

COMPETENCIAS

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Facultad de Ciencias Sociales y de la
Comunicación



Contenido

1. Relación de competencias del título
 - 1.1. Competencias básicas
 - 1.2. Competencias generales
 - 1.3. Competencias específicas
 - 1.4. Competencias transversales
 - 1.5. Relación entre las competencias y las asignaturas
2. Objetivos generales del título

1. Relación de competencias del título

1.1. Competencias básicas

Las competencias básicas hacen referencia a la formación básica que un universitario de la Titulación en Publicidad y Relaciones Públicas debe adquirir a lo largo de su vida académica.

En cumplimiento del RD 1393/2007, las competencias básicas de este Grado son:

CÓDIGO	COMPETENCIA BÁSICA
CB1	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.
CB2	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.
CB3	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.
CB4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
CB5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

1.2. Competencias generales

Las competencias generales son las que deben adquirir los titulados en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Responden a una estructuración interna elaborada por parte de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación para reflejar más claramente la distribución efectuada por la Comisión Andaluza del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, que estableció el 75% de los contenidos y las competencias del título, comunes en todas las Universidades andaluzas que lo imparten.

Son las siguientes:

Código	COMPETENCIAS GENERALES
CG1	Conocer y aplicar conceptos básicos de Ciencias Sociales
CG2	Conocer y aplicar conceptos básicos de Derecho.
CG3	Conocer y aplicar conceptos básicos de Comunicación.
CG4	Conocer y aplicar conceptos básicos de la estructura de la Publicidad y las RR.PP.
CG5	Conocer y aplicar conceptos básicos de Teoría de la Imagen.
CG6	Conocer y aplicar conceptos básicos de Lengua Española en la Publicidad y las Relaciones Públicas.
CG7	Conocer y aplicar conceptos básicos de las herramientas informáticas para la Comunicación.
CG8	Conocer y aplicar conceptos de Teoría e Historia de la Comunicación.
CG9	Conocer, aplicar y diseñar investigaciones científicas en Comunicación.
CG10	Desarrollar capacidades y habilidades en Planificación, Estrategias y Creación en Comunicación.
CG11	Conocer y aplicar Técnicas y Herramientas en Comunicación.
CG12	Conocer, diseñar y gestionar la Comunicación Institucional.
CG13	Conocer, diseñar y gestionar la Comunicación Empresarial.
CG14	Conocer, diseñar y gestionar la Comunicación Social.
CG15	Conocer y aplicar los nuevos paradigmas y procesos estratégicos en Comunicación.
CG16	Utilizar el inglés aplicado a la comunicación.
CG17	Aplicar de manera práctica las competencias del Grado.

1.3. Competencias específicas

Las competencias generales (CG) se desarrollan a través de las competencias específicas (CE):

CG	CÓDIGO	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (CE)
CG1	CE1	Conocer y aplicar los conceptos fundamentales de las Ciencias Sociales
	CE2	Conocer y aplicar los conceptos fundamentales del entorno económico, político, social y cultural que capacite para interactuar con la sociedad
	CE11	Conocer el estado del mundo y de su evolución histórica reciente, con especial atención a Europa, Iberoamérica y el área mediterránea, así como de la comprensión de sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales)
	CE14	Ser capaz de analizar y definir temas de interés dentro del campo de la comunicación que estén en relación con los ámbitos económicos y empresariales y perspectivas de análisis alternativos propuestos desde esta disciplina.
CG2	CE3	Conocer y aplicar los conceptos fundamentales del manejo de fuentes jurídicas (legales, jurisprudenciales y doctrinales) relacionadas con la comunicación
	CE5	Conocer y aplicar los conceptos fundamentales de los principios y valores constitucionales como herramienta de trabajo en el desempeño de actividades comunicativas
	CE10	Conocer la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, con especial atención a los medios de comunicación, la empresa publicitaria y la empresa de relaciones públicas
	CE12	Conocer el ordenamiento jurídico de la información y de la comunicación, que establece el marco para el ejercicio profesional
	CE17	Ser capaz de adquirir una conciencia crítica en el análisis del ordenamiento jurídico y desarrollo de la dialéctica argumentativa en comunicación
CG3	CE6	Conocer y aplicar las teorías y métodos de la comunicación
	CE8	Desarrollar la capacidad intelectual que permita a los alumnos reflexionar sobre la comunicación, no solo como práctica profesional, sino también a propósito de su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos de lo individual, lo social, cultural y político.

CG	CÓDIGO	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (CE)
	CE13	Conocer las disciplinas de la comunicación en el entorno español, europeo e internacional, así como de las teorías, conceptos y corrientes que las estudian a partir del análisis e investigación de los mensajes que transmiten y de su impacto social
	CE16	Ser capaz de percibir críticamente el nuevo panorama de la comunicación que nos rodea, considerando los mensajes icónicos como fruto de una sociedad producto de las condiciones sociopolíticas, económicas y culturales
	CE20	Conocer y aplicar los conceptos de los fundamentos y orígenes de la información periodística, de su evolución y de su impacto en las sociedades contemporáneas
CG4	CE15	Conocer y aplicar la ética y de la deontología, que afectan tanto a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y a la conducta ética que debe presidir el quehacer del informador y del comunicador con arreglo al compromiso cívico derivado de la comunicación social como bien público
	CE18	Conocer las teorías y los procesos de la publicidad y las relaciones públicas
	CE21	Conocer la estructura de la publicidad y las relaciones públicas y de sus principales formatos (características, tipologías y problemáticas), en su relación con los contextos sociales
	CE24	Capacidad y habilidad en la planificación, aplicación y evaluación de actividades de publicidad y relaciones públicas
	CE26	Conocer y analizar los procesos de publicidad y relaciones públicas y su evolución diacrónica
CG5	CE22	Ser capaz de definir temas de análisis científico con los que se contribuya a desarrollar los lenguajes audiovisuales y su interpretación objetiva en los discursos publicitarios y de relaciones públicas
	CE25	Capacidad crítica, analítica y reflexiva en relación al hecho audiovisual, así como de las interrelaciones entre los sujetos y géneros audiovisuales que configuran el panorama actual de los medios audiovisuales
	CE27	Ser capaz de aplicar y usar de manera básica las técnicas y los procesos de creación y difusión en sus diversas fases, así como de la gestión básica de recursos humanos y técnicos audiovisuales

CG	CÓDIGO	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (CE)
	CE28	Ser capaz de entender los mensajes de texto e icónicos de los medios de comunicación
	CE29	Ser capaz de entender los mensajes de la información periodística y de los procesos de construcción de la agenda
CG6	CE23	Ser capaz de dominar el uso de la lengua española a fin de poder elaborar documentos para la comunicación
	CE30	Conocer y aplicar los diferentes soportes de la información (prensa, radio, televisión e Internet) y sus distintos lenguajes
CG7	CE19	Ser capaz de usar de manera adecuada las herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso de creación de discursos audiovisuales
	CE31	Conocer y aplicar conceptos básicos de las tecnologías aplicadas a la información y a su presentación y diseño
CG8	CE32	Conocer las funciones e integrantes del sistema de la publicidad y las relaciones públicas en el marco general de la teoría de la comunicación.
	CE33	Analizar los modelos teóricos relativos a las diferentes materias que configuran la comunicación empresarial e institucional: publicidad, relaciones públicas, propaganda, etc.
	CE34	Conocer y analizar las formas y procesos de la comunicación publicitaria
	CE35	Conocer y analizar las formas y procesos de las relaciones públicas.
CG9	CE7	Ser capaz de aplicar la investigación en todo el proceso de comunicación
	CE9	Ser capaz de diseñar investigaciones motivacionales y sociológicas aplicadas a la comunicación
	CE36	Aprendizaje Teórico-práctico del proceso de investigación.
	CE37	Ser capaz de diseñar investigaciones académicas y profesionales aplicadas a la publicidad ya las relaciones públicas.
	CE38	Ser capaz de gestionar los públicos de las organizaciones y sus características.
	CE39	Saber aplicar la investigación en todo el proceso, tanto en sus aspectos previos como posteriores al desarrollo de las acciones de comunicación para evaluar los resultados de las mismas.
	CE40	Ser capaz de elaborar proyectos de investigación científicos.
	CE41	Aprendizaje para la evaluación cualitativa y cuantitativa de los procesos de comunicación.

CG	CÓDIGO	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (CE)
CG10	CE42	Capacidad y habilidad para evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa, tanto a nivel praxiológico como conceptual.
	CE43	Capacidad y habilidad para diseñar nuevos modelos estratégicos de publicidad y relaciones públicas, así como su implementación en campañas y acciones, en sus diversas fases.
	CE44	Capacidades y habilidades para la conceptualización expresiva y cristalización de los conceptos: idea, redacción, diseño, realización y producción, en publicidad y relaciones públicas.
	CE45	Desarrollar y proponer modelos de comunicación innovadores, capaces de adaptarse a nuevos contextos.
	CE46	Conocimientos sobre planificación de campañas de comunicación en organizaciones públicas y privadas.
GC11	CE47	Conocer las principales técnicas y herramientas en Publicidad y Relaciones Públicas.
	CE48	Conocer y saber utilizar las principales técnicas redaccionales en Publicidad y Relaciones Públicas.
	CE49	Saber cuándo y cómo utilizar las técnicas y herramientas en Publicidad y Relaciones Públicas.
	CE50	Conocer las técnicas y herramientas implementadas por las nuevas tecnologías.
	CE51	Saber utilizar las nuevas técnicas y herramientas vinculadas a las nuevas tecnologías.
CG12	CE 52	Saber cómo relacionarse con los medios de comunicación para un mejor rendimiento.
	CE53	Conocer los conceptos fundamentales de análisis y planificación, así como de las técnicas de elaboración de estrategias de comunicación en instituciones públicas.
	CE54	Ser capaz de mejorar la comunicación interna y externa en las instituciones públicas, con el fin de obtener una mayor eficacia en sus objetivos y resultados.
	CE55	Se capaz de usar las nuevas tecnologías de la comunicación para el diseño de campañas de publicidad y relaciones públicas institucionales y políticas.
CG13	CE56	Poseer una formación especializada de portavoces y asesores en el ámbito político, así como en protocolo y ceremonial.
	CE57	Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la comunicación de una empresa.

CG	CÓDIGO	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (CE)
	CE58	Saber gestionar la comunicación de grandes, medianas y pequeñas empresas, así como de las organizaciones empresariales.
	CE59	Dominar la gestión de la comunicación interna.
	CE60	Dominar la gestión de la comunicación financiera.
	CE61	Se capaz de observar las nuevas tendencias, conceptos y formatos de la publicidad y las relaciones públicas en las empresas.
CG14	CE4	Ser capaz de evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa desde la perspectiva de las ciencias sociales
	CE62	Conocer las estructuras de las organizaciones, como son las ONGs, partidos políticos, sindicatos, organizaciones sociales, etc.
	CE63	Conocer los principales planteamientos teóricos y prácticos de la Publicidad y las Relaciones Públicas como agentes para el cambio y las transformaciones sociales.
	CE64	Aplicación en campañas específicas de los movimientos sociales y las organizaciones.
	CE65	Dominar la gestión de la comunicación con los públicos.
	CE66	Ser capaz y tener la habilidad de conseguir financiación mediante estrategias de comunicación.
	CE67	Dominar la aplicación de campañas de comunicación en organizaciones sin ánimo de lucro.
CG15	CE68	Conocer los nuevos paradigmas y procesos estratégicos en publicidad y relaciones públicas.
	CE69	Conocer la gestión de conflictos potenciales y el papel de la comunicación.
	CE70	Ser capaz de identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en publicidad y relaciones públicas.
	CE71	Dominar la publicidad y relaciones públicas en entornos digitales.
CG17	CE 79	Conocimiento teórico, metodológico y técnico necesario para la realización del Trabajo Fin de Grado

1.4. Competencias transversales

Las competencias transversales (instrumentales, personales y sistémicas) hacen referencia a la formación que un universitario debería adquirir independientemente de los estudios que curse. En su elaboración se han tenido en cuenta las incluidas en el Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación, y las aportaciones de los agentes externos que han participado en la configuración del título.

CÓDIGO	COMPETENCIAS TRANSVERSALES (CT)
CT 1	Adaptación a nuevas situaciones.
CT 2	Aprendizaje autónomo.
CT 3	Capacidad de análisis y síntesis.
CT 4	Capacidad de gestión e información.
CT 5	Capacidad de organización y planificación.
CT 6	Compromiso ético.
CT 7	Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
CT 8	Conocimiento de otras culturas y costumbres.
CT 9	Conocimiento de una lengua extranjera.
CT 10	Conocimiento de informática relativa al ámbito de estudio.
CT 11	Creatividad.
CT 12	Habilidades en las relaciones interpersonales.
CT 13	Espíritu emprendedor.
CT 14	Liderazgo.
CT 15	Motivación por la calidad.
CT 16	Razonamiento crítico.
CT 17	Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad.
CT 18	Resolución de problemas.
CT 19	Sensibilidad hacia temas medioambientales.
CT 20	Toma de decisiones.
CT 21	Trabajo en equipo.
CT 22	Trabajo en equipo con carácter interdisciplinar.

1.5. Relación entre las competencias y las asignaturas

competencias nucleares/específicas
Competencias desagregadas

Psicología social de la comunicación
Derecho de la Comunicación
Teoría de la Comunicación
Economía
Historia Económica y Social
Sociología
Estructura de la Publicidad y las RR.PP.
Teoría de la Imagen
La Lengua Española en la comunicación
Herramientas Informáticas para la Comunicación
Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad
Evolución de las Formas y Procesos de las RR.PP
La Investigación Científica en Comunicación
Métodos y Técnicas de Investigación de Medios y Audiencias
Dirección y Planificación Estratégica en Comunicación
Marketing y Gestión de Cuentas
Creatividad Publicitaria
Planificación de Medios y Soportes
Diseño Gráfico, Multimedia y de Espacios Comerciales
Nuevas Tecnologías en Comunicación
Imagen Corporativa Institucional
Diseño y gestión de la Comunicación Institucional

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
CB1		X	X	X		X		X	X			X	X			X		X	X	X	X	X	X
CB2		X	X		X			X	X	X				X	X	X		X	X	X	X		
CB3					X	X	X							X	X								
CB4		X	X		X	X			X	X		X	X									X	X
CB5			X													X		X					
CG1	CE01				X	X	X																
CG1	CE02				X	X	X																
CG2	CE03		X																				
CG14	CE04																						
CG2	CE05		X																				
CG3	CE06	X		X																			
CG9	CE07													X									
CG3	CE08		X	X																			
CG9	CE09													X	X								
CG2	CE10		X																				
CG1	CE11					X																	
CG2	CE12		X																				
CG3	CE13			X																			
CG1	CE14				X																		
CG4	CE15							X															
CG3	CE16			X																			
CG2	CE17		X																				

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
CG4	CE18	x						X															
CG7	CE19										X												
CG3	CE20			X																			
CG4	CE21							X															
CG5	CE22							X															
CG6	CE23								X														
CG4	CE24	X						X															
CG5	CE25							X															
CG4	CE26							X															
CG5	CE27							X															
CG5	CE28							X	X														
CG5	CE29							X															
CG6	CE30								X														
CG7	CE31										X												
CG8	CE32										X	X											
CG8	CE33										X	X											
CG8	CE34	X									X												
CG8	CE35											X											
CG9	CE36				X									X									
CG9	CE37													X									
CG9	CE38													X									
CG9	CE39														X								
CG9	CE40														X								
CG9	CE41	X													X								
CG10	CE42															X	X	X					
CG10	CE43															X	X						
CG10	CE44								X									X					
CG10	CE45															X	X						
CG10	CE46		X													X	X	X					
CG11	CE47																			X			
CG11	CE48								X											X			
CG11	CE49																		X	X			
CG11	CE50																		X	X	X		
CG11	CE51																			X	X		
CG11	CE52																		X				
CG12	CE53																					X	X
CG12	CE54																					X	X
CG12	CE55																					X	X
CG12	CE56																					X	X
CG13	CE57		X																				
CG13	CE58																						

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
CG13	CE59																							
CG13	CE60																							
CG13	CE61																							
CG14	CE62																							
CG14	CE63																							
CG14	CE64																							
CG14	CE65																							
CG14	CE66																							
CG14	CE67																							
CG15	CE68																							
CG15	CE69	X																						
CG15	CE70																							
CG15	CE71																							
CG16	CE72																							
CG16	CE73																							
CG16	CE74																							
CG17	CE75																							
CG17	CE76																							
CG17	CE77																							
CG17	CE78																							
CG17	CE79																							
CT 1		X																						
CT 2		X			X	X	X	X	X		X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		
CT 3		X	X	X	X	X			X	X				X	X	X	X	X	X				X	X
CT 4								X				X	X						X					
CT 5		X						X			X	X	X	X	X	X	X	X						
CT 6					X																			
CT 7		X			X	X				X										X	X	X	X	
CT 8					X																			
CT 9																								
CT 10									X		X									X	X			
CT 11		X							X										X		X	X		X
CT 12		X						X											X				X	X
CT 13																			X					
CT 14																								
CT 15		X	X			X																		
CT 16		X	X	X	X	X													X	X				
CT 17						X				X														
CT 18		X	X		X										X	X	X	X	X	X				
CT 19																							X	X
CT 20		X																		X	X		X	X

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
CT 21	X	X	X	X	X				X					X	X	X		X	X	X	X	X
CT22		X																				

competencias nucleares/específicas
Competencias desagregadas
Comunicación, Derechos Humanos e Igualdad
Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social
Sistemas de Comunicación Empresarial I
Sistemas de Comunicación Empresarial II
Talleres de Comunicación e Inteligencia Emocional
Talleres de Dirección de Proyectos Digitales en Publicidad y RR,PP
Lenguaje y Comunicación Eficaz
Comunicación Internacional e Intercultural
Técnicas de Protocolo y Organización de Actos y Eventos
Sociedad Global y Estilos de Vida
Ingles aplicado a la Publicidad y las RR,PP.
Ética y Deontología de la Publicidad y las RR,PP.
Comunicación Digital
Gestión y Realización de Proyectos Audiovisuales
Herramientas Multimedia y Animación
Medios y Soportes Interactivos
Tecnología y Publicación en Internet
Ética y Deontología de la publicidad y las RR,PP.
Trabajo Fin de Grado
Prácticas en Empresas
Creación de Empresas de Comunicación
Ingles para Fines Profesionales
veces

		23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	V
	CG1																							1
	CB1			X	X		X		X				X	X			X		X	X	X			25
	CB2	X	X	X	X	X	X		X	X			X	X			X			X	X			26
	CB3					X			X		X		X						X	X				11
	CB4	X	X	X	X		X		X	X			X	X						X	X			21
	CB5					X																		4
CG1	CE01										X													4
CG1	CE02										X													4
CG2	CE03																							1
CG14	CE04	X	X																					2
CG2	CE05																							1
CG3	CE06																							2
CG9	CE07							X	X															3
CG3	CE08							X					X											4
CG9	CE09																							2
CG2	CE10																				X	X		2
CG1	CE11										X													2
CG2	CE12																							1
CG3	CE13							X	X															3

		23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	V	
CG1	CE14																								1
CG4	CE15												X						X						3
CG3	CE16													X											2
CG2	CE17																								1
CG4	CE18																								2
CG7	CE19														X										2
CG3	CE20																								1
CG4	CE21																								1
CG5	CE22																								1
CG6	CE23							X																	2
CG4	CE24																								2
CG5	CE25														X										2
CG4	CE26																								1
CG5	CE27														X										2
CG5	CE28																								2
CG5	CE29																								1
CG6	CE30							X							X										3
CG7	CE31													X		X		X							4
CG8	CE32																								2
CG8	CE33							X																	3
CG8	CE34							X																	3
CG8	CE35																								1
CG9	CE36																			X					2
CG9	CE37																			X					1
CG9	CE38																					X			2
CG9	CE39																								1
CG9	CE40																					X			2
CG9	CE41																								2
CG10	CE42																								3
CG10	CE43																								2
CG10	CE44														X										3
CG10	CE45																						X		3
CG10	CE46																								4
CG11	CE47																								1
CG11	CE48																								2
CG11	CE49									X															3
CG11	CE50															X	X	X							6
CG11	CE51															X	X	X							5
CG11	CE52									X							X								3
CG12	CE53							X																	3
CG12	CE54									X															3

		23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	V
CG12	CE55													X		X		X						5
CG12	CE56																							2
CG13	CE57			X	X					X														4
CG13	CE58			X	X																			2
CG13	CE59			X	X																			2
CG13	CE60			X	X																			2
CG13	CE61			X	X																			2
CG14	CE62	X	X																					2
CG14	CE63	X	X																					2
CG14	CE64	X	X																					2
CG14	CE65	X	X												X									3
CG14	CE66	X	X																			X		3
CG14	CE67	X	X																					2
CG15	CE68					X																		1
CG15	CE69					X																		2
CG15	CE70					X	X															X		3
CG15	CE71					X																		1
CG16	CE72											X											X	2
CG16	CE73											X												1
CG16	CE74																						X	1
CG17	CE75																				X			1
CG17	CE76																				X			1
CG17	CE77																				X			1
CG17	CE78																				X			1
CG17	CE79																			X				1
	CT 1					X	X		X	X							X				X	X		8
	CT 2						X			X	X	X		X		X	X	X		X		X	X	27
	CT 3	X	X			X	X		X	X			X	X					X	X	X	X		27
	CT 4			X	X				X	X							X			X	X	X		12
	CT 5			X	X				X	X					X	X		X		X	X	X		20
	CT 6	X	X										X						X	X	X	X		8
	CT 7							X					X			X		X	X	X				14
	CT 8	X	X						X			X											X	6
	CT 9											X											X	2
	CT 10															X	X	X		X	X			9
	CT 11							X							X		X					X		10
	CT 12					X	X	X	X	X											X	X		12
	CT 13								X													X		3
	CT 14								X													X		2
	CT 15																			X		X		5
	CT 16	X	X			X	X							X						X				13

	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	V	
CT 17	X																							3
CT 18		X	X	X	X	X						X						X	X	X				18
CT 19		X																						3
CT 20			X	X																X	X			9
CT 21	X	X			X	X			X		X									X	X	X		23

Como puede observarse, no todas las competencias tienen el mismo nivel de cobertura en el plan de estudios. La cobertura de competencias básicas y genéricas se realiza de forma transversal, apareciendo cubierta por un mayor número de módulos. Por el contrario, las competencias específicas se vinculan fundamentalmente a los módulos en las que son objeto de estudio.

2. Objetivos generales del título

De manera general, conforme a la experiencia española y europea, y las tendencias que actualmente se apuntan en el sector de la comunicación empresarial e institucional, los objetivos fundamentales del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas son los siguientes:

1.- Fomentar la capacidad crítica, analítica e interpretativa, aportando los conocimientos de las técnicas de investigación y procedimientos de trabajo necesarios para transformar las necesidades del cliente en soluciones de comunicación eficientes.

2.- Adquirir un conocimiento básico y general de los principales puntos de inflexión que configuran el panorama actual de la labor del profesional de la comunicación, especialmente publicitaria y de las relaciones públicas. Los conocimientos deben ser siempre relevantes para la comprensión del fenómeno de la comunicación y de su función en la sociedad contemporánea. De esta manera se conseguirá que el alumnado se convierta en un gran conocedor del contexto social, cultural, político, económico y empresarial en el que se inserta su trabajo y sepa adecuar de forma responsable su labor al mismo.

3.- Proporcionar un conocimiento exhaustivo de todos los elementos que conforman y se interrelacionan en el sistema de la comunicación, en especial de la publicidad y las relaciones públicas, para su aplicación a la realidad de las organizaciones y para el desarrollo de una actitud estratégica. Esta formación le capacitará para la toma de decisiones y la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.

4.- Ser capaces de comunicarse y expresarse con coherencia y corrección en su ejercicio profesional; para ello deberán dominar el uso especializado de la/s lengua/s de su comunidad y del inglés.

5.- Ser capaces de construir, planificar y evaluar acciones y discursos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas para la elaboración de campañas de comunicación, para lo que conocerán también las posibilidades de aplicación eficaz de las diferentes tecnologías.

6.- Conocer las teorías, categorías y conceptos que más han incidido en las diferentes ramas de investigación, desarrollo e innovación de la comunicación empresarial e institucional así como su necesidad de autorregulación por sus consecuencias éticas y socio-culturales.

7.- Fomentar entre los discentes la participación en los puestos de representación y decisión de una composición paritaria entre mujeres y hombres, así como concienciarlos sobre la inserción en el ámbito de la Comunicación de aquellos colectivos que se encuentran en situación de mayor vulnerabilidad por sufrir una doble discriminación por su condición de discapacidad, minorías étnicas, migración o exclusión social.