



# ESCUELA SUPERIOR DE RELACIONES PÚBLICAS

## *Centro adscrito a la Universidad de Barcelona*



UNIVERSITAT DE BARCELONA



La **Escuela Superior de Relaciones Públicas de Barcelona** fue el primer centro universitario especializado en esta materia que se creó en Europa.

Su finalidad es la investigación y la formación superior de futuros profesionales de las Relaciones Públicas y también de la Publicidad.

Está reconocida oficialmente por la Orden Ministerial de 28 de julio de 1969 (BOE de 26.08.69).

La titularidad de la Escuela corresponde a la **Fundación Universitaria Europea de Relaciones Públicas**.

### **Profesorado**

El cuadro docente de la Escuela Superior de Relaciones Públicas está integrado exclusivamente por profesorado con titulación universitaria superior. Más de un 50% son doctores y doctoras. También colaboran destacados profesionales de la publicidad y las relaciones públicas que ocupan cargos directivos en diversas instituciones y empresas nacionales e internacionales.

### **Bolsa de Prácticas: Programas de Cooperación Educativa**

Para que el alumnado pueda acreditar experiencia profesional al finalizar los estudios, se ofrece una amplia oferta de prácticas (más de 160) en diferentes organizaciones.

### **Bolsa de Trabajo**

La Bolsa de Trabajo de la Escuela Superior de Relaciones Públicas es un servicio gratuito dirigido a todo el alumnado, a todas aquellas personas con titulación del centro y, naturalmente, a aquellas organizaciones interesadas en cubrir un puesto de trabajo.

### **Titulación y rama**

## **GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

(Rama: Ciencias Sociales y Jurídicas)

Título verificado positivamente por la *Comisión de Verificación de Planes de Estudio del Ministerio de Educación* en sesión celebrada el 1 de junio de 2009.

De acuerdo con el artículo 26 del RD 1393/2007 sobre la ordenanza de enseñanzas universitarias oficiales, resulta preceptiva la autorización de su implantación e inscripción en el RUCT (Registro de universidades, centros y titulaciones).

Es necesario hacer preinscripción universitaria y marcar la opción: **“Publicidad y RRPP, Grado en; Universidad de Barcelona”**

<http://accesnet.gencat.cat>

## Grado

Título oficial adaptado al Espacio Europeo de Educación Superior. Tiene una carga lectiva de 240 créditos europeos (ECTS) y habilita para el ejercicio profesional, mientras que proporciona conocimientos generales básicos, específicos, de carácter profesional y transversales relacionados con la formación integral. Todos los contenidos académicos se trabajan vinculados directamente a las competencias del Grado.

Es el primer ciclo de los estudios universitarios, tiene un carácter básico y de formación general y al mismo tiempo un carácter profesionalizador. Pretende conseguir la capacitación de los estudiantes para integrarse directamente en el ámbito laboral europeo con una calificación adecuada.

Substituye a la Licenciatura.

## Objetivos docentes, generales y específicos del Grado en Publicidad y RR.PP. de la UB

Proporcionar la formación teórica, técnica y práctica necesaria para el desarrollo profesional de las actividades de relaciones públicas y de publicidad en las organizaciones en todos sus ámbitos (administración pública, empresa privada) y en los correspondientes sectores especializados.

- Fomentar la capacidad analítico-crítica e interpretativa, además de preparación profesional y acercamiento a la realidad profesional mediante las prácticas.
- Desarrollar nuevos enfoques creativos.
- Proporcionar conocimientos de investigación y procedimientos de trabajo para transformar las necesidades del cliente en soluciones de comunicación.
- Proporcionar conocimiento general de la tarea del profesional en publicidad y en relaciones públicas, así como de los elementos que conforman el sistema de la comunicación, para su aplicación a la realidad.
- Adquirir una actitud estratégica de anticipación y adaptación a los cambios, y detección y resolución de problemas.
- Comunicarse correctamente (favoreciendo el trabajo en equipo y la toma de decisiones), dominando las lenguas de la comunidad, y también el inglés.
- Realizar y evaluar acciones y discursos para la elaboración de campañas de comunicación aplicando diferentes tecnologías.

## Salidas profesionales según el ámbito, sector, vínculo y tarea

Según el ámbito: Privado y Público

Según el sector:

- Servicios, industrial, sociocultural, gran consumo,...
- Fundaciones, partidos políticos, sindicatos, organizaciones no gubernamentales (ONG) i asociaciones.

Según la vinculación con la organización: INTERNO/EXTERNO

- Gabinetes/agencias: de consulta y asesoramiento en relaciones públicas y publicidad.
- Departamentos/funciones asumidas en las organizaciones: Órganos específicos o en colaboración con gerencia.

Según la tarea desarrollada:

- Planificación y ejecución de campañas y acciones: Investigación social; análisis de opiniones y reclamaciones, programas de acción: ejecución, control y evaluación.
- Planificación y gestión de medios publicitarios.
- Creación publicitaria.

**Salidas profesionales: PERFILES.**

- **Director/a de Comunicación.**
- **Investigador/a y Consultor/a Estratégico/a en Publicidad y Relaciones Públicas.**
- **Responsable de Publicidad y Relaciones Públicas.**
- **Planificador/a de Medios Publicitarios.**
- **Gestor/a de Comunicación Corporativa.**

# ITINERARIO CURRICULAR GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

\*= FB: Formación básica, OB: Obligatoria, OT: Optativa, PR: Prácticas, TR: Trabajo Fin de Grado, CR: Crédito ECTS.

Primer semestre		Segundo semestre	
PRIMERO	Teoría de la Opinión Pública, 6 cr (FB)	Principios de Sociología, 6 cr (FB)	
	Estructura de los Sistemas Comunicativos I: Dimensiones, 6 cr (FB)	Estructura de los Sistemas Comunicativos II: Sectores, 6 cr (FB)	
	Psicología Social y del Consumo, 6 cr (FB)	Teoría de la Publicidad, 6 cr (OB)	
	Principios de Marketing, 6 cr (OB)	Teoría de las Relaciones Públicas, 6 cr (OB)	
	Comunicación para la Igualdad: Ética y Deontología, 6 cr (FB)	Seminario: Análisis de Casos de Publicidad y Relaciones Públicas, 6 cr (FB)	
SEGUNDO	Teoría de la Comunicación, 6 cr (FB)	Principios de Economía, 6 cr (FB)	
	Derecho Público y Privado, 6 cr (FB)	Técnicas de Investigación Sociológica, 6 cr (OB)	
	Redacción en Relaciones Públicas, 6 cr (OB)	Documentación Informativa, 6 cr (OB)	
	Redacción Publicitaria, 6 cr (OB)	Retórica y Oratoria, 6 cr (OB)	
	Redacción Periodística, 6 cr (OB)	Inglés: Expresión Escrita, 6 cr (OB)	
TERCERO	Técnicas Publicitarias, 6 cr (OB)	Planificación y Medios Publicitarios, 6 cr (OB)	
	Técnicas de Relaciones Públicas, 6 cr (OB)	Legislación Publicitaria y de RR.PP., 6 cr (OB)	
	Creatividad Publicitaria, 6 cr (OB)	Recursos Humanos, 6 cr (OB)	
	Plan de Marketing, 6 cr (OB)	Inglés: Expresión Oral, 6 cr (OB)	
	Gestión Empresarial y Financiera, 6 cr (OB)	Una asignatura optativa, 6 cr (OT)	
CUARTO	Prácticas I, 6 cr (PR)	Prácticas II, 6 cr (PR)	
	Dos asignaturas optativas, 6+6 cr (OT)	Dos asignaturas optativas, 6+6 cr (OT)	
	Metodología de la Actividad Publicitaria, 6 cr (OB)	Taller de Publicidad y Relaciones Públicas, 6 cr (OB)	
	Metodología de la Actividad de Relaciones Públicas, 6 cr (OB)	Trabajo de Fin de Grado, 6 cr (TR)	
Optativas	Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Publicidad, 6 cr (OT)	Nuevas Tecnologías Aplicadas a las Relaciones Públicas, 6 cr (OT)	
	Publicidad en Sectores Especializados, 6 cr (OT)	Relaciones Públicas en Sectores Especializados, 6 cr (OT)	
	Responsabilidad Social Corporativa, 6 cr (OT)	Protocolo: Teoría y Técnica, 6 cr (OT)	
	Agenda Setting y Grupos de Presión, 6 cr (OT)	Sistemas de Organización Política y Administrativa, 6 cr (OT)	
	Técnicas de Negociación y Toma de Decisiones, 6 cr (OT)	Liderazgo y Formación de Equipos de Trabajo, 6 cr (OT)	
	Comportamiento Social y Dinámica de Grupos, 6 cr (OT)	Programa de Movilidad, 6 cr (OT)	

**\*Competencia es la capacidad demostrada de utilizar conocimientos y habilidades.**

**5 Competencias generales de la Universidad de Barcelona**

**100001 C-1: Compromiso Ético.**

- Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad de tomar actitudes coherentes con las concepciones éticas y deontológicas.

**Materias en las que se trabaja: M1, M6, M7, M16, y M17.**

**100002 C-2: Capacidad de Aprendizaje y Responsabilidad.**

- Capacidad de análisis, de síntesis, de visión global y de aplicación de los conocimientos a la práctica.
- Capacidad de tomar decisiones y de adaptación a las nuevas situaciones.

**Materias en las que se trabaja: M1, M2, M3, M4, M5, M6, M8, M9, M10, M12, M14, M16 y M17.**

**100003 C-3: Trabajo en Equipo.**

- Capacidad de colaborar con los demás y de contribuir a un proyecto común.
- Capacidad de colaborar en equipos interdisciplinarios y en equipos multiculturales.

**Materias en las que se trabaja: M1, M6, M9, M13, M15, M16 y M17.**

**100004 C-4: Capacidad Creativa y Emprendedora.**

- Capacidad de formular, diseñar y gestionar proyectos.
- Capacidad para buscar e integrar nuevos conocimientos y actitudes.

**Materias en las que se trabaja: M6, M7, M9, M12, M15, M16 y M17.**

**100006 C-5: Capacidad Comunicativa.**

- Capacidad para comprender y expresarse oralmente y por escrito en catalán, castellano y en inglés, con dominio del lenguaje especializado.
- Capacidad de buscar, utilizar e integrar la información.

**Materias en las que se trabaja: M7, M11, M12, M16 y M17.**

**9 Competencias específicas del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad de Barcelona**

**120965 C-6: Conocimiento Teórico y Práctico de la Publicidad y las Relaciones Públicas así como de sus Procesos y Estructuras Organizativas.**

**Materias en las que se trabaja: M1, M6, M9, M10, M12, M14, M16 y M17.**

**120967 C-7: Conocimiento del Diseño y desarrollo de Estrategias y Aplicación de las Políticas de Comunicación persuasiva en las Instituciones y Empresas Públicas y Privadas.**

**Materias en las que se trabaja: M6, M9, M10, M16 y M17.**

**121773 C-8: Conocimiento de las Estrategias y Procesos orientados a la creación y realización de Mensajes Publicitarios.**

**Materias en las que se trabaja: M7, M11, M16 y M17.**

**121774 C-9: Conocimiento de las Estrategias y Procesos orientados a la creación y realización de Mensajes en RR.PP.**

**Materias en las que se trabaja: M7, M11, M16 y M17.**

**121775 C-10: Conocimiento de las Estrategias y Procesos orientados a la creación y realización de Mensajes Periodísticos.**

**Materias en las que se trabaja: M7, M11, M16 y M17.**

**121776 C-11: Estudio y Conocimiento de las Técnicas y Métodos del Marketing.**

**Materias en las que se trabaja: M9, M16 y M17.**

**121777 C-12: Conocimiento de la Gestión de las Áreas Funcionales de la Comunicación.**

**Materias en las que se trabaja: M6, M12, M16 y M17.**

**121778 C-13: Capacidad y habilidad para ejercer como Profesionales Encargados de la Atención al Cliente de Publicidad y Relaciones Públicas.**

**Materias en las que se trabaja: M1, M3, M6, M9, M15, M16 y M17.**

**121779 C-14: Conocimientos básicos para el análisis Económico, Jurídico y Social de las Empresas e Instituciones.**

**Materias en las que se trabaja: M2, M4, M8, M10, M16 y M17.**

- M1: Marco Teórico de la Comunicación.** 36 ECTS. Materia Básica. (CA):C1, C2, C3, C6 y C13.  
Asignaturas: Teoría de la Opinión Pública. Estructura de los Sistemas Comunicativos I: Dimensiones. Estructura de los Sistemas Comunicativos II: Sectores. Teoría de la Comunicación. Comunicación para la Igualdad: Ética y Deontología. Seminario: Análisis de Casos en Publicidad y RR.PP.
- M2: Introducción al Derecho.** 6 ECTS. Materia Básica. (CA):C2 i C14.  
Asignatura: Derecho Público y Privado.
- M3: Marco Teórico de la Psicología.** 6 ECTS. Materia Básica. (CA):C2 y C13.  
Asignatura: Psicología Social y del Consumo.
- M4: Marco Teórico de la Sociología.** 6 ECTS. Materia Básica. (CA):C2 y C14.  
Asignatura: Principios de Sociología.
- M5: Introducción a la Economía.** 6 ECTS. Materia Básica. (CA):C2.  
Asignatura: Principios de Economía.
- M6: Técnicas y Procedimientos de la Comunicación.** 60 ECTS. Materia Obligatoria. (CA):C1, C2, C3, C4, C6, C7, C12 y C13.  
Asignaturas: Teoría de la Publicidad. Teoría de las R.RPP. Documentación Informativa. Técnicas Publicitarias. Técnicas de RR.PP. Creatividad Publicitaria. Planificación y Medios Publicitarios. Metodología de la Actividad Publicitaria. Metodología de la Actividad de RR.PP. Taller de Publicidad y RR.PP.
- M7: Formas de Expresión Oral y Escrita en Publicidad y RR.PP.** 24 ECTS. Materia Obligatoria. (CA):C1, C4, C5, C8, C9 y C10.  
Asignaturas: Redacción Publicitaria. Redacción en RR.PP. Redacción Periodística. Retórica i Oratoria.
- M8: Derecho en Publicidad y RR.PP.** 6 ECTS. Materia Obligatoria. (CA):C2 y C14.  
Asignatura: Legislación Publicitaria y de RR.PP.
- M9: Gestión Empresarial en Publicidad y RR.PP.** 24 ECTS. Materia Obligatoria. (CA):C2, C3, C4, C6, C7, C11 y C13.  
Asignaturas: Principios de Marketing. Plan de Marketing. Gestión Empresarial y Financiera. Recursos Humanos.
- M10: Técnicas de Investigación en Sociología.** 6 ECTS. Materia Obligatoria. (CA):C2, C6, C7 y C14.  
Asignatura: Técnicas de investigación sociológica.
- M11: Inglés para Publicidad y RR.PP.** 12 ECTS. Materia Obligatoria. (CA):C5, C8, C9 y C10.  
Asignaturas: Inglés: Expresión Escrita. Inglés: Expresión Oral.
- M12: Instrumentos de Comunicación.** 42 ECTS. Materia Optativa. (CA):C2, C4, C5, C6 y C12.  
Asignaturas: Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Publicidad. Nuevas Tecnologías Aplicadas a las RR.PP. Publicidad en Sectores Especializados. RR.PP. en Sectores Especializados. Responsabilidad Social Corporativa. Protocolo: Teoría y Técnica. Programa de Movilidad.
- M13: Instrumentos de Sociología.** 6 ECTS. Materia Optativa. (CA):C3.  
Asignatura: Comportamiento Social i Dinámica de Grupos.
- M14: Marco Teórico de las Ciencias Políticas vinculado a las RR.PP.** 12 ECTS. Materia Optativa. (CA):C2 y C6.  
Asignaturas: Sistemas de Organización Política y Administrativa. Agenda *setting* y Grupos de Presión.
- M15: Técnicas de Investigación en Psicología.** 12 ECTS. Materia Optativa. (CA):C2, C6, C7 y C14.  
Asignaturas: Técnicas de Negociación y Toma de Decisiones. Liderazgo y Formación de Equipos de Trabajo.
- M16: Prácticas Externas.** 12 ECTS. Materia Obligatoria. (CA):TODAS.  
Asignaturas: Prácticas de Publicidad y RR.PP. I. Prácticas de Publicidad y RR.PP. II.
- M17: Trabajo de Fin de Grado.** 6 ECTS. Materia Obligatoria. (CA):TODAS.  
Asignatura: Trabajo de Fin de Grado.

## Acceso al Grado de Publicidad y Relaciones Públicas

De acuerdo con el artículo 10 del RD 139/2007 del 29 de octubre sobre ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, para el acceso a las enseñanzas oficiales de grado, se debe tener el título de Bachiller o equivalente y haber superado la prueba a la que se hace referencia en el artículo 42 de la Ley Orgánica de Universidades 6/2001, modificada por la Ley 4/2007 de 12 de abril, además de los otros mecanismos de acceso previstos en la normativa legal vigente.

La información relativa a las vías de acceso a los estudios universitarios la facilita cada curso académico la *Generalitat de Catalunya*:

*Comissionat per a Universitats i Recerca* - Acceso a la Universidad - Vías de acceso y preinscripción:

<http://www.gencat.cat/diue/ambits/ur/universitats/acces/index.html>

También se puede consultar en:

[http://www.esrp.net/2\\_accessos.htm](http://www.esrp.net/2_accessos.htm)

**\*Es imprescindible realizar la Preinscripción Universitaria.**

### Perfil recomendado

Es aconsejable el conocimiento de lengua inglesa, nivel B2, indicado en el Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas del Consejo de Europa.

Curso	Semestre	Formación básica	Obligatorias	Optativas	Prácticas externas	Trabajo de fin de Grado	Total semestre
1º	1º	24	6	-	-	-	<b>30</b>
1º	2º	18	12	-	-	-	<b>30</b>
2º	1º	12	18	-	-	-	<b>30</b>
2º	2º	6	24	-	-	-	<b>30</b>
3º	1º	-	30	-	-	-	<b>30</b>
3º	2º	-	24	6	-	-	<b>30</b>
4º	1º	-	12	12	6	-	<b>30</b>
4º	2º	-	6	12	6	6	<b>30</b>
<b>Total</b>		<b>60</b>	<b>132</b>	<b>30</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>240</b>

- **Matriculación para el primer curso de Grado: 60 créditos.**
- **Una vez superados los 60 créditos iniciales, consultad Normativa de Permanencia de la UB para las modalidades de tiempo completo y tiempo parcial.**



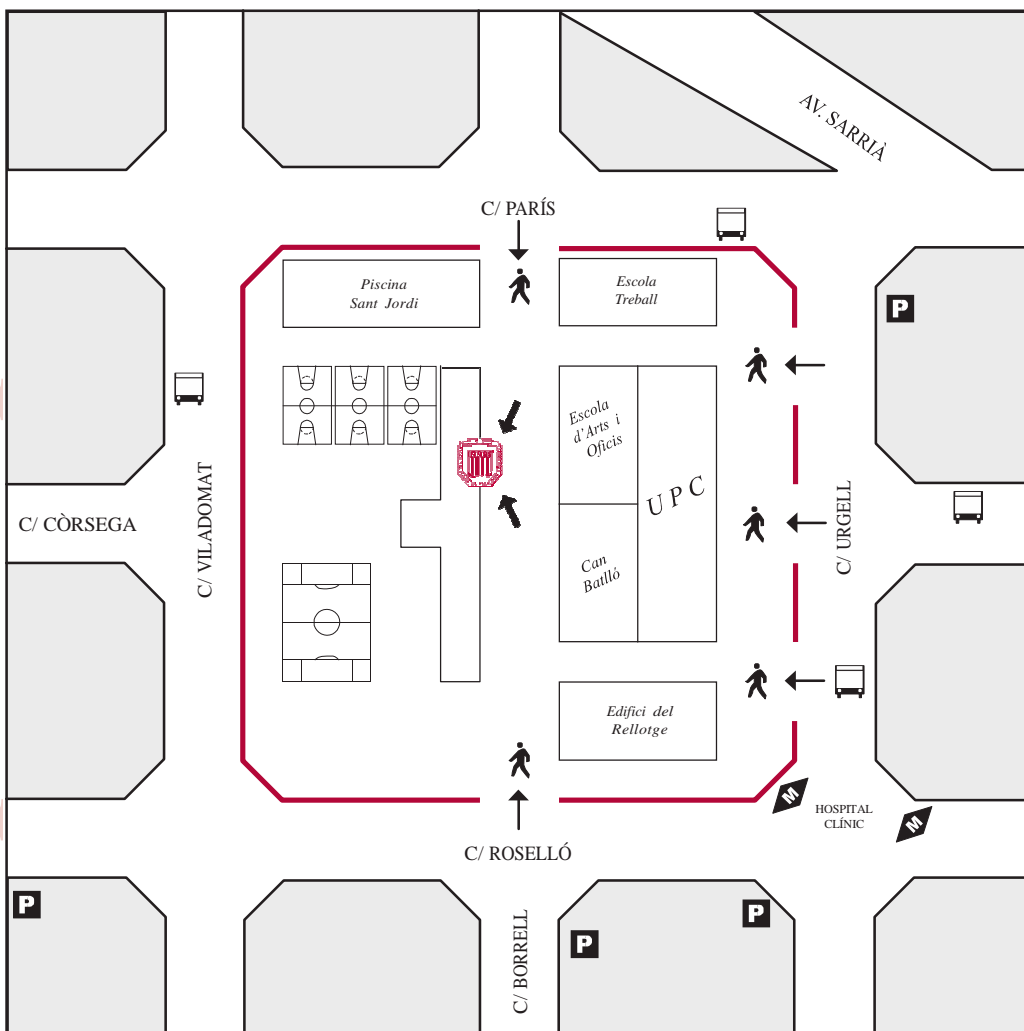
## FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EUROPEA DE RELACIONES PÚBLICAS

La Colección “*COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS*” es la primera que se especializa en el ámbito de la teoría i la práctica de las Relaciones Públicas.

Director: Dr. Antoni Noguero Grau

- 1 NOGUERO, A.; XIFRA, J. (Eds.) (1990): **Premios YUNQUE DE PLATA 1987**, ESRP-PPU, Barcelona. 236 p. ISBN 84-7665-658-0. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 2 BERNAYS, E.L. (1990): Los años últimos: **Radiografía de las Relaciones Públicas**, ESRP-PPU, Barcelona. 194 p. ISBN 84-7665-650-0. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 3 ARCEO VACAS, J.L. (1988): **Fundamentos para la teoría y técnica de las Relaciones Públicas**, ESRP-PPU, Barcelona. 136 p. ISBN 84-7665-364-6. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 4 NOGUERO, A. (1988): **Programación y técnicas de Relaciones Públicas**, ESRP-PPU, Barcelona. 243 p. ISBN 84-89607-68-0. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 5 HERREROS ARCONADA, M. (1989): **Teoría y técnica de la propaganda electoral. Formas publicitarias**, ESRP-PPU, Barcelona. 408 p. ISBN 84-7665-450-2. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 6 MOLINERO, C. (1995): Nova edició: **Teoría y fuentes del Derecho de la Información**, ESRP-PPU, Barcelona. 240 p. ISBN 84-89607-19-2. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 7 PARÉS I MAICAS, M. (1990): **El mecenatge, patrocini i comunicació**, ESRP-PPU, Barcelona. 141 p. ISBN 84-7665-791-9. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 8 NOGUERO, A. (1990): **Relaciones Públicas e industria de la persuasión. Análisis gnoseológico y situacional**, ESRP-PPU, Barcelona. 177 p. ISBN 84-7665-744-7. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 9 RECODER, M.J.; ABADAL, E.; CODINA, L. (1990): **Información electrónica y nuevas tecnologías**, ESRP-PPU, Barcelona. 164 p. ISBN 84-7665-811-7. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 10 MIÈGE, B. (1992): **La sociedad conquistada por la comunicación**, ESRP-PPU, Barcelona. 167 p. ISBN 84-7665-935-0. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 11 PARÉS I MAICAS, M. (1992): **Introducción a la comunicación social**, ESRP-PPU, Barcelona. 344 p. ISBN 84-7665-979-2. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 12 SAPERAS, E. (1992): **La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos**, ESRP-PPU, Barcelona. 275 p. ISBN 84-477-0018-6. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 13 FUENTES I PUJOL, E. (1992): **Documentación científica e información**, ESRP-PPU, Barcelona. 135 p. ISBN 84-477-0055-0. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 14 TOUSRAL, J.M. (1993): **Comportamiento social y dinámica de grupos**, ESRP-PPU, Barcelona. 151 p. ISBN 84-447-0140-9. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 15 MOSS, D. (Ed.) (1995): **Las Relaciones Públicas en la práctica: Libro de experiencias**, ESRP-PPU, Barcelona. 308 p. ISBN 84-477-0469-6. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 16 ARCEO VACAS, J.L.; HERREROS, M.; JIMÉNEZ, G.; ORTIZ J.; PÉREZ, M.Á. (1993): **Campañas electorales y publicidad política en España (1976-1991)**, ESRP-PPU, Barcelona. 512 p. ISBN 84-447-0142-2. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 17 MUNNEMATAMALA, F. (1993): **La comunicación en la cultura de masas**, ESRP-PPU, Barcelona. 250 p. ISBN 84-447-0240-5. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 18 PARÉS I MAICAS, M. (1994): **La nueva filantropía y la comunicación social: mecenazgo, fundación y patrocinio**, ESRP-PPU, Barcelona. 228 p. ISBN 84-447-0313-4. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 19 BALCELLS I JUNYENT, J. (1994): **La investigación social. Introducción a los métodos y las técnicas**, ESRP-PPU, Barcelona. 405 p. ISBN 84-447-0379-7. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 20 GRUNIG, J.E. (Próxima publicación): **Excelencia en Relaciones Públicas y Gestión de la Comunicación**, ESRP-PPU, Barcelona.
- 21 NOGUERO, A. (1995): **La función social de las Relaciones Públicas: historia, teoría y marco legal**, ESRP-PPU, Barcelona. 292 p. ISBN 84-89607-16-8. También en formato CD: ISBN 84-699-8434-9.
- 22 SALÓ, N. (Ed.) (2000): **La comunicación en las organizaciones**. [CD]FUERP-ESRP. ISBN 84-699-8434-9.

esrp@esrp.net  
esrp@esrp.net

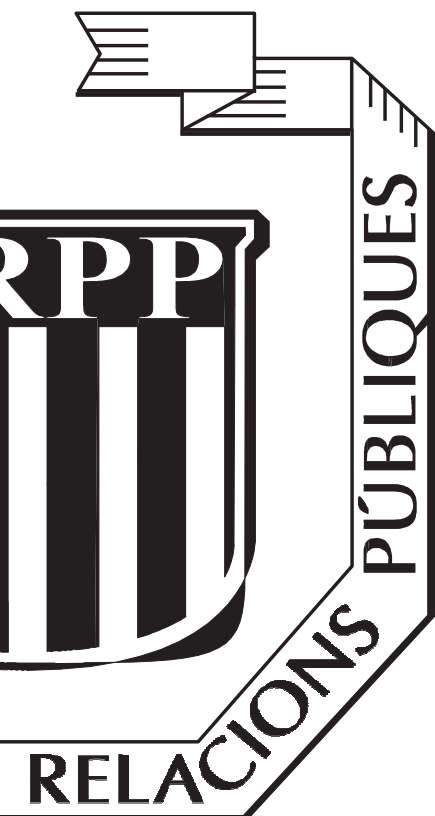


www.esrp.net  
www.esrp.net



Línea Azul  
Estación: Hospital Clínic

B U S:  14, 41, 43, 44, 54, 58, 59, 63, 64, 66, 67, 68.



Urgell, 187  
Recinto de la Universidad Industrial  
08036 Barcelona  
Tel. 93 321 54 62  
Fax 93 410 04 02  
esrp@esrp.net  
www.esrp.net

Horario de Secretaría:  
De lunes a viernes: de 09,00 a 21,00 horas.

Julio y Navidad:  
De lunes a viernes: de 09,00 a 15,00 horas  
y todas las tardes de 17,00 a 19,30 horas, excepto los viernes.

Agosto: cerrado.

