

BRANCA CONEIXEMENT	ENSENYAMENT	DEDICACIÓ	CRÈDITS	PLACES	CENTRE
Ciències Socials i Jurídiques	presencial	temps complet / temps parcial	240 ECTS	240	Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales

OBJECTIUS GENERALS DEL TÍTOL

El pla formatiu del títol ha de dotar al grau en Publicitat Relacions Públiques d'una capacitat adequada per al desenvolupament de la seua activitat professional d'acord amb les demandes i les necessitats socials.

Els objectius fonamentals del grau de Publicitat i Relacions Públiques són:

- Fomentar la capacitat crítica, analítica i interpretativa, amb l'aportació dels coneixements de les tècniques d'investigació i procediments de treball necessaris per a transformar les necessitats del client en solucions de comunicació eficients.
- Adquirir un coneixement bàsic i general dels punts d'inflexió principals que configuren el panorama actual de la faena del professional de la comunicació, especialment publicitària i de les relacions públiques. Els coneixements han de ser sempre rellevants per a la comprensió del fenomen de la comunicació i de la seua funció en la societat contemporània. D'aquesta manera s'aconseguirà que l'estudiantat es convertisca en un gran coneixedor del context social, cultural, polític, econòmic i empresarial en el qual s'insereix el seu treball i sàpiga adequar-hi de forma responsable la seua faena.
- Proporcionar un coneixement exhaustiu de tots els elements que formen el sistema de la comunicació i s'hi interrelacionen, especialment la comunicació publicitària i les relacions públiques, per a aplicar-los a la realitat de les organitzacions i per al desenvolupament d'una actitud estratègica. Aquesta formació el capacitarà per a la presa de decisions i la implementació d'estratègies de comunicació coherents, per mitjà d'una creativitat eficaç, amb la mesura posterior dels seus resultats i amb l'extracció de les conclusions oportunes.
- Ser capaços de comunicar-se i expressar-se amb coherència i correcció en l'exercici professional; per a això hauran de dominar l'ús especialitzat de la/les llengua/es de la seua comunitat i de l'anglès.
- Ser capaços de construir, planificar i avaluar accions i discursos propis de la comunicació publicitària i de les relacions públiques per a l'elaboració de campanyes de comunicació, per a la qual cosa coneixeran també les possibilitats d'aplicació eficaç de les diferents tecnologies.
- Conèixer les teories, les categories i els conceptes que més han incidit en les diferents branques d'investigació, desenvolupament i innovació de la comunicació empresarial i institucional així com la necessitat d'autoregulació per les seues conseqüències ètiques i socioculturals.

PERFIS PROFESSIONALS

Els perfils professionals són:

- **Director/a de comunicació, investigador/a i consultor/a estratègic en publicitat i relacions públiques.** Professionals que exerceixen la seua activitat des de l'àmbit de les organitzacions o bé des de l'agència de publicitat o de relacions públiques i similars (comptes i planificació estratègica, per exemple) o des de l'empresa consultora. Responsables de l'àrea de comunicació, director de publicitat i de relacions públiques, d'un organisme o empresa, que estableixen contacte amb els diversos públics potencials, tant interns com externs, com també de la planificació, la gestió i el control del pla de comunicació anual. Els investigadors i consultors estratègics identifiquen el paper específic que ha de tenir la comunicació en cada organització i en les accions de màrqueting. En els dos casos, defineixen les estratègies de comunicació d'acord amb els objectius dels emissors. Planifiquen tant les investigacions "ad hoc" necessàries per a arribar a definir els eixos fonamentals de la campanya com el desplegament i la implantació de les mateixes campanyes que supervisen, executen i controlen. Per això compten del seu coneixement dels mercats i de les eines de comunicació, monitoratge i control.
- **Investigadors/es, planificadors/es i compradors de mitjans.** Aquests professionals planifiquen la idoneïtat i les característiques dels suports per a la difusió de les campanyes de comunicació, i també el control i el seguiment de l'audiència d'aquests mitjans i la seua eficàcia, d'acord amb els objectius de comunicació definits, amb la finalitat d'arribar a un públic objectiu a través dels mitjans convencionals i no convencionals, mitjançant l'adquisició i la creació d'espais i suports en les millors condicions possibles.
- **Creatiu/va i dissenyador/a.** Professional especialitzat en creativitat publicitària en tot tipus de suports, des de la conceptualització i visualització de la idea publicitària fins a la seua adequació i la integració en els diferents mitjans. Podem identificar les especialitats de: director creatiu, director d'art, redactor i webmaster (creativitat de l'estructura de la Web). La tasca d'executar fins a l'art final i controlar la producció física dels suports correspon als experts en producció i trànsit.
- **Gestor/a de comunicació corporativa.** Professional responsable de la gestió estratègica de la imatge i de la comunicació corporativa, tant en la seua naturalesa intangible d'aquesta (identitat visual, comunicació i cultura corporativa) com en les seues interrelacions funcionals (financera, comercial, de producció, etc.), i d'establir diàlegs constructius amb els diferents públics rellevants de l'empresa, interns i externs. També s'ocupa de la reputació corporativa, en funció del grau de compliment dels seus compromisos en relació amb els públics implicats.

ESTRUCTURA DEL PLA D'ESTUDIS PER TIPUS DE MATÈRIA

TIPUS DE MATÈRIA	CRÈDITS
Formació bàsica (FB)	60
Obligatòries (OB)	138
Optatives incloses Pràctiques Externes (OP)	36
Treball de Fi de Grau	6
Total crèdits	240

DISTRIBUCIÓ PER CURSOS

PRIMER CURS		SEGON CURS		TERCER CURS		QUART CURS	
Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5	Semestre 6	Semestre 7	Semestre 8
Fonaments de la Comunicació I 6 ECTS	Fonaments de Màrqueting 6 ECTS	Canvi Social i Comunicació 6 ECTS	Eines per al Disseny Gràfic Publicitari 6 ECTS	Estratègia Creativa i Conceptualització 6 ECTS	Teoria de la Imatge Aplicada a la Publicitat 6 ECTS	Investigació i Planificació de Mitjans 6 ECTS	Treball de Fi de Grau ⁽¹⁾ 6 ECTS
Comunicació i Mitjans Escrits 6 ECTS	Introducció al Dret per a la Comunicació i la Publicitat 6 ECTS	Psicologia Social de la Comunicació 6 ECTS	Llenguatge Publicitari 6 ECTS	Planificació de les Relacions Públiques 6 ECTS	Deontologia de la Publicitat i de les Relacions Públiques 6 ECTS	Producció i Realització en Mitjans Impresos 6 ECTS	Assignatura Optativa ⁽²⁾ 6 ECTS
Comunicació i Mitjans Audiovisuals 6 ECTS	Fonaments de la Comunicació II 6 ECTS	Tècniques d'Investigació Social en la Comunicació 6 ECTS	Comunicació Corporativa 6 ECTS	Imatge Corporativa 6 ECTS	Elaboració de Textos Publicitaris 6 ECTS	Sistemes i Processos de la Publicitat i les Relacions Públiques 6 ECTS	Assignatura Optativa ⁽²⁾ 6 ECTS
Història Econòmica, Social i Política Contemporània 6 ECTS	Teoria de les Relacions Públiques 6 ECTS	Fonaments de la Creativitat 6 ECTS	Tècniques de Comunicació Audiovisual 6 ECTS	Semiòtica de la Publicitat i del Consum 6 ECTS	Gestió de la Informació en Comunicació 6 ECTS	Assignatura Optativa ⁽²⁾ 6 ECTS	Assignatura Optativa ⁽²⁾ 6 ECTS
Teoria de la Publicitat 6 ECTS	Introducció a l'Economia 6 ECTS	Semiòtica de la Comunicació de Masses 6 ECTS	Estratègia de la Publicitat i de les Relacions Públiques 6 ECTS	Narrativa Audiovisual Aplicada a la Publicitat 6 ECTS	Producció i Realització en Mitjans Audiovisuals 6 ECTS	Assignatura Optativa ⁽²⁾ 6 ECTS	Assignatura Optativa ⁽²⁾ 6 ECTS

⁽¹⁾ Prèviament a l'avaluació del Treball de Fi de Grau, l'estudiant ha d'acreditar les competències en un idioma estranger. Entre altres formes d'acreditació, a la Universitat d'Alacant es considera necessari superar com a mínim, el nivell B1 del Marc de Referència Europeu per a les Llengües Modernes, que podrà ser elevat en el futur.

⁽²⁾ Les assignatures **optatives** estan programades en el primer i segon semestre de quart curs, de les quals l'estudiant ha de superar un total de 36 crèdits. A més, també pot optar per la realització de Pràctiques Externes (12 crèdits) així com per la realització de determinades activitats culturals, esportives, de representació estudiantil, solidàries i de cooperació que fixe la Universitat, per les quals podrà obtenir un reconeixement acadèmic de fins a un màxim de 6 crèdits optatius.

ASSIGNATURES OPTATIVES

Història Econòmica i Social d'Espanya	6 ECTS	Direcció d'Art	6 ECTS
Sociologia de la Cultura i de les Arts Contemporànies	6 ECTS	Noves Formes Publicitàries	6 ECTS
Estructura de l'Activitat Publicitària i de les Relacions Públiques	6 ECTS	Organització d'Empreses de Publicitat i Relacions Públiques	6 ECTS
Processos Psicosocials d'Influència i Publicitat	6 ECTS	Postproducció Audiovisual en Publicitat	6 ECTS
Història de la Publicitat	6 ECTS	Fotografia Publicitària	6 ECTS
Direcció de Comptes	6 ECTS	Investigació de Mercats	6 ECTS
Protocol i Esdeveniments en Institucions i Empreses	6 ECTS	Tècniques de les Relacions Públiques	6 ECTS
Comunicació Política i d'Interès Social	6 ECTS	Anglès per a la Publicitat i les Relacions Públiques	6 ECTS
Tendències en Gestió de Marques	6 ECTS	Cartell Publicitari	6 ECTS
Pràctiques Externes	12 ECTS		

REQUISITS PREVIS

PRÀCTIQUES EXTERNES	- Serà necessari haver superat com a mínim el 50% dels crèdits totals del grau.
TREBALL DE FI DE GRAU	- Serà necessari acreditar com a mínim el nivell B1 del Marc de Referència Europeu per a Llengües Modernes. - Tenir aprovats 168 crèdits.