

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

COMPETENCIAS

Competencias genéricas

- CG-1.** Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico.
- CG-2.** Capacidad para trabajar en equipo.
- CG-3.** Capacidad de liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor.
- CG-4.** Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones.
- CG-5.** Capacidad para desarrollar el pensamiento creativo.
- CG-6.** Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones.
- CG-7.** Capacidad para conocer las culturas y costumbres de otros países, para apreciar la diversidad y multiculturalidad y respetar los derechos humanos universales.
- CG-8.** Capacidad para ejercer con responsabilidad, autonomía, independencia y compromiso ético la práctica profesional.
- CG-9.** Capacidad para comunicar imágenes, ideas o símbolos.
- CG-10.** Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica.
- CG-11.** Capacidad para desarrollar un perfil investigador.
- CG-12.** Capacidad para el desarrollo de aprendizaje autónomo.
- CG-13.** Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- CG-14.** Capacidad para el desarrollo de habilidades básicas de informática.
- CG-15.** Capacidad para comunicarse con expertos de otras áreas.
- CG-16.** Capacidad para desarrollar habilidades interpersonales.
- CG-17.** Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar.
- CG-18.** Capacidad de aprendizaje autónomo (aprender a aprender).

CG-19. Capacidad de organización y planificación.

Competencias específicas

CE-1. Capacidad y habilidad para comprender y expresarse correctamente con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita con aplicación a los distintos medios.

CE-2. Capacidad y habilidad para comprender y expresarse correctamente con fluidez y eficacia comunicativa en lengua inglesa de manera oral y escrita con aplicación a los distintos medios.

CE-3. Capacidad y habilidad para utilizar los sistemas, recursos informáticos y tecnologías de la información y la comunicación y sus aplicaciones interactivas.

CE-4. Capacidad para aplicar las tecnologías y los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir contenidos en el proceso de comunicación.

CE-5. Capacidad y habilidad para exponer razonadamente ideas a partir de los fundamentos expresivos de la comunicación.

CE-6. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación y de la publicidad y de las relaciones públicas.

CE-7. Capacidad para conocer y comprender el funcionamiento de nuestro ordenamiento jurídico y su relevancia en relación al ejercicio de cualquier actividad de tipo profesional.

CE-8. Capacidad para conocer y comprender el funcionamiento del ordenamiento jurídico en el ámbito específico de la comunicación.

CE-9. Conocer el significado y relevancia de la normativa en materia de igualdad, en especial la relativa a la igualdad de género e integración de personas con discapacidad.

CE-10. Capacidad para conocer y comprender el funcionamiento de nuestro sistema económico y de mercado y en especial la empresa como entidad central en relación al ejercicio de una actividad de carácter profesional.

CE-11. Capacidad para conocer y gestionar la estructura y funcionamiento de organizaciones y empresas de comunicación.

CE-12. Capacidad para analizar y aplicar los instrumentos de marketing a la estrategia general de la empresa.

CE-13. Capacidad para conocer y aplicar la ética y deontología profesional en el ámbito de la comunicación.

CE-14. Capacidad para conocer el estado del mundo y su evolución histórica desde una perspectiva social, política, económica, comunicativa y cultural, para una mayor comprensión de la realidad y el pensamiento contemporáneo.

CE-15. Capacidad para conocer los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual y de cómo se gestan y difunden según las estrategias comunicativas y los intereses sociales, políticos, económicos y culturales.

CE-16. Capacidad para el análisis crítico de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad.

CE-17. Capacidad para conocer los fundamentos psicosociales que integran el ámbito de la comunicación.

CE-18. Capacidad para integrar conocimientos artísticos heterogéneos en la elaboración o creación de nuevos contenidos.

CE-19. Capacidad para analizar y crear textos y documentos de carácter científico de cualquier temática especializada y saber resumirlos o adaptarlos a un público objetivo determinado.

CE-20. Capacidad para integrar métodos de investigación en la creación del conocimiento científico.

CE-21. Capacidad para analizar, interpretar y divulgar datos estadísticos aplicados a los distintos ámbitos de la comunicación.

CE-22. Capacidad y habilidad para buscar, seleccionar y organizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración o creación de contenidos.

CE-23. Capacidad para conocer la naturaleza, procesos y técnicas de la imagen y el sonido.

CE-24. Capacidad y habilidad para el diseño mediante técnicas infográficas de los aspectos formales o estéticos en medios escritos, gráficos y audiovisuales.

CE-25. Capacidad de conocer los procesos informativos y comunicativos, así como las principales corrientes y teorías que los formalizan y critican desde un punto de vista conceptual, metodológico e investigativo.

CE-26. Capacidad para analizar los distintos sistemas mediáticos impresos y audiovisuales y aplicar su conocimiento a la práctica profesional.

CE-27. Capacidad para conocer desde un punto de vista teórico y práctico los procesos y estructuras organizativas de la publicidad y de las relaciones públicas.

CE-28. Capacidad para conocer los procesos de marketing relacional y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia.

CE-29. Capacidad para analizar la evolución de mercados de múltiple naturaleza.

CE-30. Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes.

CE-31. Capacidad para conocer el departamento de comunicación de las empresas e instituciones, habilidades y técnicas necesarias para su dirección, en especial la gestión del conocimiento, los intangibles de la empresa, mercados y productos financieros.

CE-32. Capacidad y habilidad para proyectar la imagen de la empresa y organizar los actos públicos y privados de las empresas e Instituciones.

CE-33. Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación, fijar los objetivos, definir el público objetivo, plantear estrategias y controlar el presupuesto de comunicación.

CE-34. Capacidad y habilidad para ser responsable del área de comunicación de un organismo o empresa y establecer contactos con los diferentes públicos, tanto internos como externos.

CE-35. Capacidad para adelantarse a las tendencias y predecir las demandas de los clientes (potenciales y reales).

CE-36. Capacidad para analizar e investigar las audiencias, así como para analizar, seleccionar y comprar soportes y medios que permitan la planificación de la difusión publicitaria.

CE-37. Capacidad para ejercer las funciones que desarrollan el departamento de medios de una agencia y las centrales de medios.

CE-38. Capacidad para conocer el proceso de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y sistemas de análisis de las campañas.

CE-39. Capacidad para analizar y elaborar estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.

CE-40. Capacidad para conocer los procesos psicológicos básicos en la comunicación, en el consumidor y los modelos psicológicos específicos desarrollados para la comunicación y la persuasión.

- CE-41.** Capacidad para dar forma creativa al mensaje, tanto en la realización de las piezas publicitarias básicas como en la supervisión de su producción definitiva.
- CE-42.** Capacidad para desarrollar nuevos soportes y formas publicitarias.
- CE-43.** Capacidad para analizar el departamento de marketing dentro de las empresas e instituciones y las habilidades y técnicas necesarias para su dirección.
- CE-44.** Capacidad para estudiar los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades comerciales.
- CE-45.** Capacidad para analizar los métodos y técnicas de marketing específicas en la toma de decisiones en los distintos ámbitos de actuación.
- CE-46.** Capacidad y habilidad para establecer el plan de marketing: fijar los objetivos comerciales, definir el público objetivo, plantear estrategias o controlar el presupuesto de marketing entre otras tareas propias de este perfil.
- CE-47.** Capacidad para investigar y analizar fenómenos y procesos de comunicación para todo tipo de organizaciones públicas y privadas, así como ser especialistas en tareas de asesoría, consultoría y mediación.
- CE-48.** Capacidad para impartir la docencia en las enseñanzas superiores o medias, concretamente materias de comunicación y nuevas tecnologías de la información y comunicación.
- CE-49.** Capacidad para adquirir una conciencia respetuosa con el medio ambiente y que reconozca la interdependencia de los derechos humanos, el desarrollo sostenible y la paz.
- CE-50.** Capacidad para desarrollar un compromiso ético de respeto a la dignidad humana, los derechos y libertades fundamentales de todas las personas, y la igualdad de hombres y mujeres.
- CE-51.** Capacidad para comprender la dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
- CE-52.** Capacidad para comprender el carácter dinámico y evolutivo de la nueva sociedad del ocio.
- CE-53.** Capacidad para desarrollar una marcada orientación de servicio al cliente.
- CE-54.** Capacidad para dirigir y gestionar (management) la empresa entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.
- CE-55.** Capacidad y habilidad para manejar técnicas de comunicación.

- CE-56.** Capacidad para comprender el funcionamiento de los sectores empresariales en el ámbito mundial.
- CE-57.** Capacidad para trabajar en medios socioculturales diferentes.
- CE-58.** Capacidad para desarrollar motivación por la calidad.
- CE-59.** Capacidad para conocer y aplicar el método periodístico.
- CE-60.** Capacidad para valorar el hecho noticiable y comunicarlo en el lenguaje y a través de los géneros de los medios.
- CE-61.** Capacidad para conocer y diferenciar las áreas y temas de especialización de los medios de comunicación.
- CE-62.** Capacidad para desempeñar las principales tareas periodísticas.
- CE-63.** Capacidad y habilidad para la lectura y el análisis de textos periodísticos.
- CE-64.** Capacidad para buscar y analizar información procedente de diversas fuentes.
- CE-65.** Capacidad para manejar adecuadamente técnicas y herramientas matemáticas y estadísticas.
- CE-66.** Capacidad para establecer el impacto social y los efectos de la actividad periodística sobre los ciudadanos.
- CE-67.** Capacidad para conocer los procesos psicológicos básicos en el consumidor y los modelos psicológicos específicos desarrollados para la persuasión.
- CE-68.** Capacidad para analizar, interpretar y divulgar datos estadísticos aplicados a los distintos hábitos de la comunicación.
- CE-69.** Capacidad para conocer y aplicar las técnicas y procesos de creación y difusión de producciones audiovisuales (cine, televisión, radio, publicidad, hipermedia, videojuego, animación, infografía, música, fotografía o narración gráfica).
- CE-70.** Capacidad para conocer y aplicar los fundamentos de la infografía y la animación.
- CE-71.** Capacidad para identificar y valorar la identidad, comunicación, imagen, reputación y marca de una organización, producto o persona.
- CE-72.** Capacidad para diseñar una estructura organizativa y gestionar procesos de cambio (change management) y aprendizaje organizativo.
- CE-73.** Capacidad para elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales.

CE-74. Capacidad para buscar y analizar información procedente de diversas fuentes.

CE-75. Capacidad para definir objetivos y desarrollar estrategias y políticas comerciales.

CE-76. Capacidad para gestionar la dirección de comunicación y las relaciones públicas.

CE-77. Capacidad para desarrollar proyectos de comunicación de una empresa u organización.

CE-78. Capacidad para dirigir, gestionar y desarrollar el capital humano de la empresa.

CE-79. Capacidad para comprender los códigos audiovisuales para la realización de contenidos en el ámbito de la comunicación.

CE-80. Capacidad para analizar mensajes audiovisuales desde las claves programáticas del lenguaje audiovisual.