

## GRADO EN PERIODISMO

### 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 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 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.** 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-10.** Capacidad para conocer y gestionar la estructura y funcionamiento de organizaciones y empresas de comunicación.

**CE-11.** Capacidad para analizar y aplicar los instrumentos de marketing a la estrategia general de la empresa.

**CE-12.** Capacidad para conocer y aplicar la ética y deontología profesional en el ámbito de la comunicación.

**CE-13.** 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-14.** 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-15.** Capacidad para el análisis crítico de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad.

**CE-16.** Capacidad para integrar conocimientos artísticos y estéticos heterogéneos en la elaboración o creación de nuevos contenidos.

**CE-17.** 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-18.** Capacidad para integrar métodos de investigación en la creación del conocimiento científico.

**CE-19.** Capacidad para analizar, interpretar y divulgar datos estadísticos aplicados a los distintos ámbitos de la comunicación.

**CE-20.** 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-21.** Capacidad para comprender y analizar los códigos audiovisuales y el lenguaje audiovisual para la generación de contenidos en el ámbito de la comunicación.

**CE-22.** Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales en medios escritos, gráficos y audiovisuales.

**CE-23.** 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-24.** Capacidad para conocer los fundamentos y la estructura de la actividad publicitaria y de las relaciones públicas.

**CE-25.** Capacidad para conocer la estructura de los medios de comunicación.

**CE-26.** Capacidad para conocer y manejar los principales formatos y soportes mediáticos.

**CE-27.** Capacidad para interpretar la evolución histórica del periodismo universal.

**CE-28.** Capacidad para analizar la realidad sociocomunicativa del entorno más cercano y del contexto nacional e internacional.

**CE-29.** Capacidad para interpretar y aplicar las teorías, conceptos y corrientes del periodismo.

**CE-30.** Capacidad para establecer el impacto social y los efectos de la actividad periodística sobre los ciudadanos.

**CE-31.** Capacidad para conocer y aplicar el método periodístico.

**CE-32.** Capacidad para valorar el hecho noticiable y comunicarlo en el lenguaje y a través de los géneros de los medios.

**CE-33.** Capacidad para conocer y diferenciar las áreas y temas de especialización de los medios de comunicación.

- CE-34.** Capacidad para desempeñar las principales tareas periodísticas.
- CE-35.** Capacidad y habilidad para la lectura y el análisis de textos periodísticos.
- CE-36.** Capacidad para planificar proyectos de investigación.
- CE-37.** Capacidad para desarrollar investigaciones científicas que contribuyan al conocimiento, avance y discusión sobre la información y la comunicación.
- CE-38.** Capacidad para gestionar la dirección de comunicación y las relaciones públicas.
- CE-39.** Capacidad identificar y valorar la identidad, comunicación, imagen, reputación y marca de una organización, producto o persona.
- CE-40.** Capacidad para desarrollar proyectos de comunicación de una empresa u organización.
- CE-41.** Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos.
- CE-42.** 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-43.** Capacidad para conocer la historia y evolución de los medios audiovisuales.
- CE-44.** Capacidad para conocer las teorías, métodos y procesos de la Comunicación Audiovisual.
- CE-45.** Capacidad para analizar las problemáticas sociales, culturales y artísticas de la Comunicación Audiovisual.
- CE-46.** Capacidad para conocer los fundamentos psicológicos que integran el ámbito de la comunicación.
- CE-47.** Capacidad para analizar los distintos sistemas mediáticos impresos y audiovisuales y aplicar su conocimiento a la práctica.
- CE-48.** Capacidad para analizar e interpretar críticamente textos audiovisuales.
- CE-49.** Capacidad para conocer, identificar y aplicar recursos, métodos, modalidades y técnicas en los procesos de análisis y construcción de los textos audiovisuales.
- CE-50.** Capacidad para enmarcar el arte y la cultura audiovisual desde un punto de vista socio-antropológico.
- CE-51.** Capacidad para conocer el proceso de elaboración de los mensajes publicitarios: métodos, técnicas creativas y los sistemas de análisis de las campañas.

**CE-52.** Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje, tanto en la realización de las piezas publicitarias básicas como en la supervisión de su producción definitiva.

**CE-53.** 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-54.** 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-55.** 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-56.** 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-57.** Capacidad para impartir la docencia en las enseñanzas superiores o medias, concretamente materias de comunicación y nuevas tecnologías de la información y comunicación.

**CE-58.** Capacidad para investigar y analizar fenómenos y procesos de comunicación para todo tipo de organizaciones públicas y privadas, así como ser especialista en tareas de asesoría, consultoría y mediación.

**CE-59.** Capacidad para conocer los procesos de marketing relacional y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia.

**CE-60.** Capacidad para analizar e investigar audiencias, así como el análisis, selección y compra de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria.

**CE-61.** Capacidad para ejercer las funciones que desarrolla el departamento de medios de una agencia y las centrales de medios.

**CE-62.** Capacidad para adelantarse a las tendencias y predecir las demandas de los clientes (potenciales y reales).

**CE-63.** Capacidad de análisis de los métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones en sus distintos ámbitos de actuación.

**CE-64.** Capacidad 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-65.** Capacidad para adquirir un conocimiento teórico-práctico de las distintas tecnologías analógicas y digitales que componen los medios audiovisuales.

**CE-66.** Capacidad para el uso adecuado de herramientas y componentes tecnológicos de captación y registro visual y sonoro.

**CE-67.** Capacidad para comprender los códigos audiovisuales para la realización de contenidos en el ámbito de la comunicación.

**CE-68.** Capacidad para analizar mensajes audiovisuales desde las claves programáticas del lenguaje audiovisual.

**CE-69.** Capacidad de ver y comprender las características estéticas desarrolladas con el uso de las tecnologías de información y comunicación.

**CE-70.** Capacidad de analizar formas de interacción social que se establecen en las nuevas tecnologías de información y comunicación.

**CE-71.** Capacidad para estudiar las comunidades virtuales, la interconexión y la inteligencia colectiva.