

3. COMPETENCIAS

El plan presentado, se ajusta a lo establecido en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, donde se especifica, en su artículo 9, la finalidad de las enseñanzas de grado: *“Las enseñanzas de Grado tienen como finalidad la obtención por parte del estudiante de una formación general, en una o varias disciplinas, orientada a la preparación para el ejercicio de actividades de carácter profesional”. E inspirado en los principios de:*

- a) el respeto a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.
- b) el respeto y promoción de los Derechos Humanos y los principios de accesibilidad universal y diseño para todos.
- c) los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos.

En este sentido, el objetivo que pretende conseguir el título de Grado es *formar profesionales con conocimientos humanísticos y técnicos en el ámbito de la Publicidad y las Relaciones Públicas con énfasis en el dominio de conocimientos en comunicación (publicitaria y corporativa), marketing y planeación de medios (audiovisuales e impresos), aprovechando los avances tecnológicos en comunicación en el contexto local y global.*

3.1. COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

3.1.1. BÁSICAS

Como se indica en el Real Decreto 861/2010, se garantizarán las siguientes competencias básicas:

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

3.1.2. COMPETENCIAS GENERALES

Las competencias generales de los graduados en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Europea del Atlántico son:

- CG1 Capacidad para reconocer, analizar e interpretar diversos procesos de comunicación.
- CG2 Capacidad para desarrollar pensamiento crítico en la investigación y la actividad profesional.
- CG3 Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.
- CG4. Capacidad para aplicar sus conocimientos en propuestas innovadoras.
- CG5. Capacidad para emprender iniciativas con autonomía.
- CG6 Capacidad para asumir un compromiso ético en la práctica profesional.

3.2. COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT1 Comunicar ideas y propuestas adecuadamente en lengua inglesa de forma oral y escrita.
- CT2 Utilizar y aplicar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el ámbito académico y profesional.
- CT3 Planificar, gestionar, dirigir, impulsar y realizar proyectos.
- CT4 Poseer iniciativa y espíritu emprendedor.
- CT5 Respetar, aceptar y aprovechar la diversidad de personas, ideas y contextos.
- CT6 Colaborar y trabajar en equipos multidisciplinares y multiculturales.

3.3. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE1. Desarrollar habilidades para el análisis y tratamiento de mensajes a través de los medios de comunicación.
- CE2. Introducir en los conocimientos sobre la aplicación del diseño gráfico para generar procesos de comunicación.
- CE3. Distinguir desde un punto de vista teórico y práctico los procesos de comunicación publicitaria.
- CE4. Distinguir desde un punto de vista teórico y práctico los procesos de creación de mensajes en la comunicación publicitaria.
- CE5. Aplicar conocimientos sobre procesos de planificación de estrategias para campañas publicitarias en diferentes soportes y medios.
- CE6. Profundizar en conocimientos sobre la relación entre los medios de comunicación y la opinión pública
- CE7. Comprender los procesos de la investigación de mercados y su aplicación en el ámbito profesional.
- CE8. Dominar conocimientos sobre métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones en las áreas de de publicidad y de relaciones públicas
- CE9. Dominar los conocimientos básicos y procesos del marketing digital.
- CE10. Dominar conocimientos teórico -prácticos sobre las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas.

- CE12. Desarrollar habilidades para emprender estrategias y gestión de procesos de comunicación corporativa en empresas e instituciones.
- CE13. Desarrollar fundamentos conceptuales y conocimientos prácticos de la dirección estratégica aplicados a la comunicación.
- CE14. Aplicación de conocimientos sobre técnicas de realización audiovisual en el ámbito académico y profesional
- CE15. Conocer y aplicar los fundamentos del lenguaje y la técnica audiovisual en procesos de creación y difusión de mensajes en video, cine, televisión y multimedia.
- CE16. Analizar el proceso histórico de los medios audiovisuales desde el punto de vista estético y sus repercusiones sociales.
- CE17. Desarrollar destrezas para la creación y gestión de productos multimedia.
- CE18. Distinguir las principales teorías que explican los procesos de comunicación humana, y su evolución.
- CE19. Aplicar las técnicas básicas de la Comunicación Oral para expresar públicamente, y de forma adecuada y efectiva, una idea o proyecto.
- CE20. Exponer públicamente, de forma adecuada y efectiva una idea o proyecto teniendo en cuenta principios de comunicación presencial.
- CE21. Dominar fundamentos y conocimientos teórico-prácticos de comunicación visual.
- CE22. Dominar el lenguaje de la fotografía tanto en entornos analógicos como digitales.
- CE23. Dominar conocimientos sobre el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación para su aplicación práctica en procesos de comunicación y de aprendizaje.
- CE24. Expresar correctamente ideas, conceptos y proyectos de manera oral y escrita en la lengua española.
- CE25. Comunicarse adecuadamente en inglés de forma oral y por escrito en una amplia variedad de situaciones, de diferente grado de complejidad y pertenecientes al ámbito personal, social, profesional y académico.
- CE26. Desenvolverse con éxito desde el punto de vista sociocultural en entornos diversos de las comunidades de habla inglesa, especialmente del ámbito profesional y académico.
- CE27. Aplicar estrategias de aprendizaje relacionadas con el aprendizaje de lenguas.
- CE28. Analizar de manera crítica los aspectos relevantes que configuran el panorama social mundial.
- CE29. Distinguir la estructura, los conceptos, los autores y los enfoques de la denominada Sociedad de la Información y del Conocimiento.
- CE30. Aplicar métodos y técnicas de investigación para la recolección, análisis, y sistematización de información en el ámbito profesional.
- CE31. Conocer los fundamentos y hechos de naturaleza económica implicados en el funcionamiento de la empresa, y el liderazgo de proyectos empresariales.
- CE32. Capacidad para conocimientos sobre economía de la empresa y asumir liderazgo en proyectos empresariales propios.
- CE33. Aplicar adecuadamente los conocimientos adquiridos durante el grado, en entidades y organizaciones que se dedican a nivel profesional a actividades de Publicidad y las Relaciones Públicas.

- CE34. Capacidad para incorporarse y adaptarse a equipos de trabajo diversos en entornos laborales y profesionales.
- CE35. Realizar un proyecto o estrategia de Publicidad y Relaciones Públicas basado en procesos de investigación y en el cual se apliquen los conocimientos adquiridos en el desarrollo de las materias.

3.3.1. COMPETENCIAS DE MATERIAS OPTATIVAS

- CEO1. Desarrollar conocimientos teórico-prácticos sobre las directrices para el diseño y la composición en pantalla de productos informativos para prensa.
- CEO2. Dominar los criterios sobre redacción y narrativa periodísticas, y sus aplicaciones en el género noticioso.
- CEO3. Poseer habilidades para aplicar los criterios sobre redacción y narrativa periodísticas en tratamiento de información de opinión e interpretación.
- CEO4. Distinguir aspectos concernientes a la relación entre el ejercicio periodístico y el derecho de la información.
- CEO5. Analizar la evolución de las tecnologías audiovisuales desde el punto de vista técnico, y que se encuentran disponibles para la producción de obras audiovisuales.
- CEO6. Distinguir y aplicar criterios y técnicas específicas para la construcción del guión audiovisual en proyectos, televisivos, videográficos, y multimedia.
- CEO7. Desarrollar habilidades para la producción de obras audiovisuales teniendo en cuenta los requerimientos y procedimientos adecuados para su inclusión en la industria.
- CEO8. Dominar habilidades para la dirección cinematográfica.
- CEO9. Conocimiento de la nueva normativa contable y capacidad para aplicar el Plan General Contable
- CEO10. Conocimiento de la contabilidad que realizan las empresas en su ámbito interno a fin de obtener información para la toma de decisiones
- CEO11. Capacidad para aplicar los conceptos básicos de la Responsabilidad Social y la Ética Empresarial, contribuyendo al desarrollo de habilidades relacionadas con la redacción y presentación de códigos éticos
- CEO12. Saber aplicar la metodología y técnicas del coaching en procesos de desarrollo.