

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

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 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 en 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.

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 del ámbito publicitario.

CE-7. Capacidad para conocer y comprender el funcionamiento de nuestro ordenamiento jurídico y la relevancia de este 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 de 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 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.

CE-28. Capacidad para conocer la historia y evolución de los medios audiovisuales.

CE-29. Capacidad para conocer las teorías, métodos y procesos de la comunicación audiovisual.

CE-30. Capacidad para analizar las problemáticas sociales, culturales y artísticas de la comunicación audiovisual.

CE-31. Capacidad para la identificación de los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales en su estructura industrial.

CE-32. Capacidad para analizar las industrias culturales audiovisuales y sus estructuras organizativas de producción, distribución, difusión y exhibición.

CE-33. Capacidad para conocer las dinámicas políticas, económicas, tecnológicas y culturales que condicionan la construcción empresarial desde una perspectiva histórica y actual en el contexto español e internacional.

CE-34. Capacidad para analizar e interpretar críticamente textos audiovisuales.

CE-35. Capacidad para conocer, identificar y aplicar recursos, métodos, modalidades y técnicas de los procesos de análisis y construcción de los textos audiovisuales.

CE-36. Capacidad para enmarcar el arte y la cultura audiovisual desde un punto de vista socio-antropológico.

CE-37. 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-38. Capacidad para conocer y aplicar las diferentes estructuras, técnicas, modos o instrumentos de la construcción del guión audiovisual referido a los distintos medios, soportes y formatos.

CE-39. Capacidad para dirigir o realizar obras en cualquier medio o formato audiovisual.

CE-40. Capacidad para conocer y aplicar técnicas y procedimientos de la creación plástica de la imagen, la dirección artística y el diseño sonoro a los diferentes soportes audiovisuales.

CE-41. Capacidad para diseñar y concebir estéticamente la puesta en escena, la puesta en imágenes y la puesta en serie de una obra audiovisual.

CE-42. Capacidad para conocer y aplicar los fundamentos del montaje y la postproducción audiovisual.

CE-43. Capacidad para conocer y aplicar los fundamentos de la infografía y la animación.

CE-44. Capacidad para construir o narrar relatos por medio de discursos audiovisuales.

CE-45. Capacidad para contextualizar y aplicar conocimientos históricos, artísticos, musicales y literarios a las obras audiovisuales.

CE-46. Capacidad para abordar las posibilidades expresivas del medio radio, desde el conocimiento del lenguaje sonoro y sus aplicaciones en formatos y programas.

CE-47. Capacidad para producir, realizar y presentar contenidos radiofónicos.

CE-48. Capacidad para analizar y elaborar formatos, géneros, programas y programaciones televisivas, radiofónicas e hipermediáticas.

CE-49. Capacidad para conocer y aplicar las técnicas y procesos de producción, difusión, distribución o exhibición audiovisual (cine, televisión, radio, publicidad, hipermedia, videojuego, animación, infografía, música, fotografía o narración gráfica).

CE-50. Capacidad y habilidad para planificar y gestionar los recursos humanos, técnicos y presupuestarios aplicados a los distintos medios, soportes o formatos audiovisuales.

CE-51. Capacidad para desarrollar y ejercer las distintas funciones profesionales de la producción audiovisual.

CE-52. Capacidad para adquirir un conocimiento teórico-práctico de las distintas tecnologías analógicas y digitales que componen los medios audiovisuales.

CE-53. Capacidad para el uso adecuado de herramientas y componentes tecnológicos de captación y registro visual y sonoro.

CE-54. Capacidad para conocer y utilizar elementos técnicos de fotografía e iluminación y los instrumentos técnicos digitales del montaje y la postproducción de la imagen y sonido.

CE-55. Capacidad para conocer y utilizar las distintas plataformas y programas de diseño gráfico, creación multimedia, infografía y animación.

CE-56. Capacidad para componer la escenografía y la iluminación que en cada contexto audiovisual sean necesarias para su perfecta armonía.

CE-57. Capacidad para integrar la música en bandas sonoras y lograr una producción sonora y una ambientación musical óptimas para cada producto.

CE-58. Capacidad para conocer y aplicar el método periodístico.

CE-59. Capacidad para valorar el hecho noticiable y comunicarlo en el lenguaje y a través de los géneros de los medios.

CE-60. Capacidad para conocer y diferenciar las áreas y temas de especialización de los medios de comunicación.

CE-61. Capacidad para desempeñar las principales tareas periodísticas.

CE-62. Capacidad y habilidad para la lectura y el análisis de textos periodísticos.

CE-63. Capacidad para establecer el impacto social y los efectos de la actividad periodística sobre los ciudadanos.

CE-64. Capacidad para comprender los códigos audiovisuales para la realización de contenidos en el ámbito de la comunicación.

CE-65. Capacidad para analizar mensajes audiovisuales desde las claves programáticas del lenguaje audiovisual.

CE-66. Capacidad para conocer el proceso de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas.

CE-67. Capacidad y habilidad para dar forma creativa el mensaje, tanto en la realización de las piezas publicitarias básicas como en la supervisión de su producción definitiva.

CE-68. Capacidad para analizar, interpretar y divulgar datos estadísticos aplicados a los distintos hábitos de la comunicación.

CE-69. Capacidad para conocer el departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección. en especial de la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa, mercados y de los productos financieros.

CE-70. Capacidad y habilidad para proyectar la imagen de la empresa y organizar los actos públicos y privados (eventos de cualquier naturaleza) de las empresas e instituciones.

CE-71. 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-72. 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-73. Capacidad para impartir la docencia en las enseñanzas superiores o medias, concretamente materias de comunicación y nuevas tecnologías de la información y comunicación.

CE-74. Capacidad para identificar y valorar la identidad, comunicación, imagen, reputación y marca de una organización, producto o persona.

CE-75. Capacidad para el análisis crítico de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad.

CE-76. Capacidad de adelantarse a las tendencias y predecir las demandas de los clientes (potenciales y reales).

CE-77. Capacidad para conocer el proceso de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas.

CE-78. 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-79. Capacidad para conocer los procesos psicológicos básicos en la comunicación y en el consumidor y modelos psicológicos específicos desarrollados para la comunicación y la persuasión.

CE-80. Capacidad y habilidad para dar forma creativa el mensaje, tanto en la realización de las piezas publicitarias básicas como en la supervisión de su producción definitiva.

CE-81. Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes.

CE-82. Capacidad para desarrollar nuevos soportes y formas publicitarias.

CE-83. Capacidad y habilidad para utilizar los sistemas, recursos informáticos y tecnologías de la información y la comunicación y sus aplicaciones interactivas.

CE-84. Capacidad para aplicar las tecnologías y los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir contenidos en el proceso de comunicación.

CE-85. 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-86. Capacidad para el análisis crítico de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad.

CE-87. Capacidad para comprender y analizar los códigos audiovisuales y el lenguaje audiovisual para la generación de contenidos en el ámbito de la comunicación.

CE-88. Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales en medios escritos, gráficos y audiovisuales.

CE-89. Capacidad para conocer y manejar los principales formatos y soportes mediáticos.

CE-90. Capacidad para establecer el impacto social y los efectos de la actividad periodística sobre los ciudadanos.

CE-91. Capacidad para conocer y aplicar el método periodístico.

CE-92. Capacidad para valorar el hecho noticiable y comunicarlo en el lenguaje y a través de los géneros de los medios.

CE-93. Capacidad para conocer y diferenciar las áreas y temas de especialización de los medios de comunicación.

CE-94. Capacidad para desempeñar las principales tareas periodísticas.

CE-95. Capacidad para conocer los procesos de marketing relacional y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia.

CE-96. Capacidad y habilidad para establecer el plan de marketing: fijar los objetivos comerciales, definir el público objetivo, plantear las estrategias, controlar el presupuesto de marketing entre otras tareas propias de este perfil.

CE-97. Capacidad de ver y comprender las características estéticas desarrolladas con el uso de las tecnologías de información y comunicación.

CE-98. Capacidad de analizar formas de interacción social que se establecen en las nuevas tecnologías de información y comunicación.

CE-99. Capacidad para estudiar las comunidades virtuales, la interconexión y la inteligencia colectiva.

CE-100. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos.