

COMPETÈNCIES GRAU EN PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES

El desenvolupament de competències que pensem impulsar es recolzarà en aquests tres processos d'aprenentatge bàsics (informació, formació i entrenament), tres processos que no haurien de ser vistos com a fases tancades i consecutives, sinó com a components de l'aprenentatge que es van entrellaçant i superposant al llarg del gran procés educatiu universitari:

- **Coneixements:** per desenvolupar hàbits eficaços i necessaris cal certament algun coneixement de tipus teòric. Les competències aniran més enllà d'aquests coneixements, encara que seran necessaris per al desenvolupament d'aquestes competències. Els coneixements s'obtenen a través de l'adquisició de noves dades, és a dir, d'informació quantitativa i qualitativa sobre la realitat. El primer pas a l'hora d'escometre el desenvolupament d'una competència és, precisament, adquirir aquesta informació (classes presencials, formació en línia, lectura de manuals etc.). Vegem un exemple: per a desenvolupar hàbits positius en la gestió del temps és necessari saber quines són les normes bàsiques de la planificació i la priorització de tasques, com ha de gestionar una agenda, com s'han d'identificar i agrupar els diferents tipus de tasques, etc. Però aquests coneixements, si no es traslladen al terreny del comportament habitual, és a dir, si no s'interioritzen i es converteixen en accions concretes, serviran de poc en la vida acadèmica o en la professional.
- **Motivacions:** a través de la informació s'aconsegueix que la persona millori els seus coneixements sobre una determinada competència, però això no vol dir que senti la necessitat de posar-la en pràctica. Per això és imprescindible tenir en compte les motivacions, els impulsos que cada persona té enfront de l'acció. El desenvolupament d'aquestes motivacions adequades requerirà d'un procés de formació que capaci la persona per anticipar les conseqüències de les seves accions i omissions. La formació, en definitiva, és un procés pel qual ens arriben els valors i criteris de decisió.
- **Habilitats:** les habilitats són les capacitats operatives que faciliten l'acció. Les habilitats es desenvolupen mitjançant l'entrenament, és a dir, a través d'una pràctica adequada que va generant nous hàbits i maneres d'actuar més eficaços. Posem un exemple: un alumne que vulgui ser competent en el treball en equip haurà de desenvolupar algunes habilitats com ara, l'empatia, el disseny de plans de treball compartits, la comunicació eficaça, etc.

Cal assenyalar de nou que coneixements, motivacions i habilitats no es desenvolupen de forma aïllada: interactuen dinàmicament en la formació de les competències sobre la base de les característiques innates de la persona i de les decisions lliures que cada persona va prenent en el temps.

A continuació es detallen, numerades, totes les competències del grau de Publicitat i Relacions Públiques:

1. Capacitat de planificar recursos tècnics
2. Capacitat de planificar recursos humans
3. Capacitat de planificar recursos propis (personals, materials, temporals...)
4. Capacitat d'autoavaluació i autoordenació professional
5. Capacitat per aprendre autònomament
6. Capacitat d'actuar autònomament i responsablement
7. Capacitat per treballar en equip
8. Capacitat per organitzar temps i espai
9. Capacitat lingüística en català, castellà i anglès
10. Capacitat de desenvolupar una actitud ètica
11. Capacitat per emetre judicis i valoracions crítiques ben argumentades
12. Capacitat de produir textos orals i escrits
13. Capacitat de lectura
14. Capacitat d'anàlisi
15. Capacitat de síntesi
16. Capacitat per detectar fets noticiables
17. Capacitat per afrontar dificultats i resoldre problemes
18. Capacitat per treballar sota pressió
19. Capacitat de memorització
20. Capacitat de concreció
21. Capacitat d'abstracció
22. Capacitat per generar debat i reflexió
23. Capacitat d'elaborar un pressupost
24. Capacitat de planificar i executar projectes audiovisuals i cinematogràfics
25. Capacitat per planificar i executar l'amortització econòmica d'una pel·lícula o producte
26. Capacitat per coordinar un equip i/o coordinar-se amb un equip
27. Capacitat per contextualitzar fets històrics del món i de l'Espanya contemporània
28. Capacitat per analitzar críticament el sector cinematogràfic espanyol europeu i mundial
29. Capacitat per contextualitzar i analitzar críticament els productes de la indústria audiovisual
30. Capacitat per contextualitzar i analitzar críticament la realitat actual
31. Capacitat per contextualitzar i analitzar críticament els successos pertanyents a la política internacional
32. Capacitat per contextualitzar i analitzar críticament l'estructura orgànica de la UE
33. Capacitat per contextualitzar i analitzar críticament els elements macroeconòmics
34. Capacitat per objectivar i quantificar (dades, estadístiques, etc.)
35. Capacitat per entendre i aplicar el sistema que regeix l'explotació d'un llargmetratge
36. Capacitat per entendre i aplicar l'estructura del sistema audiovisual
37. Capacitat per entendre i aplicar el sistema nacional i supranacional de subvencions i ajudes
38. Capacitat per entendre i aplicar la dimensió legal d'un producte audiovisual
39. Capacitat per entendre i aplicar els diferents agents del sector audiovisual

40. Capacitat per entendre i aplicar els diferents departaments en una producció cinematogràfica
41. Capacitat per entendre i aplicar les tècniques d'il·luminació i so de la producció cinematogràfica
42. Capacitat per entendre i aplicar les tècniques i mètodes d'edició i postproducció cinematogràfica
43. Capacitat per entendre i aplicar els diferents gèneres i formats televisius
44. Capacitat per entendre i aplicar les diferents fases d'elaboració d'un programa televisiu
45. Capacitat per entendre i aplicar les diferents tipologies de guions de programes
46. Capacitat per entendre i aplicar els diferents recursos lumínics, gràfics i de muntatge
47. Capacitat per entendre i aplicar els processos de creació d'un programa televisiu
48. Capacitat per entendre i aplicar les possibilitats expressives de les noves tecnologies
49. Capacitat per entendre i aplicar de forma innovadora els diferents gèneres
50. Capacitat per entendre i aplicar els elements de narrativa d'un projecte
51. Capacitat per entendre i aplicar les teories i tècniques de la imatge
52. Capacitat de concepció i crítica d'un guió audiovisual
53. Capacitat de concepció i crítica d'un producte audiovisual o mediàtic
54. Capacitat de concepció i crítica de continguts originals i viables
55. Capacitat de concepció i crítica d'un discurs informatiu
56. Capacitat de concepció i crítica dels diferents formats de cinema i vídeo
57. Capacitat de concepció i crítica de l'estructura organitzativa d'una cadena televisiva
58. Coneixement i domini de la imatge estàtica i les seves capacitats comunicatives
59. Coneixement i domini de cultura clàssica
60. Coneixement i domini de les tècniques de transmissió de continuïtat en la narració
61. Coneixement i domini dels elements narratius que componen una obra cinematogràfica
62. Coneixement i domini dels sistemes de finançament de les cadenes de TV
63. Coneixement i domini dels instruments nacionals i internacionals de projecció professional
64. Coneixement i domini de repertoris bibliogràfics
65. Coneixement i domini dels diferents recursos de recerca històrica
66. Coneixement i domini dels recursos per fomentar l'interès contextualitzador de la història
67. Coneixement i domini de la cultura digital
68. Coneixement i domini de la distinció entre opinió i informació/registres col·loquials i cultes
69. Coneixement i domini de les diferents tècniques per a contrastar la informació
70. Coneixement i domini de les dades, estadístiques i gràfics econòmics
71. Coneixement i domini dels principals conceptes econòmics
72. Coneixement i domini de les principals tècniques de recerca científica i periodística
73. Coneixement i domini de les tècniques d'acostament a les fonts d'informació
74. Coneixement i domini dels missatges multimèdia
75. Coneixement i domini de les funcions del llenguatge

76. Capacitat i habilitat per exercir com a professionals que s'encarreguen de l'atenció al client
77. Capacitat i habilitat per responsabilitzar-se de l'àrea de comunicació d'un organisme
78. Capacitat i habilitat per establir un pla de comunicació
79. Capacitat i habilitat per a l'exercici liberal de la professió
80. Capacitat relacional per establir una interacció competent entre anunciant i agència
81. Capacitat i habilitat per exercir les funcions que desenvolupa el departament de mitjans
82. Capacitat per definir i gestionar els pressupostos de comunicació
83. Capacitat i habilitat per donar forma creativa al missatge
84. Capacitat i habilitat per a la creació i desenvolupament d'elements gràfics
85. Capacitat i habilitat per exercir com a experts en la gestió de estratègica de la imatge corporativa
86. Capacitat i habilitat per identificar, valorar, gestionar i protegir els actius intangibles de l'empresa
87. Capacitat i habilitat per utilitzar les tecnologies i tècniques comunicatives
88. Capacitat de relacionar-se amb les persones i amb l'entorn sense perdre autonomia
89. Capacitat de crear sinergies en els equips de treball
90. Capacitat de perspicàcia, d'enginy i creativitat
91. Preparació per assumir riscos
92. Capacitat d'anàlisi, de síntesi i judici crític
93. Saber gestionar el temps
94. Capacitat per actuar en llibertat i responsabilitat
95. Capacitat per a la gestió econòmica i pressupostària en el seu àmbit d'activitat
96. Capacitat per a l'anàlisi objectiva de la realitat i extracció de consideracions vàlides
97. Ser capaç de llegir i entendre bibliografia sobre l'àmbit de la Comunicació en llengua anglesa
98. Manejar amb habilitat la terminologia de la llengua anglesa relacionada amb la Comunicació
99. Ser capaç d'entendre les idees principals en conferències en llengua anglesa