

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.