b>Comunicación e Información Audiovisual.</b> Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios audiovisuales.	6	6	12	120
<b>Comunicación e Información Escrita.</b> Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios impresos y electrónicos.	6	6	12	120
<b>Documentación Informativa.</b> Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación.	3	3	6	60
<b>Lengua.</b> Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española o de la otra lengua oficial propia de la Comunidad Autónoma donde radique la Universidad, a elección del alumno.	4	4	8	80
<b>Publicidad y Relaciones Públicas.</b> Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a	6	6	12	120

sus estructuras organizativas.				
<b>Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información.</b> Estudios de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.	8	2	<b>10</b>	<b>100</b>
<i>Segundo ciclo</i>				
<b>Creatividad Publicitaria.</b> Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes medios de comunicación.	5	5	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Planificación y Medios Publicitarios.</b> Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación y la difusión publicitaria.	5	5	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Sistemas y Procesos de Publicidad y de las Relaciones Públicas.</b> Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias y de relaciones públicas: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores.	5	5	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas.</b> Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas.	5	5	<b>10</b>	<b>100</b>
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>108</b>	<b>1080</b>

De acuerdo con lo que se ha mencionado anteriormente, los títulos de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas que ofertaron las universidades oscilaron entre los cuatro y los cinco años, ninguno de ellos con una carga lectiva inferior a los 300 créditos. La carga lectiva de las materias troncales se estableció en un mínimo de 108 créditos, equivalentes a 1080 horas de docencia, que fueron distribuidos de la siguiente manera: 68 para el primer ciclo y 40 para el segundo. La carga lectiva más reducida para la troncalidad del segundo ciclo fue un factor determinante que favoreció el desarrollo de itinerarios y especializaciones a través del incremento del número de créditos en asignaturas obligatorias y optativas.

Los planes de estudio de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas se establecieron en torno a un núcleo común de asignaturas troncales para todas las universidades. Las asignaturas estaban divididas entre Troncales (de impartición obligatoria en todo el territorio español); Obligatorias (de cumplimiento por todos los alumnos de una determinada universidad); Optativas (a elegir dentro de una oferta anual por parte de las universidades por curso); Libre elección (de las impartidas en el resto de titulaciones de la universidad). Las enseñanzas de la Licenciatura se completaban con períodos de prácticas opcionales en medios profesionales.

La carga de materias troncales oscilaba entre 123 y 151,5 créditos, mientras que la de las obligatorias entre 79 y 145 (ver Tabla 2).

Tabla 2 Carga lectiva en créditos: troncales, obligatorias, optativas y de libre elección

UNIVERSIDAD	TRONCALES	OBLIGATORIAS	OPTATIVAS	LIBRE ELECCIÓN	TOTAL
Universitat Autònoma de Barcelona	131	145	12-15	32-35	<b>320-326</b>
Universidad Complutense Madrid	123	135	36	33	<b>327</b>
Universidad de Málaga	135	79	60	31	<b>305</b>
Universidade de Vigo	124,5	138	12	30,5	<b>305</b>
Universidad de Sevilla	151,5	109	45	34,5	<b>340</b>
<b>RANGOS</b>	123-151,5	79-145	12-60	30,5-35	<b>305-340</b>

La fidelidad a la troncalidad del título no impidió que los diferentes planes de estudio de las universidades adquirieran un perfil diferente según la comunidad autónoma, el entorno social y universitario, la trayectoria científica de los departamentos y las áreas de conocimiento potenciadas por cada centro. En efecto, la adscripción diversa, sumada al hecho de que las materias troncales eran susceptibles de ser asignadas a diferentes áreas de conocimiento, supuso que cada universidad diera a estos estudios una orientación específica.

## 2.2. El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

El Real Decreto 1497/1987 establecía las directrices generales comunes a todos los planes de estudio universitarios. Entre ellas se incluía la definición de crédito, que luego se modificó por el Art. 2.7 del Real Decreto 1267/1994:

“Crédito. La unidad de valoración de las enseñanzas. Corresponderá a diez horas de enseñanza teórica, práctica o de sus equivalencias.

La obtención de los créditos estará condicionada a los sistemas de verificación de los conocimientos que establezcan las Universidades.

No obstante lo dispuesto en el párrafo anterior, las indicadas enseñanzas equivalentes a las teóricas y prácticas podrán tener una correspondencia distinta de la señalada en dicho párrafo.

En todo caso, cuando la adaptación de determinados planes de estudio a una Directiva comunitaria así lo exija, los créditos asignados, tanto a las enseñanzas prácticas, como a las equivalentes a que se refiere el párrafo primero, tendrán una correspondencia distinta de la indicada en dicho párrafo.

Estas correspondencias deberán preverse en las directrices generales propias de las respectivas enseñanzas, especificándose en los planes de estudio concretos”.

La excepcionalidad prevista en los dos últimos párrafos permitía anticipar la conversión de los créditos que servían de unidad de medida a los créditos ECTS (*European Credit Transfer System*).

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, ordenó las enseñanzas universitarias oficiales, adaptándolas al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y a la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades, modificada posteriormente por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril. Las enseñanzas universitarias adaptadas se estructuraron en tres ciclos, denominados respectivamente Grado, Máster y Doctorado (Real Decreto 1391/2007 cap. II, art. 8). Para computar la carga lectiva de los estudios se implantó el Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS), según el Real Decreto 1125/2003.

El crédito europeo o ECTS es la unidad de medida del haber académico que representa la cantidad de trabajo realizado por el estudiante para cumplir los objetivos del programa de estudios. Se integran en los ECTS las enseñanzas teóricas y prácticas, así como las horas de estudio y de trabajo, según ha quedado definido en el Real Decreto 1125/2003 (art. 3). El número de horas por crédito ECTS se establece entre 25 y 30 (art. 4.5). En dichas horas está incluido el tiempo de clase, el tiempo de estudio autónomo y el tiempo dedicado a las evaluaciones. Por otra parte, la obligación de confeccionar los horarios y de realizar una programación docente del curso académico en la enseñanza presencial, adaptándose a las circunstancias de cada universidad, ha llevado a las universidades a establecer un rango de entre 7,5 y 11 horas de docencia para 1 crédito ECTS.

Estas provisiones quedan recogidas en los siguientes cuerpos legislativos:

- La Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, encomienda al Gobierno, en el marco de sus competencias, la adopción de las medidas necesarias para la plena integración del sistema español en el EEES. En este escenario, el Real Decreto 1044/2003, de 1 de agosto, estableció el procedimiento para la expedición del Suplemento Europeo al Título (SET) como documento que acompaña a los títulos de carácter oficial y con validez en todo el territorio nacional. Cumple con la finalidad de promover la movilidad más amplia posible de los titulados españoles en el EEES y recoge información sobre los estudios cursados, los resultados obtenidos, las competencias y habilidades profesionales adquiridas y el nivel de una titulación en el sistema nacional de educación superior.
- El Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, establece el ECTS y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y con validez en todo el territorio nacional. En la asignación de créditos,

contempla que el número total de ECTS establecido en los planes de estudios para cada curso académico sea de 60. En la asignación de créditos a cada una de las materias que configuren el plan de estudios se computará el número de horas de trabajo requeridas para la adquisición por los estudiantes de los conocimientos, capacidades y destrezas correspondientes, integrando enseñanzas teóricas y prácticas, así como otras actividades académicas dirigidas, con inclusión de las horas de estudio y de trabajo que el estudiante debe realizar para alcanzar los objetivos formativos propios de cada una de las materias del correspondiente plan de estudios.

- La Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, recoge la apuesta por ofrecer una formación de calidad que atienda a los retos y desafíos del conocimiento y dé respuesta a las necesidades de la sociedad, decidida por la armonización de los sistemas educativos superiores en el marco del EEES, y asume la necesidad de una llevar a cabo una profunda reforma en la estructura y organización de las enseñanzas, basada en tres ciclos: Grado, Máster y Doctorado. La superación de estos ciclos permitirá obtener los títulos oficiales correspondientes.
- En este marco normativo de actuación, el Real Decreto 1393/2007 de ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el R. D. 861/2010, de 2 de julio y por el Real Decreto 43/2015, de 2 de febrero (que también modifica el Real Decreto 99/2011, de 28 de enero, por el que se regulan las enseñanzas oficiales de doctorado), establece que los planes de estudio para adaptarse al EEES se estructurarán en tres ciclos. Las titulaciones de Grado en España tendrán con carácter general, un mínimo de 180 créditos ECTS y un máximo de 240 créditos. Para acceder a los programas de Doctorado será requisito tener la titulación universitaria de Grado y la titulación universitaria de Máster y reunir entre las dos titulaciones universitarias un total de 300 créditos (correspondiendo un mínimo de 60 créditos a estudios de Máster).
- Finalmente, los Reales Decretos 1393/2007 y 1027/2011 de 15 de julio, por el que se establece el Marco español de cualificaciones para la Educación superior, fijan las competencias generales para el nivel 3 del MECES, es decir, para los títulos de máster universitario. Estas siete competencias han sido adaptadas por la Comisión MECES de ANECA a la Rama de las Ciencias Sociales y Jurídicas. Además el Real Decreto 1393/2007, Anexo I, apartado 3.3, exige al título de Máster universitario que otorgue a la formación de dicho título cinco competencias básicas generales.

### **2.3. Grado de Publicidad y Relaciones Públicas**

La transformación de la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas en Grado vino avalada por referentes externos como el *Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación* (2004), impulsado por ANECA y elaborado por la Conferencia Española de Decanos y Directores de Títulos de Comunicación. En su desarrollo participaron todas las universidades, públicas y privadas, que impartían estos títulos, con el objetivo explícito de proporcionar una guía consensuada a la hora de diseñar las nuevas titulaciones de grado en el EEES, separadas para Periodismo, Comunicación Audiovisual, y Publicidad y Relaciones Públicas, y con una duración de 240 ECTS cada una.



Aunque se trató de una propuesta no vinculante, el implicar a todas las universidades que impartían los títulos precedentes tuvo como resultado ofrecer a las universidades un modelo final de consenso que recogió todos los aspectos relevantes del grado a implantar. La propuesta de diseño de la titulación de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas fue aprobada por todos los representantes de las universidades que participaron en su elaboración.

Por otra parte, se contaba también con el trabajo realizado por Julia González y Robert Wagenaar (2003), *Tuning Educational Structures in Europe*, que desde una perspectiva europea aportó información sobre los perfiles profesionales, los resultados de aprendizaje y las competencias deseables en términos de competencias genéricas y relativas para las diversas áreas de estudio de la comunicación, incluyendo destrezas, habilidades y contenidos.

Tanto el *Libro Blanco* como el *Tuning Educational Structures in Europe*, sin ser vinculantes como se ha dicho, establecieron un acuerdo académico-profesional que se consensó sobre las competencias a desarrollar desde la formación universitaria en el sector del Publicidad y Relaciones Públicas, para que quedaran reflejadas en el diseño de una formación de grado -y más adelante postgrado- acorde con las necesidades profesionales y que se articulara en torno a las destrezas, habilidades y competencias.

Las enseñanzas universitarias oficiales de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, de acuerdo con el Real Decreto 1125/2003, tienen como finalidad la obtención por parte del estudiante de una formación general en una o varias disciplinas, orientada a la preparación para el ejercicio de actividades de carácter profesional. Los planes de estudio de las enseñanzas de Grado contemplan entre 180 (3+2) y 240 (4+1) créditos ECTS, distribuidos entre 3 y 4 años lectivos, y se estructuran en materias básicas (25%), materias obligatorias (50%) y contenidos optativos (25%).

En las Facultades de Comunicación se optó por estudios de 240 créditos ECTS y por considerar un índice de presencialidad para los títulos de Publicidad y Relaciones Públicas de entre el 30 y 40%, lo que determina que cada crédito ECTS equivale a 7,5 – 10 horas de clase y 15 – 17,5 horas de trabajo personal. El cómputo de créditos contiene toda la formación teórica y práctica que el estudiante debe adquirir: aspectos básicos de la rama de conocimiento, materias obligatorias u optativas, seminarios, prácticas externas, trabajos dirigidos, Trabajo Fin de Grado u otras actividades formativas. Los estudios concluyen con la elaboración y defensa de un Trabajo Fin de Grado, que oscila entre un mínimo de 6 y un máximo de 12 créditos.

En el cuadro (Tabla 3) que se presenta a continuación, se relacionan los módulos de formación básica y obligatoria de inclusión en los planes de estudio con una breve descripción de los créditos y competencias correspondientes.

Tabla 3 Módulos, créditos y competencias para el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas

<b>MODULO</b>	<b>CRÉDITOS Y COMPETENCIAS</b>
<b>Formación Básica</b>	<b>60</b>
Ciencias Sociales	<b>C1.</b> Conocer, comprender y relacionar el estado actual del mundo y de su evolución histórica reciente, así como sus parámetros básicos históricos, políticos, sociales, económicos y culturales.

Lengua	<b>C2.</b> Conocer y usar correctamente las lenguas propias, de manera oral y escrita, como forma de expresión profesional en los diferentes formatos y actividades de la publicidad y las relaciones públicas, utilizando sus recursos lingüísticos, gestuales y literarios específicos.
Comunicación	<b>C3.</b> Conocer, comprender y relacionar las teorías, las estrategias, los procesos y las estructuras básicas de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas
Ética y Deontología	<b>C4.</b> Conocer, comprender y relacionar la ética y deontología profesional de la publicidad y las relaciones públicas, así como su ordenamiento jurídico.
Economía Aplicada a la Empresa	<b>C5.</b> Conocer y comprender las estructuras y técnicas de la empresa y del mercado de la publicidad y las relaciones públicas.
<b>Formación Obligatoria</b>	<b>108-120</b>
Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas	<b>C6.</b> Conocer, comprender y relacionar la historia de la publicidad y de las relaciones públicas.
Creatividad Publicitaria	<b>C7.</b> Conocer, comprender los métodos del pensamiento productivo y de los caminos creativos y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.
Planificación de Medios	<b>C8.</b> Conocer y aplicar las técnicas de análisis, selección de medios y soportes en los procesos de compra y negociación de espacios publicitarios.
Producción del Mensaje Publicitario y de las Relaciones Públicas	<b>C9.</b> Saber crear, producir y difundir, a través de cualquier soporte, publicidad y relaciones públicas por medio de contenidos y lenguajes comprensibles para un público mayoritario.
Gestión de la Publicidad y las Relaciones Públicas.	<b>C10.</b> Saber crear, dirigir y gestionar recursos humanos, presupuestarios, contenidos y medios técnicos en las diversas fases de los procesos de producción, realización y difusión de la publicidad y las relaciones públicas.
Teoría de la Publicidad y de las Relaciones Públicas	<b>C11.</b> Conocer, comprender y relacionar las principales corrientes y teorías sobre la

	publicidad y las relaciones públicas desde un punto de vista conceptual, metodológico, profesional e investigador.
Fundamentos y Estrategias de la Comunicación Publicitaria y las Relaciones Públicas	<b>C12.</b> Conocer y aplicar los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación publicitaria y a las relaciones públicas.
Métodos y Técnicas de Investigación en Publicidad y Relaciones Públicas	<b>C13.</b> Conocer y aplicar las metodologías y técnicas apropiadas para la investigación en publicidad y relaciones públicas.
<b>Formación Optativa</b>	<b>48-60</b>
Dirección de Arte y Diseños Gráficos	<b>C14.</b> Conocer y aplicar los fundamentos de la dirección de arte y de los diseños especializados.
Comunicación Corporativa	<b>C15.</b> Conocer, comprender y relacionar los fundamentos de la personalidad pública, de las empresas y de las instituciones.
Campañas de Comunicación Alternativa	<b>C16.</b> Conocer y aplicar nuevas modalidades de comunicación en publicidad y relaciones públicas
Comunicación Política en Publicidad	<b>C17.</b> Conocer, comprender y relacionar las estructuras básicas de la comunicación política en publicidad y relaciones públicas.
<b>Prácticas y Trabajo de fin de Grado</b>	<b>6 - 12</b>
Prácticas Profesionales	<b>C18.</b> Adquirir un conocimiento práctico de las competencias profesionales en el ejercicio real de la profesión.
Trabajo de Fin de Grado	<b>C19.</b> Integrar y aplicar, con criterio profesional, creativo o innovador, las competencias adquiridas a lo largo del grado, así como incorporar competencias nuevas, relacionadas específicamente con el Trabajo de fin de grado (autonomía, iniciativa, puesta en práctica y desarrollo de los conocimientos, habilidades y estrategias adquiridas.
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>

## 2.4. Máster de Publicidad y Relaciones Públicas

Las enseñanzas de Máster, de acuerdo con el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, tienen como finalidad la adquisición por el estudiante de una formación avanzada, de carácter especializado o multidisciplinar, orientada a la especialización académica o profesional, o bien a promover la iniciación en las tareas investigadoras.

Los planes de estudio conducentes a la obtención del título de Máster Universitario deben ser elaborados por las universidades, verificados de acuerdo con el Real Decreto y, en su elaboración, las Universidades primarán la especialización de los estudiantes (Real Decreto 1393/2007, art. 15).

La carga lectiva contemplada en los planes de estudio de las enseñanzas de Máster puede oscilar entre los 60 y 120 créditos ECTS, que deben contener toda la formación teórica y práctica que el estudiante deba adquirir: materias obligatorias, materias optativas, seminarios, prácticas externas, trabajos dirigidos, Trabajo de Fin de Máster (TFM), actividades de evaluación, y otras que resulten necesarias según las características propias de cada título.

Los másteres que se crearon a partir de esta normativa partieron de lo acordado en el *Libro Blanco* y de las competencias que para un nivel superior subrayaba el *Tuning Educational Structures in Europe*.

Para establecer la correspondencia del título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas con el nivel 3 del MECES, es necesario equiparar la duración de esos estudios con los de Grado más Máster y con los de Licenciatura. Ya se ha indicado que el Real Decreto 1393/2007 fijó en 240 ECTS la carga lectiva de los títulos de Grado y entre 60 y 120 la de los títulos de Máster, determinándose como mínimo la suma de ambos (Grado y Máster) 300 ECTS. Además, se fijó que el máximo número de ECTS por curso académico no podía ser superior a 60, de forma que la duración conjunta para el Grado y el Máster no ha de ser inferior a los cinco años.

## 3. Análisis de la correspondencia del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas al nivel 3 del MECES

Como ya se ha señalado en líneas precedentes, para analizar la correspondencia del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas con el nivel 3 del MECES (Máster) se evalúan aspectos diversos: la formación académica adquirida y los efectos académicos, es decir, si existe la equiparación entre los niveles académicos requeridos para el acceso al Doctorado, así como otros indicadores que permitan establecer la equiparación con el nivel de Máster.

### 3.1. Formación adquirida

La necesidad de analizar y comparar el título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas con los actuales estudios de Máster y determinar su correspondencia al nivel 3 del MECES implica algunas dificultades. Los másteres se acreditan por la ANECA y no tienen directrices generales o específicas en su planteamiento. En el caso del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se elaboró tomando como referente el *Libro Blanco*, que se realizó con un amplio consenso.

En consecuencia, no es posible llevar a cabo un estudio comparativo directo de los planes de estudio. Por esta razón, se han buscado elementos que permitan realizar una comparación razonada entre unos y otros:

- Materias troncales: tipología formativa y carga lectiva/ horaria y duración de los estudios.

- Competencias o resultados de aprendizaje del nivel 3 de MECES

- **Materias troncales: tipología formativa y carga lectiva/ horaria**

Como primera ocupación conviene fijarse en el sistema de créditos, unidades de medida de la carga de trabajo que corresponde a las asignaturas. Como se ha visto, las diferencias significativas que se muestran entre la medición referida a las licenciaturas y la correspondiente a los grados pueden parecer poco equivalentes: en la Licenciatura, un crédito equivale a 10 horas de docencia presencial; mientras que en el Grado y Máster, un ECTS equivale a entre 25 y 30 horas de trabajo del alumno. No obstante, se debe considerar que los créditos ECTS incluyen una estimación de las horas de estudio y trabajo del alumno, más allá de la asistencia a las clases teóricas y prácticas, que era el elemento de cómputo en las Licenciaturas.

<b>Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas</b> Real Decreto 1386/1991				<b>Adaptación de los Estudios de Publicidad y Relaciones Públicas al EEES</b> Real Decreto 1393/2007		
		<i>Carga lectiva</i>	<i>Duración (años)</i>		<i>Carga lectiva</i>	<i>Duración (años)</i>
Primer (mínimo)	Ciclo	120	2	Grado	240	3
Segundo (mínimo)	Ciclo	120	2	Máster	60	2
<b>Total</b>		<b>300</b>	<b>5</b>	<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>5</b>

- **Competencias o resultados de aprendizaje del Nivel 3 de MECES**

Los Reales Decretos 1393/2007 y 1027/2011, mediante los cuales se establece el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior, fijan las competencias generales para el nivel 3 del MECES, es decir, para los títulos de Máster Universitario. Se trata de siete competencias que han sido adaptadas por la Comisión MECES de ANECA a la Rama de las Ciencias Sociales y Jurídicas, así como su contextualización al ámbito temático del Publicidad y Relaciones Públicas. Además, el Real Decreto 1393/2007 exige al título de Máster Universitario que otorgue a la formación de dicho título cinco competencias básicas generales (Anexo I, apartado 3.3).

Tabla 4 Equivalencia de las propuestas de competencias y especificación al ámbito del Publicidad y Relaciones Públicas

Real Decreto 1393/2007	Descriptor del MECES  Real Decreto 1027/2011	Propuesta adaptada a la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas	Propuesta adaptada al ámbito temático del Publicidad y Relaciones Públicas
A. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.	<b>Ca.</b> Haber adquirido conocimientos avanzados y demostrado, en un contexto de investigación científica y tecnológica o altamente especializado, una comprensión detallada y fundamentada de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en uno o más campos de estudio;	<b>a)</b> Demostrar que se dominan conocimientos avanzados de carácter teórico, metodológico y práctico de su respectivo ámbito investigador o profesional de especialización en las ciencias sociales y jurídicas.	<b>I)</b> Demostrar que se dominan conocimientos avanzados de carácter teórico, metodológico y práctico sobre aspectos especializados de la Publicidad y las Relaciones Públicas, sus contenidos, sus industrias y su regulación.
B. Saber aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.	<b>Cb.</b> Saber aplicar e integrar sus conocimientos, la comprensión de estos, su fundamentación científica y sus capacidades de resolución de problemas en entornos nuevos y definidos de forma imprecisa, incluyendo contextos de carácter multidisciplinar tanto investigadores como profesionales altamente especializados;	<b>b)</b> Aplicar de forma creativa e innovadora conocimientos y técnicas adquiridos a la resolución de situaciones y problemas específicos, tanto de carácter investigador como profesional, en contextos sociales y jurídicos complejos y especializados.	<b>II)</b> Saber aplicar e integrar conocimientos, técnicas, valores y prácticas profesionales en la resolución de problemas y cuestiones de la Publicidad y las Relaciones Públicas, tanto de carácter investigador como profesional, con actitud creativa e innovadora.
C. Saber integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.	<b>Cc.</b> Saber evaluar y seleccionar la teoría científica adecuada y la metodología precisa de sus campos de estudio para formular juicios a partir de información incompleta o limitada incluyendo, cuando sea preciso y pertinente, una reflexión sobre la responsabilidad social o ética ligada a la solución que se proponga en cada caso;	<b>c)</b> Razonar, reflexionar y enjuiciar de manera crítica y ética las teorías y metodologías pertinentes y aplicarlas en situaciones de incertidumbre con información incompleta, para la propuesta de soluciones a casos del campo de estudio respectivo.	<b>III)</b> Saber evaluar y seleccionar de manera crítica y ética las metodologías y herramientas propias de la Publicidad y las Relaciones Públicas para aplicarlas en situaciones de incertidumbre o con información incompleta.

Real Decreto 1393/2007	Descriptorios del MECES  Real Decreto 1027/2011	Propuesta adaptada a la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas	Propuesta adaptada al ámbito temático del Publicidad y Relaciones Públicas
	<b>Cd.</b> Ser capaces de predecir y controlar la evolución de situaciones complejas mediante el desarrollo de nuevas e innovadoras metodologías de trabajo adaptadas al ámbito científico/investigador, tecnológico o profesional concreto, en general multidisciplinar, en el que se desarrolle su actividad;	<b>d)</b> Anticipar problemas y la posible evolución de situaciones complejas, aplicando los conocimientos y desarrollando nuevas metodologías en los campos laborales, profesionales o de investigación sociales o jurídicos respectivos, considerando una perspectiva multidisciplinar.	<b>IV)</b> Anticipar problemas y la evolución de situaciones complejas, buscando soluciones originales mediante la aplicación del conocimiento multidisciplinar y las metodologías asociadas para la resolución de los problemas profesionales y los temas de investigación planteadas.
D. Saber comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan– a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades	<b>Ce.</b> Saber transmitir de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no, resultados procedentes de la investigación científica y tecnológica o del ámbito de la innovación más avanzada, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan;	<b>e)</b> Comunicar eficazmente a todo tipos de audiencias, especializadas y generales, conocimientos profesionales y avances científico-técnicos, así como los fundamentos que puedan sustentarlos en el respectivo campo social o jurídico.	<b>V)</b> Saber comunicar con eficacia los planteamientos y problemas del análisis y la investigación compleja mediante un lenguaje adaptado y comprensible para los diferentes contextos institucionales, empresariales y sociales.
	<b>Cf.</b> Haber desarrollado la autonomía suficiente para participar en proyectos de investigación y colaboraciones científicas o tecnológicas dentro su ámbito temático, en contextos interdisciplinares y, en su caso, con una alta componente de transferencia del conocimiento;	<b>f)</b> Participar en el diseño, desarrollo y/o evaluación de proyectos y/o programas de investigación, de intervención o de transferencia de conocimiento aplicables a contextos complejos de carácter social o jurídico.	<b>VI)</b> Saber concebir, orientar, ejecutar y evaluar proyectos y programas profesionales y/o de investigación complejos en de la Publicidad y las Relaciones Públicas.

Real Decreto 1393/2007	Descriptores del MECES Real Decreto 1027/2011	Propuesta adaptada a la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas	Propuesta adaptada al ámbito temático del Publicidad y Relaciones Públicas
E. Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.	<b>Cg.</b> Ser capaces de asumir la responsabilidad de su propio desarrollo profesional y de su especialización en uno o más campos de estudio.	<b>g)</b> Identificar sus propias necesidades formativas en su ámbito de especialización profesional, así como desarrollar autónomamente su aprendizaje en distintos contextos (formales y no formales) que favorezca su capacidad de emprendimiento.	<b>VII)</b> Saber contextualizar e individualizar de forma autónoma el cambio en el de la Publicidad y las Relaciones Públicas y asumir las necesidades de nuevos conocimientos y metodologías, con el compromiso de una formación permanente a lo largo de la vida profesional.

La Tabla 4 muestra la existencia de una equivalencia directa y bastante exacta entre las competencias A, B, C, D y E del Real Decreto 1393/2007 y las competencias contenidas en los descriptores MECES Ca, Cb, Cc, Cd, Ce, Cf y Cg del Real Decreto 1027/2011.

Las siete competencias generales se han desarrollado y asentado en los diferentes campos de conocimiento. Su adquisición debe llevarse a cabo de forma progresiva y secuencial y, una vez adquiridas, son de aplicación universal, al margen de la especialidad temática o de la actividad profesional desarrollada. Así pues, el fin último de estas competencias generales es capacitar al individuo con una serie de "saberes" y "haberes" que determinan su avance intelectual, de los que podemos mencionar, a modo de ejemplo: adquirir, relacionar, integrar y transmitir conocimientos avanzados y multidisciplinares; analizar y replantear problemas; conocer conceptos, categorías y métodos de la investigación; manejar la terminología; buscar, evaluar y seleccionar críticamente información, modelos conceptuales y metodológicos; formular hipótesis y conclusiones; sintetizar e interpretar de forma comparada los productos y procesos objeto de estudio de las diferentes disciplinas; leer, comprender, analizar interpretar y reconstruir mensajes transmitidos en épocas, soportes y formatos diversos; aplicar las tecnologías en la investigación y en el ejercicio profesional; saber comunicar conocimientos y resultados de forma clara, etc.

La definición de las materias troncales del título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, a través de créditos, descriptores, áreas de conocimiento y ubicación en los planes de estudio, lleva implícito un modelo formativo que obliga a desarrollar cada una de esas materias a través de programas docentes que no solo aporten conocimientos, sino metodologías y destrezas en ciencias auxiliares o de carácter instrumental, así como el manejo de la tecnología. Esto, sumado a la interrelación existente entre las competencias, pone de manifiesto la obligatoriedad de coordinar y acompasar cada uno de los elementos y factores que configuran el proceso de aprendizaje para la adquisición de una formación polivalente, abierta y flexible, como la propuesta en el título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.



Las tipologías formativas orientadas a la adquisición y transmisión de conocimientos y a la metodología representan en gran medida a la adquisición de las competencias del nivel 3 del MECES (Máster). Se hallan presentes en la totalidad de las materias, puesto que cada una de ellas conlleva su específica formación metodológica, a la vez que participan en mayor o menor medida de tipologías formativas de carácter instrumental y tecnológico. De esta manera, las materias troncales fijan la formación básica y generalista del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, especialmente a través de tipologías orientadas a la adquisición y transmisión de conocimientos y a la formación metodológica.

En las tablas siguientes,

Tabla 5 y Tabla 6, se muestra el proceso de aprendizaje implícito en el título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas y su aportación en relación a las competencias del título de Máster.

En la

Tabla 5, a través de tipologías formativas generalistas (finalidad formativa que puede deducirse de cada una de las materias troncales) se cuantifica la aportación de las materias troncales de la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas al *corpus* de competencias. La finalidad u objetivos implícitos del título se procura hacerlos explícitos a través de las cuatro tipologías que a su vez presuponen unos determinados "saberes", "haberes" o competencias que señalamos aquí par mayor claridad:

- Formación orientada a la adquisición y transmisión de conocimientos (FACT): adquirir, relacionar, integrar y transmitir conocimientos avanzados y multidisciplinares (Ca, Cb, Ce); detectar, analizar y explicar características de hechos, procesos u objetos (Cd); saber comunicar conocimientos y resultados de forma clara (Ce).
- Formación metodológica (FM): conocer conceptos, categorías y métodos de investigación (Ca); manejar terminología (Ca, Cb); buscar, evaluar y seleccionar críticamente información modelos conceptuales y metodológicos (Cc); formular hipótesis y conclusiones (Cc); sintetizar e interpretar de forma comparada los productos y procesos objeto de estudio de las diferentes disciplinas (Cd), saber deslindar los objetivos y prioridades de las tareas propias del desarrollo profesional (Cg); ser capaz de desarrollar cometidos científicos o tecnológicos en contextos interdisciplinares (Cf).
- Formación auxiliar e instrumental (FAI): leer, comprender, analizar, interpretar y reconstruir mensajes transmitidos en épocas, soportes y formatos diversos (Ca).
- Formación en tecnología (FT: aplicar las tecnologías en la investigación y en el ejercicio profesional (Ca).

Tabla 5 Tipología formativa de las materias troncales en el título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

		Tipologías Formativas					
Materias troncales Real Decreto 1386/1991	Mín. Horas	FACT	FM	FAI	FT	FACT+FM	
						%	Horas

						<b>Total</b>	
<i>Primer ciclo</i>							
<b>Análisis del Entorno Social y de su Evolución Histórica.</b> Profundización de las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones política, económica y social. Evolución histórica.	<b>80</b>	70%	20%	5%	5%	90%	<b>72</b>
<b>Comunicación e Información Audiovisual.</b> Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios audiovisuales.	<b>120</b>	60%	20%	5%	15%	80%	<b>96</b>
<b>Comunicación e Información Escrita.</b> Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios impresos y electrónicos.	<b>120</b>	60%	20%	5%	15%	80%	<b>96</b>
<b>Documentación Informativa.</b> Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación.	<b>60</b>	70%	20%	5%	5%	90%	<b>54</b>
<b>Lengua.</b> Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española o de la otra lengua oficial propia de la Comunidad Autónoma donde radique la Universidad, a elección del alumno.	<b>80</b>	70%	20%	5%	5%	90%	<b>72</b>
<b>Publicidad y Relaciones Públicas.</b> Introducción teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.	<b>120</b>	70%	20%	5%	5%	90%	<b>108</b>
<b>Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información.</b> Estudios de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.	<b>100</b>	70%	20%	5%	5%	90%	<b>90</b>
<i>Segundo ciclo</i>							
<b>Creatividad Publicitaria.</b> Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los	<b>100</b>	70%	10%	15%	5%	80%	<b>80</b>

distintos soportes medios de comunicación.							
<b>Planificación y Medios Publicitarios.</b> Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación y la difusión publicitaria.	<b>100</b>	70%	10%	15%	5%	80%	<b>80</b>
<b>Sistemas y Procesos de Publicidad y de las Relaciones Públicas.</b> Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias y de relaciones públicas: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores.	<b>100</b>	70%	10%	15%	5%	80%	<b>80</b>
<b>Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas.</b> Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas.	<b>100</b>	70%	10%	15%	5%	80%	<b>80</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1080</b>					84%	<b>908</b>

La

Tabla 5 establece la correspondencia entre materias troncales del Real Decreto 1386/1991 y las cualificaciones generales del Nivel 3 del MECES. Dicha tabla pone de manifiesto que el porcentaje mayor de la carga lectiva de las materias troncales (determinadas en las directrices generales establecidas por el Real Decreto 1386/1991) se concentra, en un 84%, en las enseñanzas que tienen como objetivo una formación dirigida a la adquisición y transmisión de conocimientos y a la formación metodológica.

En la Tabla 6 se señalan las competencias generales de Máster (Nivel 3 del MECES, según el Real Decreto 1393/2007) que se desarrollan en las materias troncales de la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas. Para la realización de esta tabla se ha efectuado una estimación del ámbito formativo de cada competencia y se ha fijado su correspondencia con las tipologías formativas establecidas en las materias troncales. Se hace una estimación de la carga lectiva presencial de las materias troncales dedicada a las competencias del nivel 3 del MECES.

La Tabla 6 pone de manifiesto que las materias troncales de la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas fomentan la asimilación de todas las competencias generales (Ca a Cg) del nivel 3 del MECES.

**Tabla 6 Carga lectiva presencial de las materias troncales dedicada a competencias del Nivel 3 de MECES**

<b>Real Decreto 1393/2007</b>		<b>Tipologías Formativas</b>						
<b>Materias troncales</b>	<b>Mín. Horas</b>	<b>Ca</b>	<b>Cb</b>	<b>Cc</b>	<b>Cd</b>	<b>Ce</b>	<b>Cf</b>	<b>Cg</b>
<i>Primer ciclo</i>								
<b>Análisis del Entorno Social y de su Evolución Histórica.</b> Profundización de las realidades del mundo contemporáneo en sus dimensiones política, económica y social. Evolución histórica.	<b>80</b>	X	X	X	X	X	X	X
<b>Comunicación e Información Audiovisual.</b> Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios audiovisuales.	<b>120</b>	X	X	X	X	X	X	X
<b>Comunicación e Información Escrita.</b> Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión de formas y medios impresos y electrónicos.	<b>120</b>	X	X	X	X	X	X	X
<b>Documentación Informativa.</b> Estudio y análisis de los sistemas de documentación utilizados en los medios de comunicación.	<b>60</b>	X	X	X	X	X	X	X
<b>Lengua.</b> Introducción teórico-práctica al conocimiento y uso de la lengua española o de la otra lengua oficial propia de la Comunidad Autónoma donde radique la Universidad, a elección del alumno.	<b>80</b>	X	X			X		X
<b>Publicidad y Relaciones Públicas.</b> Introducción	<b>120</b>	X	X	X	X	X	X	X

teórica y práctica a la publicidad y las relaciones públicas y a sus estructuras organizativas.								
<b>Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información.</b> Estudios de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación así como de los métodos de investigación en comunicación. Evolución histórica.	<b>100</b>	X	X	X	X	X	X	X
<i>Segundo ciclo</i>								
<b>Creatividad Publicitaria.</b> Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes medios de comunicación.	<b>100</b>	X	X	X	X	X	X	X
<b>Planificación y Medios Publicitarios.</b> Análisis de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación y la difusión publicitaria.	<b>100</b>	X	X	X	X	X	X	X
<b>Sistemas y Procesos de Publicidad y de las Relaciones Públicas.</b> Descripción e investigación de los procesos de comunicación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias y de relaciones públicas: anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores.	<b>100</b>	X	X	X	X	X	X	X
<b>Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas.</b> Diseño, establecimiento y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva	<b>100</b>	X	X	X	X	X	X	X

en las instituciones y empresas públicas y privadas.								
<b>TOTAL</b>	<b>1080</b>							

### 3.2. Efectos académicos

Las líneas generales y los requisitos actualizados para el acceso a un Programa Oficial de Doctorado vienen marcados por el Real Decreto 99/2011, de 28 de enero, y el Real Decreto 43/2015, de 2 de febrero, en el que se señalan, en su artículo 6, los requisitos de acceso al Doctorado, que son los siguientes:

1. Estar en posesión de un título de Grado y de Máster universitario. Esa suma de Grado más Máster computan generalmente 300 créditos ECTS (240+60).
2. El mismo Real Decreto, en el art. 6.2a concede el derecho a acceder al Doctorado a quienes posean Títulos "que habiliten al acceso al Máster" y a quienes hayan superado un mínimo de 300 créditos ECTS "de los que, al menos 60, habrán de ser de nivel Máster".

En definitiva, con ello se quiere hacer referencia, aunque no se nombre expresamente, entre otros, a los títulos de Licenciado, y, por tanto, equiparables y equiparados a efectos académicos a la suma de Grado más Máster, señalado en el epígrafe 1 del artículo 6.

Lo decisivo para que esta equiparación académica entre la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas y el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas más Máster se produzca, en lo que se refiere al acceso al Doctorado, es que al menos 60 créditos de esa Licenciatura tengan nivel de Máster.

El citado Real Decreto contempla esta circunstancia como esencial para la equiparación y atribuye a las Comisiones Académicas del Programa del Doctorado (o al órgano al que la Universidad atribuya la competencia) el dilucidar si la Licenciatura cumple estos requisitos. En caso de no cumplirlos, se puede suplir esta carencia mediante complementos formativos hasta completar los 60 créditos (Real Decreto 99/2011, art. 7,2).

Junto a esas disposiciones básicas, hay otras fórmulas de equiparación a efectos académicos, como las señaladas en la Disposición Adicional Cuarta del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, titulada "Efecto de los títulos universitarios oficiales correspondientes a la anterior ordenación", que dispone que los que estén en posesión del Título de Licenciado pueden acceder:

- a) Directamente al título de Grado.
- b) A las enseñanzas oficiales de Máster "sin necesidad de requisito adicional alguno".
- c) Al período de investigación del Programa de Doctorado "si estuvieran en posesión del Diploma de Estudios Avanzados".

Con todo ello, aplicado a la equiparación de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas, podríamos concluir:

- a) Grado de Estudios de Publicidad y Relaciones Públicas + Máster (240+60 créditos ECTS).

b) Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas (300 créditos ECTS, de ellos 60 de nivel Máster). Cada Universidad, según el procedimiento que tenga establecido, muy semejante en todas ellas, dilucida si el poseedor del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas tiene en su Plan de Estudios, donde la haya cursado, al menos 300 créditos ECTS, de los cuales 60 puedan equipararse al nivel de Máster. En caso contrario, puede denegar el acceso al Doctorado o subsanar ese defecto con los "complementos de

formación específicos", que se denominarán de formas diversas en las distintas universidades.

c) La interpretación que numerosas universidades españolas hacen de los requisitos de acceso al Doctorado proporciona la prueba que conduce a equiparar los títulos de Licenciado, Arquitecto e Ingeniero al nivel 3 del MECES. Como ya se ha mencionado más arriba, el Real Decreto 99/2011 establece en el artículo 6.2a, como una de las maneras de cumplir los requisitos de acceso al Doctorado: "Estar en posesión de un título universitario oficial español, o de otro país integrante del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), que habilite para el acceso a Máster de acuerdo con lo establecido en el artículo 16 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre y haber superado un mínimo de 300 créditos ECTS en el conjunto de estudios universitarios oficiales, de los que, al menos 60, habrán de ser de nivel de Máster". Es decir, quienes estén en posesión de un título de Licenciado, Ingeniero o Arquitecto cumplen con el requisito de acceso al Doctorado siempre que 60 de los créditos cursados en la carrera sean de nivel de Máster.

d) Este artículo obliga a las universidades españolas a decidir si puede considerarse que los títulos de Licenciado, Ingeniero y Arquitecto incluyen entre sus estudios 60 créditos ECTS de nivel de Máster, eximiendo, en caso positivo, a los titulados de realizar más créditos para acceder a los estudios de doctorado. Son bastantes las que de manera explícita indican que los 60 créditos LRU del quinto curso o del segundo ciclo de estos estudios pueden considerarse equivalentes a 60 créditos ECTS de un Máster o, simplemente, sin entrar en más detalles, estiman que uno de estos títulos permite el acceso directo al Doctorado sin necesidad de otros requisitos académicos. Entre estas universidades están, por ejemplo, las universidades Autónoma de Barcelona, Complutense de Madrid o de Málaga.

Según una nota ministerial sobre el acceso a los estudios oficiales de doctorado regulados en el Real Decreto 99/2011, de 28 de enero, que aclara dicho Real Decreto, podrán acceder a un programa oficial de doctorado aquellos estudiantes que estuvieran en posesión de una titulación universitaria oficial española obtenida conforme a anteriores ordenaciones universitarias, entre ellos los Licenciados, que hubieran superado en el conjunto de estudios universitarios oficiales un mínimo de 300 créditos ECTS, de los cuales, al menos 60, habrán de ser de nivel de Máster. Y que corresponde a cada universidad, de acuerdo con su normativa específica, determinar tanto las equivalencias entre los créditos LRU y los créditos ECTS, como los criterios de valoración de los 60 créditos ECTS que, al menos, deban ser considerados como créditos de nivel de Máster, a los efectos de que estos titulados accedan a los estudios de doctorado. En consonancia, pues, con esta interpretación ministerial, las universidades españolas han establecido su propia regulación para cumplir con esta

indicación. Así lo han hecho las universidades antes mencionadas, que contemplan el acceso al Doctorado desde las antiguas Licenciaturas. A modo de ejemplo, la Universidad de Málaga, por Resolución de 30 de octubre de 2014, estableció el acceso al Doctorado de las titulaciones universitarias oficiales anteriores a las reguladas por el Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, al considerar que cada curso académico equivaldrá a 60 créditos ECTS, y el curso más elevado en la respectiva ordenación del plan de estudios de estas titulaciones se considerará de nivel de Máster. Así como de las titulaciones universitarias oficiales reguladas por Real Decreto

1497/1987, de 27 de noviembre, al considerar cada crédito igual a un crédito ECTS, y al advertir que en las titulaciones con una carga lectiva igual o superior a 300 créditos, el curso más elevado en la respectiva ordenación del plan de estudios se considerará también de nivel de Máster. Por último, la Universidad de Málaga, considera igualmente que los 60 créditos ECTS obtenidos en el período de formación de programas de doctorado, conforme a lo dispuesto en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, serán considerados de nivel de Máster. Por todo ello, se garantiza el acceso al Doctorado a los Licenciados de Ciencias de la Información y de la Comunicación, en cualquiera de sus titulaciones.

Otras universidades delegan en sus Comisiones Académicas de Doctorado dilucidar si el título de Licenciado, Arquitecto o Ingeniero que se presenta es suficiente para cumplir con el requisito, no teniendo, por tanto, que cursar ningún crédito o curso adicional más para acceder al Doctorado. Así ocurre, por ejemplo, en la Universidad Carlos III de Madrid.

En consecuencia, el título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas tiene correspondencia con los niveles académicos requeridos para el acceso al título de Doctorado, y es equivalente a un nivel 3 del MECES.

### **3.3. Indicadores externos que aporten directa o indirectamente conclusiones relevantes sobre la correspondencia a Máster**

El *Libro Blanco* de los títulos en Comunicación advertía que los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas en España disponían de una tradición, experiencia y solidez investigadora, académica y profesional, que convertían al modelo universitario español en referencia para otros países europeos como Italia, Francia y Portugal, que desarrollaron títulos similares a los ofrecidos por la universidad española después de los años 90.

El Real Decreto 1393/2007, en su art. 10, establece que las enseñanzas de Máster tienen como finalidad la adquisición por el estudiante de una formación avanzada, de carácter especializado o multidisciplinar, orientada a la especialización académica o profesional, o bien a promover la iniciación en tareas investigadoras.

Varios de los rasgos que caracterizan los estudios de Máster detallados en el párrafo anterior están recogidos textualmente en las disposiciones que regulaban los de la Licenciatura Publicidad y Relaciones Públicas. Así, el Real Decreto 1386/1991, de 30 de agosto, por el que se establece el título universitario de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas señala en su primera directriz sobre dicho título la necesidad de que este proporcione una formación especializada en el ámbito de la elaboración, gestión y difusión de la actividad informativa periodística, en sus diferentes ámbitos temáticos y en los distintos medios de comunicación. La inclusión de formación especializada en los diversos ámbitos de la actividad informativa periodística le otorga un carácter avanzado, equiparándolo a las enseñanzas de Máster oficial (tal como las caracteriza el Real Decreto 1393/2007).





AGENCIA NACIONAL DE EVALUACIÓN  
DE LA CALIDAD EDUCATIVA

En efecto, los segundos ciclos de los planes de estudio de las Licenciaturas en Publicidad y Relaciones Públicas presentan más de 60 créditos en asignaturas con un alto grado de especialización profesional e interdisciplinariedad académica y que contienen conocimientos de nivel avanzado. Baste recordar algunos planes de estudios de las Licenciaturas de las Universidades que ofrecieron esta titulación: Universitat Autònoma de Barcelona; Universidad Complutense de Madrid; Universidad de Málaga; Universidad de Sevilla; o Universidade de Vigo.

La especialización también toma forma en los itinerarios curriculares que presentan muchos planes de estudios de las Licenciaturas en Publicidad y Relaciones Públicas.

Dichos itinerarios tienen sus correlatos en Másteres oficiales impartidos en la actualidad en universidades españolas.

En la actualidad, la oferta de titulaciones de postgrado con vinculación con el área de Publicidad y Relaciones Públicas y comunicación no es amplia. Se han registrado una docena títulos en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT), de los cuales se ofrece una muestra representativa en la Tabla 7.

Desde el punto de vista de su cobertura temática, observamos que predominan los títulos especializados mientras que másteres de temática generalista representan el menor número.

Tabla 7 Másteres oficiales del área de Publicidad y Relaciones Públicas

Institución	Título	ETCS
<b>Másteres Oficiales (ANECA)</b>		
<b>Universitat Autònoma de Barcelona</b>	Máster Universitario en Planificación Estratégica en Publicidad y Relaciones Públicas	60
<b>Universidad Complutense de Madrid</b>	Máster Universitario en Comunicación de las Organizaciones	60
<b>Universidad de Málaga</b>	Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación	60
<b>Universidad Miguel Hernández de Elche</b>	Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Publicidad Digital	60
<b>Universidade de Vigo</b>	Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad	60

Como puede apreciarse, la carga lectiva es de 60 ECTS, lo que añade un elemento más a las conclusiones que a continuación se presentan.

#### 4. Conclusiones.

El análisis realizado para la elaboración del presente informe del título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas con el que se pretende determinar la posibilidad de establecer la correspondencia con alguno de los niveles del MECES se ha centrado en los factores establecidos en el cap. III, art. 22 del Real Decreto 967/2014. El análisis se ha basado en un estudio comparativo, en el que se ha

contrastado la normativa y planes de estudio anteriores y posteriores al EEES fundamentalmente españoles.

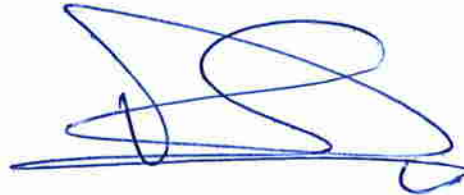
Tras este estudio comparativo se puede afirmar que:

1. La carga lectiva del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas y la del nivel 3 del MECES es equiparable.
2. La duración del título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas y la de Grado más Máster es idéntica en todos los centros universitarios que lo ofrecen (5 cursos académicos).
3. La formación adquirida por los titulados en Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas incluye al menos 60 créditos correspondientes a competencias generales del nivel 3 del MECES.
4. El título de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas y el de Grado más Máster producen los mismos efectos académicos. Con la suma de uno y otro se obtiene, en la práctica, el acceso al Doctorado.

En consecuencia, se concluye que el título oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, previo a la entrada en vigor del EEES, se corresponde, de forma clara y significativa, con el nivel 3 del MECES.

Madrid, a 18 de junio de 2015

PROPONE:



Pablo Oñate Rubalcaba

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS  
DEL PROYECTO MECES DE ANECA

APRUEBA



Por delegación

Miguel Ángel Galindo

COORDINADOR DE EVALUACIÓN DE ENSEÑANZAS E INSTITUCIONES  
DE ANECA

## **Anexo: Normas y documentos consultados**

ANECA. *Libro Blanco de Títulos de Grado en Comunicación*. ANECA, Madrid, 2004.

GONZÁLEZ, Julia y WANEGAAR, Robert (coord.) *Tuning Educational Structures in Europe*. Universidad de Deusto y Universidad de Groningen. Bilbao, 2003.

### **LEYES ORGÁNICAS**

- Ley Orgánica 11/1983, de 25 de agosto, de Reforma Universitaria (BOE de 1 de septiembre).
- Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo (BOE de 4 de octubre)
- Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades (BOE de 24 de diciembre).
- Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica, de 21 de diciembre, de Universidades (BOE de 13 de abril).

### **REALES DECRETOS**

- Real Decreto 1027/2011, de 15 de julio, por el que se establece el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (BOE de 3 de agosto).
- Real Decreto 1044/2003, de 1 de agosto, por el que se establece el procedimiento para la expedición por las universidades del Suplemento Europeo al Título (BOE 11 de septiembre).
- Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez de todo el territorio nacional (BOE de 18 de septiembre).
- Real Decreto 1267/1994, de 10 de junio, por el que se modifica el R. D. 1497/1987, de 27 de noviembre, por el que se establecen las directrices generales comunes de los planes de estudios de los títulos universitarios de carácter oficial y diversos Reales Decretos que aprueban las directrices generales propias de los mismos (BOE de 11 de junio).
- Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, de por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales (BOE de 30 de octubre).
- Real Decreto 1386/1991, de 30 de agosto, por el que se establece el título universitario oficial de Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas y las directrices generales propias de los planes de estudios conducentes a la obtención de aquél.
- Real Decreto 1496/1987, de 6 de noviembre, sobre obtención, expedición y homologación de título universitarios (BOE de 14 de diciembre).
- Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, por el que se establecen directrices generales comunes de los planes de estudios de los títulos universitarios de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional (BOE de 14 de diciembre).
- Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas (BOE de 24 de noviembre).

- Real Decreto 43/2015, de 2 de febrero, por el que modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, y el Real Decreto 99/2011, de 28 de enero, por el que regulan las enseñanzas oficiales de doctorado (BOE de 3 de febrero).
- Real Decreto 534/2013, de 12 de julio, por el que se modifican los Reales Decretos 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales; 99/2011, de 28 de enero, por el que se regulan las enseñanzas oficiales de doctorado; y 1892/2008, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas (BOE de 13 de julio).
- Real Decreto 55/2005, de 21 de enero, por el que se establece la estructura de las enseñanzas universitarias y se regulan los estudios universitarios oficiales de Grado (BOE de 25 de enero).
- Real Decreto 558/2010, de 7 de mayo, por el que se modifica el Real Decreto 1982/2008, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades españolas (BOE de 8 de mayo).
- Real Decreto 56/2005, de 21 de enero, por el que se regulan los estudios universitarios oficiales de Postgrado (BOE de 25 de enero).
- Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales (BOE 3 de julio).
- Real Decreto 912/1992 de 17 de julio, por el que se establece el título universitario oficial de Licenciado en Documentación y la aprobación de las directrices generales propias de los planes de estudios conducentes a la obtención de aquel (BOE de 27 de agosto).
- Real Decreto 96/2014, de 14 de febrero, por el que se modifican los Reales Decretos 1027/2011, de 15 de julio, por el que se establece el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES); y 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales (BOE de 5 de marzo).
- Real Decreto 967/2014, de 21 de noviembre, por el que se establecen los requisitos y el procedimiento para la homologación y declaración de equivalencia a titulación y a nivel académico universitario oficial y para la convalidación de estudios extranjeros de educación superior, y el procedimiento para determinar la correspondencia a los niveles del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior de los títulos oficiales de Arquitecto, Ingeniero, Licenciado, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico y Diplomado (BOE de 22 de noviembre).