

MONOGRAFÍA GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

- 1. ¿QUÉ DEBO SABER DEL GRADO...?**
 - 1.1. Presentación Institucional**
 - 1.2. ¿Qué es?**
 - 1.3. ¿Cómo está organizado?**

- 2. ¿CÓMO PUEDO ACCEDER?**
 - 2.1. Vías de acceso**
 - 2.2. Necesidades Educativas Especiales (NEE)**
 - 2.3. Proceso de admisión: preinscripción y matrícula**

- 3. ¿CUÁL ES LA ORGANIZACIÓN DE LOS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS?**

- 4. ¿CON QUÉ ASIGNATURAS ME ENCONTRARÉ?**
 - 4.1. Libro de las titulaciones (LLEU)**
 - 4.2. ¿Cual será mi papel?: metodología y evaluación**
 - 4.3. ¿Qué piensa el estudiantado? ¿Y el profesorado?**

- 5. ¿PUEDO CURSAR PARTE DE MIS ESTUDIOS FUERA DE LA UJI?**
 - 5.1. En universidades extranjeras**
 - 5.2. En universidades españolas**
 - 5.3. Otras opciones**

- 6. Y AL ACABAR...**
 - 6.1. Competencias**
 - 6.2. ¿Qué salidas profesionales tengo?**
 - 6.3. Para continuar formándome académicamente**
 - 6.4. Para continuar con mi formación profesional**

- 7. ES IMPORTANTE QUE SEPAS...**
 - 7.1. De la titulación...**
 - 7.2. De la universidad**

- 8. ¿LO TENGO CLARO? ¿TENGO DUDAS?**

1. ¿QUÉ DEBO SABER DEL GRADO DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS?

1.1. *Presentación Institucional*

Los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas tienen en la actualidad una gran importancia estratégica, tanto desde un punto de vista económico, como social y cultural. La comunicación publicitaria es una herramienta fundamental en toda sociedad ya que es motor de la economía, crea tendencias, difunde cultura, divulga valores... Ser un o una profesional en Publicidad y Relaciones Públicas implica ser un o una especialista de la comunicación y de sus técnicas que debe tener siempre presente el papel fundamental que la comunicación y la imagen tienen para todo tipo de organización, marca y/o producto.

Las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas proporcionan una formación especializada en la creación, diseño y producción de la comunicación publicitaria, así como en las estrategias y aplicaciones de las relaciones públicas. Su finalidad es formar a profesionales capaces de abordar las diversas facetas publicitarias y de las relaciones públicas: creación y producción publicitaria y de las relaciones públicas, investigación y planificación, gestión de cuentas, comunicación corporativa, etc. También deben ser capaces de analizar los fenómenos publicitarios y de creación de imagen contemporáneos, con especial atención a los relacionados con la “sociedad de la comunicación y la información”.

Los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas en la UJI permiten ofrecer al alumnado las posibilidades de integración profesional en este contexto, con la explicación de los pasos a seguir para el desarrollo profesional, tanto para el trabajo por cuenta de otro como para el trabajo por cuenta propia, más aún si se atiende a los enormes esfuerzos realizados por la institución para crear fuertes relaciones con el sector profesional, tanto a nivel nacional (por ejemplo a través del Seminario de Creatividad en Vivo que organiza junto a la multinacional de comunicación más importante del mundo, McCann Erickson), como provincial (la UJI ha impulsado la Asociación para el Desarrollo de la Comunicación de Castellón, AD Comunica).

Los graduados y graduadas en Publicidad y Relaciones Públicas están dirigidos a ejercer, entre otros, los lugares y funciones siguientes:

- Director/a de comunicación: encargado/a de coordinar, mantener y mejorar las relaciones con el público (tanto interno como externo) de una organización y de consolidar una imagen positiva para la misma.
- Asesor/a – consultor/a estratégico/a de comunicación: definir los objetivos y las estrategias más óptimas, tener visión de futuro, ser proactivo/a en la planificación, etc.
- Investigación, planificación y compra de medios: determinar la estrategia mediática más óptima y adquirir los espacios publicitarios más eficaces para los objetivos del cliente.

- Creación y redacción publicitaria, realización de campañas publicitarias originales, impactantes, nuevas y eficaces.
- Jefe/a de protocolo, figura fundamental en cualquier institución pública y pieza clave en las organizaciones privadas, profesional de las relaciones diplomáticas, detallista y responsable de una parte esencial de la imagen corporativa.
- Diseñador/a de campañas publicitarias, de marketing promocional, marketing directo, *street-marketing* y el resto de tendencias actuales.
- Gestor/a de la comunicación corporativa, responsable de la adecuada coordinación y coherencia entre la imagen interna y externa de una organización.

Los objetivos de la titulación en Grado de Publicidad y Relaciones Públicas serían, entre otros:

- Fomentar la capacidad crítica, analítica e interpretativa, aportando los conocimientos de las técnicas de investigación y procedimientos de trabajo necesarios para transformar las necesidades de la clientela en soluciones de comunicación eficientes.
- Enseñar un conocimiento básico y general de los principales puntos de inflexión que configuran el panorama actual de la tarea del o la 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.
- Proporcionar un conocimiento exhaustivo de todos los elementos que conforman y se interrelacionan en el sistema de la comunicación, especialmente publicitaria 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.
- Desarrollar en el estudiantado la capacidad para comunicarse y expresarse con coherencia y corrección en su ejercicio profesional.
- Enseñar las maneras 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.

Por todo lo que se ha mencionado, la Universitat Jaume I busca formar y consolidar en cada promoción de graduados y graduadas en Publicidad y Relaciones Públicas, profesionales caracterizados por acumular intuición, con capacidad de análisis y síntesis, aptitud para evaluar, habilidad para aportar soluciones inteligentes y creativas, talento para desarrollar estrategias nuevas y formatos innovadores, y con capacidad de adaptación al cambio continuo.

Carlos Fanjul Peyró
Vicedecano del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
fanjul@com.uji.es

1.2. ¿Qué es?

El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universitat Jaume I ofrece una formación innovadora, de calidad y orientada al ejercicio profesional. Este grado pone al alcance del estudiantado un plan de estudios que combina una visión global sobre el campo de la comunicación con el estudio y profundiza en la teoría de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas, la estructura del sector y sus tecnologías, la producción y la realización publicitarias. Estos aspectos se desarrollan de forma práctica en las instalaciones del Laboratorio de Comunicación Audiovisual y Publicidad (LABCAP) y capacitan de manera inmejorable a los y las futuros profesionales de la publicidad y las relaciones públicas.

Los graduados y graduadas en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universitat Jaume I deben adquirir competencias profesionales como creativos publicitarios, responsables de servicios al cliente, investigadores, planificadores y compradores de medios, planificadores estratégicos, directores de comunicación y consultores estratégicos, así como capacidad de elaboración de todo tipo de productos en los diversos ámbitos de la publicidad.

1.3. ¿Cómo está organizado?

| | 1.º curso | 2.º curso | 3.º curso | 4.º curso | TOTAL |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Formación básica (FB) | 42 | 18 | | | 60 |
| Obligatorias (OB) | 18 | 42 | 60 | 18 | 138 |
| Optativas (OP) | | | | 24 | 24 |
| Prácticas externas (PE) | | | | 12 | 12 |
| Trabajo fin de grado (TFG) | | | | 6 | 6 |
| TOTAL | 60 | 60 | 60 | 60 | 240 |

Total de créditos del grado: **240 ECTS** (*European Credit Transfer System*).

La Universitat Jaume I ha fijado 25 horas de dedicación del o la estudiante por cada ECTS. De estas, entre 7,5 y 10 horas corresponden a docencia presencial (clases, prácticas, tutorías, seminarios, etc.) y el resto representan horas de trabajo autónomo del estudiantado (trabajos, proyectos, horas de estudio, etc.).

El precio del crédito para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas el curso 2009/10 es de 11,69 € como un curso son 60 créditos, el coste de la matrícula del primer año equivale a 701,4 €

2. ¿CÓMO PUEDO ACCEDER?

2.1. Vías de acceso

El acceso a la universidad se puede llevar a cabo según los estudios que hayas cursado:

- Bachillerato
- Ciclos Formativos de Grado Superior
- Mayores de 25 años
- Mayores de 40 años
- Mayores de 45 años

A continuación encontrarás los **requisitos** que necesitas cumplir según accedas por unos u otros estudios:

BACHILLERATO

Es necesario que te presentes a la prueba de acceso a la universidad (PAU) y que apruebes la parte general. Para obtener una mayor puntuación puedes hacer la parte específica. Por eso debes examinarte de aquellas asignaturas de modalidad que te presentamos acto seguido. Sin embargo, debes tener presente que estas asignaturas tienen una ponderación distinta, algunas 0,1 y otros 0,2.

Para acceder el **curso 2010-2011**:

Esta titulación no tiene asignaturas que ponderan 0,1 para acceder este curso.

En el cuadro siguiente están las asignaturas que ponderan 0,2:

| Asignaturas con ponderación 0,2 | |
|--|--|
| Biología | Análisis Musical II |
| Dibujo Artístico II | Ciencias de la Tierra y Medioambientales |
| Diseño | Dibujo Técnico II |
| Electrotecnia | Economía de la Empresa |
| Geografía | Física |
| Historia del Arte | Griego II |
| Literatura Universal | Historia de la Música y de la Danza |
| Lenguaje y Práctica Musical | Latín II |
| Química | Matemáticas Aplicadas a las Ciencias Sociales II |
| Tecnología Industrial II | Matemáticas II |
| | Técnicas de Expresión Gráficoplásticas |

Para acceder el **curso 2011-12** y el **curso 2012-2013**:

En los cuadros siguientes están las asignaturas que ponderan 0,1 y las que ponderan 0,2:

| Asignaturas con ponderación 0,1 | |
|--|--|
| Biología | Análisis Musical II |
| Dibujo Artístico II | Ciencias de la Tierra y Medioambientales |
| Dibujo Técnico II | Griego II |
| Diseño | Latín II |
| Física | Historia de la Música y de la Danza |
| Historia del Arte | Química |
| Lenguaje y Práctica Musical | Técnicas de Expresión Gráficoplásticas |
| Matemáticas II | |

| Asignaturas con ponderación 0,2 |
|--|
| Economía de la Empresa |
| Geografía |
| Literatura Universal |
| Matemáticas Aplicadas a las Ciencias Sociales II |

FORMACIÓN PROFESIONAL

Vinculación de los títulos de **Técnico/a Superior de Formación Profesional** a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas:

| Familia profesional | Ramas de conocimiento |
|---|---|
| ACTIVIDADES FÍSICAS Y DEPORTIVAS: – Animación de Actividades Físicas y Deportivas – ... | Ciencias de la Salud Ciencias Sociales y Jurídicas |
| ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN/ADMINISTRACIÓN: – Administración y Finanzas – Secretariado – ... | Artes y Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas |
| ARTES GRÁFICAS: – Diseño y Producción Editorial – Producción en Industrias de Artes Gráficas – ... | Artes y Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas Ingeniería y Arquitectura |
| COMERCIO Y MARKETING: – Comercio Internacional – Gestión Comercial y Marketing – Gestión del Transporte – Servicios al Consumidor – ... | Artes y Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas |

| | |
|---|---|
| <p>HOSTELERÍA Y TURISMO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agencias de Viajes - Gestión de Alojamiento - Animación Turística - Información y Comercialización Turísticas - Restauración - Guía, Información y Asistencia Turística - Agencias de Viaje y Gestión de Acontecimientos - ... | <p>Artes y Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas</p> |
| <p>IMAGEN PERSONAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asesoría de Imagen Personal - Estética - ... | <p>Ciencias de la Salud Ciencias Sociales y Jurídicas</p> |
| <p>IMAGEN Y SONIDO/COMUNICACIÓN, IMAGEN Y SONIDO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Imagen - Producción de Audiovisuales, Radio y Espectáculos - Sonido - Realización de Audiovisuales y Espectáculos - ... | <p>Artes y Humanidades Ciencias Ciencias Sociales y Jurídicas Ingeniería y Arquitectura</p> |
| <p>INDUSTRIAS ALIMENTARIAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Industria Alimentaria - Vitivinicultura - ... | <p>Ciencias Ciencias Sociales y Jurídicas Ingeniería y Arquitectura</p> |
| <p>SEGURIDAD Y MEDIO AMBIENTE:</p> | <p>Ciencias de la Salud Ciencias Sociales y Jurídicas</p> |
| <p>SERVICIOS SOCIOCULTURALES Y A LA COMUNIDAD:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Animación Sociocultural - Educación Infantil - Integración Social - Interpretación de la Lengua de Signos - ... | <p>Artes y Humanidades Ciencias de la Salud Ciencias Sociales y Jurídicas</p> |

Vinculación de los títulos de **Técnico/a Superior de Artes Plásticas y Diseño** a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas:

| Familia profesional | Ramas de conocimiento |
|--|--|
| ARTES APLICADAS AL LIBRO: <ul style="list-style-type: none"> - Encuadernación Artística - Edición de Arte - Grabado y Técnicas de Estampación - ... | Artes y Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas |
| ARTE FLORAL: <ul style="list-style-type: none"> - Arte Floral - ... | Artes y Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas |
| DISEÑO GRÁFICO: <ul style="list-style-type: none"> - Ilustración - Gráfica Publicitaria - Fotografía Artística - ... | Artes y Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas |

Vinculación de los títulos de **Técnico/a Deportivo/a Superior** a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas:

| Familia profesional | Ramas de conocimiento |
|---|---|
| Títulos de Técnico/a Deportivo/a Superior de cualquier modalidad o especialidad deportiva | Ciencias de la Salud Ciencias Sociales y Jurídicas |

MAYORES DE 25 AÑOS

Para acceder al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la vía de mayores de 25 años, debes realizar una prueba de acceso que consta de una **fase general** que comprende cuatro ejercicios:

1. Comentario de texto o desarrollo de un tema general de actualidad.
2. Lengua: castellano.
3. Lengua: valenciano.
4. Lengua extranjera (hay que elegir entre francés, inglés, alemán, italiano y portugués).

Y, una **fase específica** que constará de dos ejercicios a elegir según la rama de conocimiento a la que pertenece cada título de grado. Como el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas pertenece en la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas, debes elegir dos asignaturas entre:

- Historia
- Matemáticas
- Geografía

Además, puedes presentarte por dos ramas de conocimiento si estás interesado o interesada en varios títulos de grado que pertenecen a diferentes ramas de conocimiento.

Para obtener más información tanto sobre la prueba de acceso como el calendario, lugar de realización, cómo preparar la prueba, materiales, dobles vías, etc., consulta la página:

<http://www.uji.es/ES/infopre/25anys/>

Aquí encontrarás el [Buzón de consultas](#) donde podrás preguntar y resolver cualquier duda.

MAYORES DE 40 AÑOS

Para acceder al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la vía de mayores de 40 años, debes superar un procedimiento de selección que se estructura en dos fases:

1ª. **Fase de valoración** donde se valora:

- a) Experiencia laboral y profesional
- b) Formación
- c) Conocimiento de valenciano
- d) Conocimiento de idiomas comunitarios
- e) Conocimiento de informática

2ª. **Fase de entrevista personal**

Para obtener más información sobre este procedimiento de selección como el calendario de entrega de la documentación, requisitos para poder presentarse, baremo de puntuación, etc., consulta la página:

<http://www.uji.es/ES/infopre/40anys/>

Aquí encontrarás el [Buzón de consultas](#) donde podrás preguntar y resolver cualquier duda.

MAYORES DE 45 AÑOS

Para acceder al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la vía de mayores de 45 años, debes realizar una **prueba de acceso** que consta de tres ejercicios:

1. Comentario de texto o desarrollo de un tema general de actualidad.
2. Lengua: castellano.
3. Lengua: valenciano.

Y una **entrevista personal** cuyo resultado debe ser de apto o apta como condición necesaria para poder acceder posteriormente al grado.

Para obtener más información sobre la prueba de acceso como el calendario, lugar de realización, cómo preparar la prueba, materiales, requisitos para poder presentarse etc., consulta la página:

<http://www.uji.es/ES/infopre/45anys/>

Aquí encontrarás el [Buzón de consultas](#) donde podrás preguntar y resolver cualquier duda.

2.2. Necesidades Educativas Especiales (NEE)

Además, la UJI intenta facilitar al estudiantado con **necesidades educativas especiales (NEE)** la plena integración/normalización en la vida académica mediante el Programa de Atención a la Diversidad ([PAD](#)) y la adaptación de las normativas académicas.

Si tienes necesidad de este servicio puedes dirigirte a la Unidad de Apoyo Educativo (*Unitat de Suport Educatiu* - USE) o enviar un mensaje electrónico a suport@uji.es.

2.3. Proceso de admisión: preinscripción y matrícula

Para acceder a la universidad es importante que tengas en cuenta una serie de aspectos referentes al procedimiento de admisión a una determinada titulación:

La nota de corte o de acceso...

- es la nota del último o de la última estudiante que ha accedido a la titulación.
- no está predeterminada, ya que depende de la **oferta** de plazas y de la **demand**a por parte del estudiantado que la solicita.
- si una titulación está muy demandada la nota de acceso tenderá a ser alta.
- se debe considerar como un **referente**, ya que varía cada año.

Por ejemplo, si en Publicidad y Relaciones Públicas se han ofertado 90 plazas, y la nota de corte para un determinado año ha sido de 8,43, significa que la persona que accedió en el último lugar (el núm. 90) tenía esta calificación.

Preinscripción

- Indicar las carreras que quieres cursar por orden de preferencia.
- La solicitud para cursar una determinada carrera se debe hacer de acuerdo con los procedimientos, los impresos y los plazos de la **comunidad autónoma** donde se quiere acceder.
- Si tienes una nota inferior a la nota de corte del último año, solicítala igualmente.

- La asignación de plazas se realiza teniendo en cuenta la **calificación** obtenida para acceder a la universidad (formada por la calificación de la prueba de acceso a la universidad 40% y por el expediente académico de bachillerato 60%).

Listas de espera

- Cada universidad establece un determinado procedimiento para la adjudicación.
- Si no has sido admitido en la UJI, tienes la posibilidad de asistir a la **asamblea de vacantes**.

Matrícula

- Cada universidad tiene un procedimiento y un **período** de matrícula (en la UJI suele ser la segunda quincena de julio).
- En la UJI se puede formalizar la matrícula de forma **presencial o no presencial** por Internet.

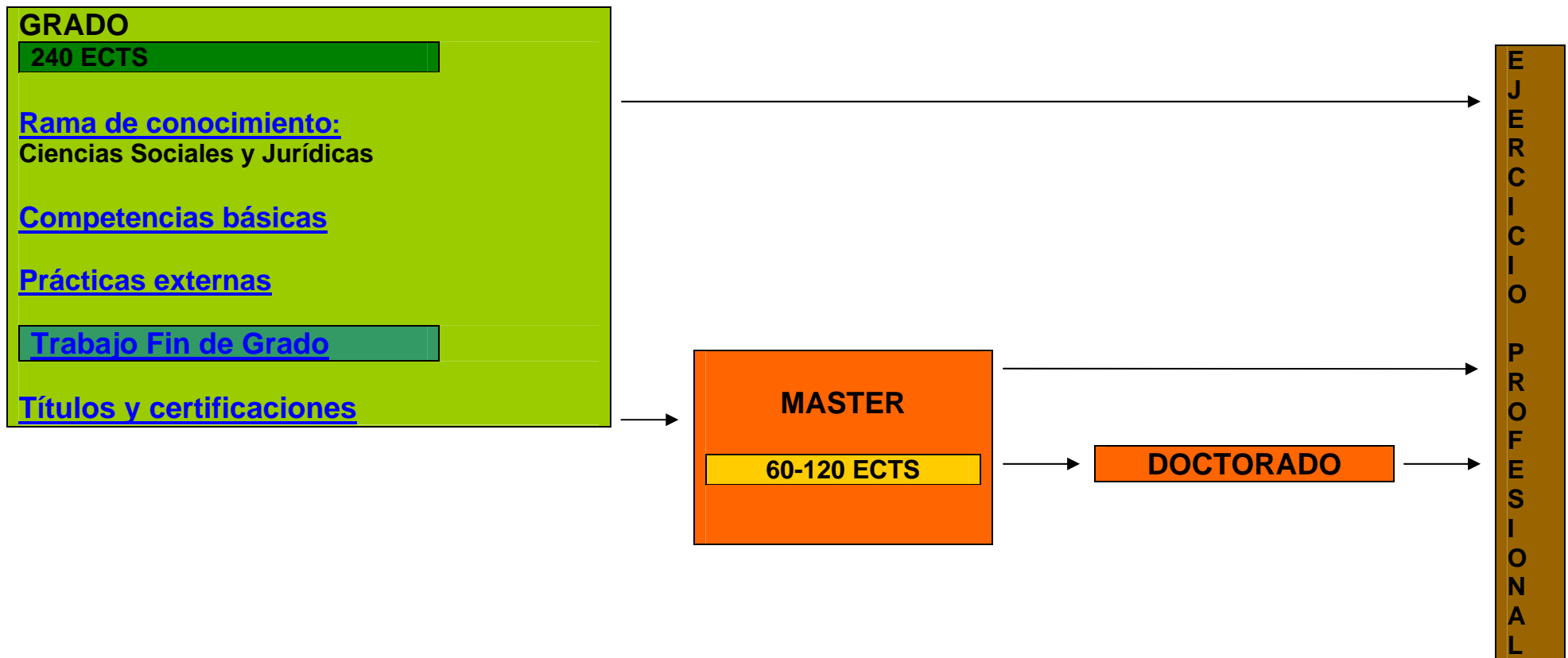
Más información:

Futuro estudiantado

<http://www.uji.es/ES/infopre/trans/est/>

3. ¿CUÁL ES LA ORGANIZACIÓN DE LOS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS?

ORGANIZACIÓN DE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS



4. ¿CON QUÉ ASIGNATURAS ME ENCONTRARÉ?

4.1. Libro de las titulaciones (LLEU)

El LLEU es el libro electrónico de las titulaciones. Aquí encontrarás toda la información relacionada con cada materia del grado, como se muestra en el tutorial.

Es fundamental consultar el LLEU para conocer todo lo que hay que saber de cada materia.

LLEU – TUTORIAL

Si accedes desde la página principal de la UJI: www.uji.es

- Información general
 - LLEU - libro de las titulaciones: <http://lleu.uji.es>
 - Grados
 - Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
 - Información
 - Presentación
 - Resumen de créditos
 - Vacantes
 - Circuitos
 - Estancias en prácticas
 - Programas de intercambio
 - FAQ (preguntas y respuestas más frecuentes)
 - Personalizar horarios
 - Formación básica (FB) / Obligatorias (OB)
 - Asignaturas
 - Horarios
 - Exámenes
 - Reconocimientos
 - Optativas
 - Asignaturas
 - Horarios
 - Exámenes
 - Reconocimientos
 - Prácticas / Trabajo fin de grado

Existe la posibilidad de personalizar el horario, es decir, cuando te matriculas de todas las asignaturas que debes cursar, puedes ir a la opción *Personalitzar horari* (personalizar horario), allí aparecerán todas las materias del grado, debes elegir aquellas de las que te has matriculado, después hacer clic a *Generar horaris* (generar horarios) y automáticamente aparecerá tu horario personalizado.

El programa de cada asignatura contiene la información tanto del temario que se llevará a cabo durante el curso como del procedimiento de evaluación, bibliografía y todas aquellas orientaciones que permiten superar la asignatura. Es importante que lo consultes cuando tengas alguna duda.

Cursos / asignaturas

| PRIMER CURSO | SEGUNDO CURSO | TERCER CURSO | CUARTO CURSO |
|--|---|---|------------------------------------|
| Teoría del Periodismo (FB) | Tecnología de la Comunicación (OB) | Estructura del Sistema Comunicativo (OB) | Planificación de Medios (OB) |
| Teoría de la Imagen (FB) | Géneros Periodísticos (OB) | Producción Audiovisual (OB) | Comunicación para la Igualdad (OB) |
| Teoría de la Publicidad y las Relaciones Públicas (FB) | Ética y Deontología Profesional (FB) | Estrategias de la Comunicación (OB) | Dirección de Comunicación (OB) |
| Documentación Informativa (OB) | Empresas de Comunicación (OB) | Creatividad I (OB) | Trabajo Fin de Grado (TFG) |
| Lengua Española / Catalana para Comunicadores (OB) | Crítica Publicitaria (OB) | Comunicación Corporativa y Gestión de Marca (OB) | Prácticas Externas (PE) |
| Historia del Mundo Actual (FB) | Narrativa Audiovisual (OB) | Edición y Producción de Programas Informativos de Radio y Televisión (OB) | Optativa 1 (OP) |
| Fundamentos de Teoría de la Comunicación (OB) | Estructura Social Contemporánea (FB) | Creatividad II (OB) | Optativa 2 (OP) |
| Inglés Profesional para Comunicadores (FB) | Herramientas Informáticas para Comunicadores (FB) | Estrategias de Publicidad y Relaciones Públicas (OB) | Optativa 3 (OP) |
| Derecho de la Comunicación (FB) | Fundamentos del Marketing (OB) | Sociología del Consumo (OB) | Optativa 4 (OP) |
| Teoría y Técnica de la Fotografía (OB) | Redacción Publicitaria (OB) | Empresa de Publicidad y Relaciones Públicas (OB) | Optativa 5 (OP) |

| |
|---|
| OPTATIVAS |
| Comunicación Política |
| Comunicación Financiera |
| Industrias Culturales |
| Técnicas de Investigación Social Aplicada |
| Psicología de la Comunicación |
| Teoría e Historia del Arte Contemporáneo |
| Historia Social de la Comunicación |
| Técnicas de Venta |
| Protocolo y Gestión de Acontecimientos |
| Publicidad Exterior |
| Vídeo Empresarial |
| Gestión de Cuentas |
| Psicología de la Publicidad |
| Marketing Directo e Interactivo |
| Tecnologías de la Red Internet |
| Marketing en el Punto de Venta |

| |
|----------------------------|
| (FB) Formación básica |
| (OB) Obligatorias |
| (OP) Optativas |
| (PE) Prácticas externas |
| (TFG) Trabajo fin de grado |

Para cursar las asignaturas Prácticas Externas (PE) y el Trabajo Fin de Grado (TFG) hay que haber superado el 80% de los ECTS de las asignaturas de formación básica (FB) y obligatorias (OB).

4.2. ¿Cuál será mi papel?: metodología y evaluación

Cuando empieces el grado, se te asignará un número de usuario que empieza por “al” y va seguido de seis cifras, lo utilizarás junto a una contraseña para acceder a algunas de las herramientas que ofrece la UJI, como por ejemplo el Web mail, el Ujier o el Aula Virtual, que podrás encontrar en la página principal de la UJI, en la parte derecha.

- **WebMail.** Será tu correo personal de la universidad, es decir, aquí recibirás información relacionada con la UJI, como por ejemplo cursillos, actividades, etc., así como información del profesorado. Esta dirección electrónica será alXXXXXX@alumail.uji.es.

- **e-ujier@.** Donde podrás encontrar toda la información por ámbitos: personal, académica, docencia, investigación, ocio, etc., de una manera personalizada.

- **Aula Virtual.** Es un instrumento de trabajo para el estudiantado. En este espacio puedes encontrar el material necesario de algunas asignaturas, de manera que algunos profesores y profesoras incorporan temas, lecturas, prácticas, etc. Por otra parte puedes encontrar la opción de las tutorías virtuales o los foros.

- **Cada asignatura tiene su metodología:**

El profesorado podrá utilizar entre las siguientes aquellas que considere más convenientes para su asignatura.

Enseñanza teórica. Exposición de la teoría por parte del profesorado mientras que el estudiantado toma los apuntes o con participación del estudiantado (implica el uso de técnicas como: lección magistral, debates y discusiones, etc.).

Enseñanza práctica. Clases donde el estudiantado debe aplicar contenidos aprendidos en teoría. Incluye tanto clases de problemas y ejercicios como prácticas de laboratorio (implica el uso de técnicas como: resolución de problemas, casos, simulaciones, experimentos, uso de herramientas informáticas, etc.).

Seminarios. Se trata de un espacio para la reflexión y/o profundización de los contenidos ya trabajados por el estudiantado con anterioridad –teóricos y/o prácticos– (implica el uso de técnicas como talleres monográficos, cineforo, taller de lectura, invitación de personas expertas, etc.).

Tutorías. Trabajo personalizado con un o una estudiante o grupo, en el aula o en espacio reducido. Normalmente la tutoría supone un complemento al trabajo no presencial: negociar/orientar trabajo autónomo, seguir y evaluar el trabajo, orientar ampliación, etc. (implica el uso de técnicas como la enseñanza por proyectos, la supervisión de grupos de investigación, tutoría especializada, etc.).

Evaluación. Actividad consistente en la realización de pruebas escritas, orales, prácticas, proyectos, trabajos, etc. utilizados en la evaluación del progreso del o de la estudiante.

Trabajo personal. Preparación por parte del estudiantado de forma individual o en grupo de seminarios, lecturas, investigación, trabajos, memorias, etc. para exponer o entregar en las clases tanto teóricas como prácticas.

Preparación de exámenes. Revisión y estudio para los exámenes. Incluye cualquier actividad de estudio: estudiar para el examen, lecturas complementarias, hacer problemas y ejercicios, etc.

- A la hora de hacer la evaluación el profesorado utilizará alguna de estas fórmulas:

Carpetas de aprendizaje y/o portafolios. Conjunto documental elaborado por un o una estudiante que muestra la tarea realizada durante el curso en una materia determinada.

Elaboración de trabajos académicos. Desarrollo de un trabajo escrito que puede ir desde trabajos breves y sencillos hasta trabajos amplios y complejos e incluso proyectos y memorias propios de últimos cursos.

Examen escrito (test, desarrollo y/o problemas). Incluye pruebas de “desarrollo o respuesta larga” (prueba escrita de tipo abierto o ensayo, en la que el estudiantado construye su respuesta con un tiempo limitado); de “respuesta corta” (prueba escrita cerrada, en la que el estudiantado construye su respuesta con un tiempo limitado y con un espacio muy restringido), y/o de “tipo test” (prueba escrita estructurada con varias preguntas o ítems en los que el estudiantado no elabora la respuesta; sólo debe señalar la correcta o completarla con elementos muy precisos, como por ejemplo rellenar huecos).

Ejercicios y problemas. Prueba consistente en el desarrollo e interpretación de soluciones adecuadas a partir de la aplicación de rutinas, fórmulas, o procedimientos para transformar la información propuesta inicialmente.

Examen oral. Prueba de evaluación para medir, además de los conocimientos y comprensión, competencias relacionadas con la expresión oral.

Memorias e informes de prácticas. Trabajo estructurado cuya función es informar sobre los conocimientos y competencias adquiridos durante las prácticas y sobre los procedimientos seguidos para obtener los resultados. Puede ser desde formato libre, a seguir un guión estructurado o incluso responder a un cuestionario prácticamente cerrado.

Observación/ejecución de tareas y prácticas. Estrategia basada en la recogida sistemática de datos en el propio contexto de incidentes, listas de validación y/o rúbricas que definan los niveles de dominio de la competencia, con sus respectivos indicadores (dimensiones o componentes de la competencia) y los descriptores de la ejecución (conductas observables). Puede incluir el control de asistencia y/o participación en el aula.

Presentaciones orales y pósters. Exposición y/o defensa pública de trabajos individuales o en grupo para demostrar los resultados del trabajo realizado e interpretar sus propias experiencias.

Proceso de autoevaluación. Participación del estudiantado en la identificación y selección de estándares y/o criterios a aplicar en su aprendizaje y en la emisión de juicios sobre en qué medida ha alcanzado estos criterios y estándares. Se puede utilizar cualquier tipo de prueba: oral, escrita, individual, grupal, etc.

Proceso de evaluación entre estudiantado. Situación en la cual el estudiantado valora la cantidad, nivel, valor, calidad y/o éxito del producto o resultado del aprendizaje de los compañeros y compañeras de clase (evaluación entre iguales). Especialmente indicado para el trabajo en equipo.

Prototipos. Elaboraciones prácticas de modelos o versiones iniciales del diseño de un producto que permiten valorar competencias profesionales (reportajes, documentales, spots, programas informativos, etc.). Opcionalmente el docente puede plantear la defensa oral del prototipo.

Proyectos. Situaciones en las que el estudiantado debe explorar y trabajar un problema práctico con la aplicación e integración de conocimientos interdisciplinarios.

Resolución de casos. Supone el análisis y la resolución de una situación profesional para realizar una conceptualización experiencial y buscar soluciones eficaces.

Resolución de ejercicios y problemas. Prueba consistente en el desarrollo e interpretación de soluciones adecuadas a partir de la aplicación de rutinas, fórmulas, o procedimientos para transformar la información propuesta inicialmente.

| |
|--|
| Fíjate bien en el programa de la asignatura donde aparece claramente la metodología y la evaluación que se llevará a cabo. |
|--|

4.3. ¿Qué piensa el estudiantado? ¿Y el profesorado?

Como en el curso 2009/10 se ha implantado el primer curso del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas no se dispone de la información de este apartado.

5. ¿PUEDO ESTUDIAR PARTE DE MIS ESTUDIOS FUERA DE LA UJI?

Podrás hacer parte de los estudios de este grado en otras universidades, tanto españolas como extranjeras, mediante los programas que aparecen a continuación.

5.1. En universidades extranjeras

- ERASMUS

El programa Erasmus, dentro de la enseñanza superior, concede ayudas de movilidad, desde tres meses hasta un curso académico, para estudiantado de los últimos años de carrera, de postgrado y de doctorado con las siguientes finalidades:

- Que cursen estudios reconocidos relacionados con su programa de estudios.
- Que mejoren su conocimiento de lenguas.
- Que adquieran identidad como ciudadanos y ciudadanas europeos.

Si cursas la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas, podrás acceder a las siguientes universidades extranjeras:

| PAÍS | CIUDAD | UNIVERSIDAD | PÁGINA WEB |
|--------------|---------------|--|---|
| Bélgica | Gante | Arteveldehogeschool | http://www.arteveldehs.be/ |
| Francia | Nancy | Université de Nancy 2 | http://iuta.univ-nancy2.fr/ |
| Dinamarca | Alborg | Alborg University | http://en.aau.dk/ |
| Grecia | Athina | Panteion University of Social and Political Sciences | http://www.panteion.gr/ |
| Irlanda | Dublín | National College of Art and Design | http://www.ncad.ie/ |
| Italia | Teramo | Università degli Studi di Teramo | http://www.unite.it |
| Portugal | Covilhã | Universidade da Beira Interior | http://www.ubi.pt/ |
| Países Bajos | Arnhem | Arnhem Business School | http://www.abs.han.nl |
| Reino Unido | Newcastle | University of Newcastle | www.ncl.ac.uk/ |
| Turquía | Ankara | Bilkent Universitesi | http://www.bilkent.edu.tr/index.html |

Profesorado responsable en la UJI:Cesáreo Fernández Fernández (cfernand@com.uji.es)M. José Gámez Fuentes (gamezf@com.uji.es)

Departamento de Ciencias de la Comunicación

- ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ

Este programa tiene la finalidad de intercambiar estudiantado de últimos años de carrera para realizar estudios de tres a seis meses. El estudiantado debe cursar, en Estados Unidos y Canadá, estudios reconocidos relacionados con su programa. Si cursas el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, podrás acceder a las siguientes universidades extranjeras:

| PAÍS | CIUDAD | UNIVERSIDAD | PÁGINA WEB |
|----------------|---------------------|------------------------------|---|
| Estados Unidos | Oklahoma | The University of Oklahoma | http://www.ou.edu/ |
| Estados Unidos | Murray | Murray State University, KY | http://www.murraystate.edu/ |
| Estados Unidos | Ohio | Shawnee State University, OH | http://www.shawnee.edu/ |
| Estados Unidos | Iowa | Coe College, IA | http://www.coe.edu/ |
| Estados Unidos | Nueva York (Alfred) | Alfred University | http://www.alfred.edu/ |
| Canadá | Montreal | Université de Montréal | http://www.umontreal.ca |
| Estados Unidos | Michigan | Madonna University | http://cms.madonna.edu |
| Estados Unidos | Ohio | Lake Erie University | http://www.lec.edu |

Además de estos programas de intercambio existen otros como: Programa de Intercambio con América Latina o Programa de Intercambio con Australia y Rusia.

Más información:

Oficina de Cooperación Internacional y Educativa (OCIE)

<http://www.uji.es/ES/serveis/otci/prog/progest.shtml>**5.2. En universidades españolas****- SICUE**

El programa Sicue tiene como objetivo la movilidad del estudiantado para realizar estudios de un mínimo de cuatro meses y de un máximo de nueve meses en cualquier otra universidad pública o privada del estado español con la que haya un convenio firmado. Se pretende conseguir que el estudiantado experimente sistemas docentes diferentes y que conozca a la sociedad y cultura de otras autonomías, a efectos, sobretodo, de formación curricular y de proyección profesional.

Si cursas la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas podrás acceder a las siguientes universidades:

| CIUDAD | UNIVERSIDAD | PÁGINA WEB |
|------------------------------------|-----------------------------------|---|
| Sant Vicent del Raspeig (Alicante) | Universidad de Alicante | http://www.ua.es/ |
| Móstoles (Madrid) | Universidad Rey Juan Carlos | http://www.urjc.es/ |
| Cerdanyola del Vallès (Barcelona) | Universidad Autónoma de Barcelona | http://www.uab.es/ |
| Reos (Tarragona) | Universidad Rovira i Virgili | http://www.urv.es/ |
| Zaragoza | Universidad San Jorge (Zaragoza) | http://www.universidadsanjorge.net/sitio/index.php |
| Málaga | Universidad de Málaga | http://www.uma.es/ |

Más información:

Oficina de Cooperación Internacional y Educativa (OCIE)

<http://www.uji.es/ES/serveis/otci/prog/progest.shtml>

5.3. Otras opciones

- **PLOTEUS: portal sobre oportunidades de aprendizaje en todo el espacio europeo**
Ploteus tiene como objetivo ayudar a estudiantado, personas que buscan trabajo, trabajadores y trabajadoras, padres, madres, orientadores y orientadoras y profesorado a encontrar información sobre cómo estudiar en Europa. Contiene información de 30 países en diferentes idiomas.

En Ploteus se puede encontrar toda la información sobre las posibilidades de aprendizaje a lo largo de la vida a Europa:

- Oportunidades de aprendizaje y posibilidades de formación
- Sistemas de educación y formación
- Programas de intercambio y becas
- Todo lo que hay que saber cuando te trasladas a vivir al extranjero

Más información:

http://europa.eu/index_es.htm

- PROGRAMA DE BECAS FARO GLOBAL

El programa de becas Faro Global promueve la movilidad de estudiantado de últimos cursos de todas las universidades españolas mediante la realización de prácticas formativas de calidad en empresas radicadas en Europa, Asia, Estados Unidos y Canadá. El objetivo último del programa es facilitar su inserción profesional mediante la mejora de sus competencias, aptitudes y actitudes.

Más información:

<http://www.becasfaro.es/>

6. Y AL ACABAR...

6.1. Competencias

Mientras cursas el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas irás adquiriendo unas competencias que utilizarás para tu futuro profesional:

- Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación.
- Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.
- Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa. Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos, tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual.
- Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los diferentes medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.
- Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios: sus características, tipologías y problemáticas.
- Conocimiento de la evolución de los aspectos industriales, sociales y estéticos que inciden en las transformaciones de los elementos, formas y procesos de la comunicación publicitaria.
- Conocimiento de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los diferentes soportes y medios de comunicación.
- Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación publicitaria: creativos, empresas, instituciones, agencias de publicidad y de relaciones públicas, medios, soportes y públicos.
- Conocimiento del departamento de comunicación en las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección, en especial de la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa, de los mercados y de los productos financieros.
- Conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas, mediante el estudio de la metodología necesaria para analizar el estado corporativo, evaluar mediante auditoría y diseñar una estrategia específica.

6.2. ¿Qué salidas profesionales tengo?

Una vez acabes los estudios del Grado podrás trabajar en diferentes ámbitos y realizar determinadas tareas, así como continuar formándote.

Ámbitos de trabajo

Los puestos de trabajo donde puede desarrollar su trabajo un graduado o graduado en Publicidad y Relaciones Públicas, en principio, son todos aquellos relacionados con la comunicación, como:

Empresas externas a la organización

- Centrales de medios
- Agencias de publicidad
- Agencias de relaciones públicas
- Agencias de marketing directo
- Agencias de patrocinio
- Agencias de promociones

Integrados en la organización

- Departamentos comerciales de los medios de comunicación (prensa, radio, cine...)
- Departamento de marketing y comunicación
- Departamento de comunicación de cualquier empresa e institución

Tareas profesionales

A) Empresa del sector publicitario (agencias, centrales de medios, estudios de diseño, etc.)

- Departamento de cuentas o servicio al cliente:
 - Gestión comercial y de servicio general al cliente
 - Coordinación y supervisión de los trabajos de la agencia para el cliente
 - Asesoramiento al cliente
 - Investigación y desarrollo estratégico de la campaña
- Departamento creativo:
 - Formulación de la estrategia creativa y plataforma comunicativa
 - Realización de los materiales publicitarios básicos a nivel de esbozo.
 - *Copy* y dirección de arte
 - Supervisión de la producción de los materiales definitivos (cuñas, spots, etc.)
 - Producción
 - Coordinación de los aspectos relativos a la contratación de los servicios exigidos para la producción de las piezas publicitarias
 - Supervisión y control de los materiales producidos
 - Planificación de medios

- Planificación estratégica de medios
- Programación
- Contratación-reserva de espacios publicitarios
- Control de las apariciones
- Investigación y desarrollo de nuevos soportes

B) Departamento de comunicación de una empresa - productora

- Análisis de las necesidades de comunicación de la empresa
- Desarrollo del plan general de comunicación
- Planificación de las campañas
- Relación con la agencia de publicidad
- Aportación profesional en el desarrollo y diseño de nuevos productos y embalajes
- Realización conjunta con promoción y ventas de todo el material promocional y de ayuda a ventas
- Asistencia profesional a producción en la confección de manuales técnicos y de instrucciones
- Relación con los medios de comunicación
- Coordinación y supervisión de las investigaciones publicitarias

C) Departamento de comunicación de una empresa / institución de servicios

- Ayuntamientos, partidos políticos, entidades bancarias...
- Análisis de las necesidades de comunicación de la empresa
- Desarrollo del plan general de comunicación
- Planificación de las campañas
- Relación con los medios
- Relación con la agencia de publicidad

D) Medios de comunicación

- Radio, televisión, prensa...
- Gestión comercial y de servicio general a la clientela
- Redacción y locución
- Maquetación y diseño
- Producción

6.3. Para continuar formándome académicamente

¿Qué es?

Los estudios de máster tienen como objetivo la formación avanzada, especializada o multidisciplinar, dirigida a una especialización académica o profesional o bien la iniciación en actividades investigadoras.

¿Cuál es la diferencia entre máster oficial y máster propio?

Los másteres oficiales tienen una carga lectiva de 60 a 120 créditos europeos (1 o 2 cursos académicos) y deben disponer de una acreditación oficial por parte del Ministerio de Educación.

El máster oficial es reconocido en toda la Unión Europea sin tener que realizar ningún trámite de reconocimiento y, por ello, garantiza la movilidad entre países.

El máster propio acredita un ciclo universitario de formación de postgrado no doctoral, y reconoce un nivel calificado de formación superior a la de grado.

El máster propio de la universidad comprende, como mínimo, 50 créditos (donde un crédito corresponde a 10 horas de enseñanza teórica, práctico o de sus equivalencias).

¿Qué másteres puedo hacer a la UJI relacionados con el grado que he estudiado?

Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación, que contiene una especialidad en Creatividad y Producción de Nuevos Discursos Audiovisuales.

Sin embargo, con el título de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas también puedo acceder a otros másters...

[Másteres de la UJI](#)

[Másteres Ministerio de Educación y Ciencia](#)

Doctorado

La finalidad del doctorado es la formación avanzada de carácter especializado, orientada a la especialización académica o profesional, o promover la iniciación en tareas investigadoras.

6.4. Para continuar con mi formación profesional

- LEONARDO

El Leonardo da Vinci es un programa creado por la Unión Europea (UE) para promover el espacio europeo en materia de educación y formación profesional. Las acciones de movilidad permiten a los titulados y tituladas recientes disfrutar de unas estancias en prácticas en empresas u organismos europeos, aproximadamente, durante 24 semanas.

Más información:

<http://www.uji.es/CA/serveis/ocie/acil/esp/prog/vinci/>

- PROGRAMA EURODISEA

Se trata de un programa que permite establecer intercambios entre jóvenes trabajadores y trabajadoras de las regiones de Europa, y les da la posibilidad de beneficiarse de una formación lingüística y de un período de prácticas en una empresa extranjera. Las distintas regiones asumen la responsabilidad de gestionar el programa y, partiendo de eso, realizan la selección de los candidatos y candidatas, se encargan del envío y la acogida y gestionan las ofertas de períodos de prácticas.

Más información:

http://portales.gva.es/c_economia/web/html/Economia_InfoGeneral_Eurodisea_c.htm

- PROYECTO ARGO

Argo es un proyecto de movilidad, promovido por el Ministerio de Ciencia e Innovación en el marco del Programa Europeo de Movilidad Leonardo da Vinci, su objetivo es impulsar la formación complementaria de los titulados y tituladas de todas las universidades españolas a través de la realización de prácticas en empresas europeas.

Más información:

<http://www.becasargo.net/>

- BECAS INTEGRANTES

El Ministerio de Ciencia e Innovación, a través de su Dirección General de Universidades, promueve y financia un programa de 250 becas de ámbito nacional, que dará a los titulados y tituladas universitarios españoles la oportunidad de realizar prácticas en empresas de Estados Unidos y Canadá, durante un período de seis a doce meses.

Más información:

<http://www.integrants.es/>

7. ES IMPORTANTE QUE SEPAS...

Estar en la universidad no es sólo asistir a clase de cada una de las asignaturas de las que te has matriculado. La universidad aparece en un período de tu vida en el que te estás formando académicamente, pero también desarrollando como persona. ¡Aprovéchalo!

Por eso es fundamental que conozcas una serie de aspectos relacionados con la titulación, pero también otros que son generales, y que como universitario o universitaria no sólo tienes que conocer sino también utilizar.

7.1. De la titulación...

El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas cuenta con el **Laboratorio de Comunicación Audiovisual y Publicidad (LABCAP)** que dispone de página web: <http://www.uji.es/organs/vices/vpusl/labcap/>.

Este laboratorio dispone de las siguientes instalaciones:

- *Taller de fotografía.* Incluye un plató de fotografía, diseñado para prestar servicio como plató de televisión auxiliar, y que tiene adjunto un almacén de fotografía, un laboratorio de fotografía, para el procesamiento y positivado de materiales fotográficos; finalmente un taller de preimpresión gráfica, concebido para el tratamiento digital de imágenes fotográficas, maquetación de textos y diseño de páginas web, con capacidad para producción multimedia.

- *Taller de radio, doblaje y producción musical.* Consta de los siguientes espacios de trabajo: estudio de radio, que incluye cuatro controles y cuatro locutorios, dos autocontroles y una continuidad de radio, diseñado para el mantenimiento de emisiones regulares de radio, y el estudio de doblaje y producción musical, con un control y una sala de grabación, con capacidad para poder realizar posproducciones de sonido complejas para vídeo, subtitulación en vídeo y DVD, doblaje profesional y grabación multipista de grupos musicales.

- *Taller de vídeo y televisión.* Incluye un plató de televisión con la posibilidad de tener dos siete o espacios de trabajo simultáneos, y unas gradas, almacén de decorados, 2 camerinos, 5 salas de edición de vídeo, con capacidad para sonorizar, subtítular e introducir efectos de vídeo, un control de realización, para la producción de programas de televisión en directo o grabados, y una continuidad de televisión diseñada con un equipamiento que permite su transporte fuera de las instalaciones, cambio de formatos de vídeo y emisiones regulares de televisión, 3 salas de edición de vídeo, para sonorizar, subtítular e introducir efectos de vídeo.

- *Taller de producción multimedia.* Consta de 3 salas de producción multimedia, para la preparación de producciones audiovisuales, el aprendizaje de programas de edición de audio y vídeo, diseño de páginas web y la producción de CD / DVD-ROM multimedia:

a) la sala de producción multimedia núm. 1, está diseñada principalmente para dar apoyo a las producciones radiofónicas como la edición de archivos y documentos sonoros mediante herramientas informáticas,

b) la sala de producción multimedia núm. 2, dar apoyo especialmente a las producciones videográficas y televisivas;

c) la sala de producción multimedia núm. 3, dar apoyo especialmente a producciones videográficas y televisivas.

- *Otros espacios complementarios.* Tres salas de Electronic New Gathering (ENG) para la organización y gestión de los equipos de préstamo. Dos seminarios que sirven para impartir

clases demostrativas sobre los equipos, realización de cursos de doctorado, realización de cursos externos, etc.

Por otra parte, las líneas de investigación que lleva a término el Departamento de Ciencias de la Comunicación son:

Los campos de búsqueda que se llevan a cabo en la Universitat Jaume I en relación al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas giran en torno a tres grandes cuestiones. Por un lado, la relación entre la publicidad y la política. En segundo término, el análisis de la estructura del sector periodístico enmarcada en el estudio de las industrias culturales. Finalmente, en tercer lugar, destaca el estudio de los procesos de cambio que afectan al periodismo derivados de la convergencia digital que implica la aparición de nuevos formatos informativos, nuevas oportunidades para difundir los productos periodísticos y una especial atención al desarrollo del periodismo en Internet.

En el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I llevan actividades de búsqueda un total de cuatro grupos de investigación que son los siguientes:

- Periodismo, Comunicación y Poder. Centrado en la investigación de temáticas directamente relacionadas con el campo del periodismo.
- Investigación en Tecnologías Aplicadas a la Comunicación Audiovisual (ITACA). Centrado en el análisis de los productos audiovisuales, especialmente en la construcción de nuevos discursos audiovisuales derivados de la hibridación y en el estudio de la cultura visual digital.
- Observatorio en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación. Centrado en la investigación de la comunicación corporativa, publicitaria y empresarial desde una perspectiva global.
- C-ACTS (Centro de Análisis de la Comunicación del Tercer Sector). Centrado en el estudio de las actividades comunicativas de las organizaciones del tercer sector, como las ONG.

Finalmente, para saber más:

Webs de interés general

| | |
|--|--|
| Tríptico informativo Grado en Publicidad y Relaciones Públicas | www.uji.es/bin/infoest/estudis/grau/esp/csj/publi.pdf |
| Qué estudiar y dónde | www.educacion.es/notasdecorte/jsp/compBdDo.do |
| Guía oficial de titulaciones y postgrados de las universidades españolas | www.guiainiversidades.uji.es/base/ |
| Libros blancos de las titulaciones | www.aneca.es/publicaciones/libros-blancos.aspx |
| Bolonia en secundaria | www.educacion.es/boloniaensecundaria/index.htm |
| Guía Preocupa't | www.uji.es/CA/canals/laboral/preocupat/ |

Webs específicas

| | |
|--|--|
| Club de Creativos (cdec) | www.clubdecreativos.com |
| Festival El Sol (publicidad) | www.elsolfestival.com |
| Festival La Chupete (publicidad infantil) | www.elchupete.com |
| Premios a la eficacia (publicidad marketing) | www.premioseficacia.com |
| Premios Laus (diseño y publicidad) | www.adg-fad.org |
| Premios Ratón (publicidad interactiva) | www.movierecord.com |
| Premios Imán (marketing directo) | www.fecemd.org |
| Premios AEMP (marketing promocional) | www.aemp.es |
| Premios APPE (producción) | www.appe.org |
| FIAP (publicidad) | www.fiap.com.ar |
| El Ojo de Iberoamérica (publicidad) | www.elojodeiberoamerica.com |
| Festival Drac (publicidad) | www.associaciopublicitat.com |
| Premios Ratón (publicidad interactiva) | www.movierecord.com |
| Premios Imán (marketing directo) | www.fecemd.org |
| Clio Awards (publicidad) | www.clioawards.com |
| Festival de Cannes (publicidad y marketing) | www.canneslions.com |
| London Festival (publicidad) | www.liaawards.com |
| One Show (publicidad) | www.oneclub.com |
| Cresta Awards (publicidad) | www.cresta-awards.com |
| New York Festivals (publicidad, marketing y diseño) | www.newyorkfestivals.com |
| Epica (publicidad) | www.epica-awards.com |
| Eurobest (publicidad) | www.eurobest.com |
| Portal de comunicación | www.portalcomunicacion.com |
| Asociación de profesionales de gabinetes de comunicación | www.augac.org |
| Portal de gabinetes | www.gabinetesdecomunicacion.com |
| Portal de acontecimientos | www.eventoclick.com |
| Portal de acontecimientos | www.maseventos.com |
| Gabinete de comunicación | www.iccomunicacion.com |
| Gabinete de comunicación | www.eolocomunicacion.com |
| Gabinete de comunicación | www.abcn.es |

HAY que DESTACAR del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas

Dobles titulaciones

En cinco cursos académicos se podrían conseguir dos titulaciones, Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Grado en Periodismo o Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Grado en Comunicación Audiovisual.

Instalaciones pioneras

El laboratorio de Comunicación Audiovisual y Publicidad (LABCAP) de la UJI dispone de unas modernas instalaciones dotadas con los últimos equipamientos tecnológicos y que son una referencia a la universidad española en el campo de las Ciencias de la Comunicación. El LABCAP (www.labcap.uji.es) está dotado con un plató de televisión, seis estudios de radio, un plató y un laboratorio de fotografía, tres aulas multimedia dotadas con ordenadores iMac y numerosos lugares de edición de vídeo no lineal.

Escuela de Comunicación

La Escuela de Comunicación es un programa docente que incluye la realización de talleres y seminarios dirigidos a proporcionar conocimientos prácticos e instrumentales, por una parte, y de conferencias de profesionales de la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación que trasladan al estudiantado sus experiencias y vivencias, de otra. Todo con el objetivo de mejorar la formación del estudiantado y reforzar su conexión con la realidad profesional de la publicidad y las relaciones públicas.

7.2. De la universidad...

Se pueden diferenciar dos grandes grupos, por un lado la vertiente académica, donde encontrarás toda la información relacionada con el tema académico, por otro, la vertiente personal, donde encontrarás la información no académica relacionada con el propio desarrollo.

Vertiente académica

- **Unidad de Apoyo Educativo (*Unitat de Suport Educatiu* – USE):** tiene entre sus áreas de trabajo el asesoramiento personalizado de los universitarios y universitarias sobre temas académicos y profesionales (elección de asignaturas, cómo estudiar, salidas laborales, etc.) y la atención al estudiantado con algún tipo de discapacidad, o a cualquier persona que presente alguna problemática que afecte a su integración académica, social y laboral.

Entre otros programas, se llevan a cabo los siguientes:

- Jornada de Acogida. Con la finalidad de facilitar la adaptación y la integración del estudiantado de nuevo ingreso.
- Estudia e Investiga en la UJI. Desde la USE se está trabajando porque los y las mejores estudiantes de las Olimpiadas de Secundaria y que después se matriculen en la UJI, tengan, además de una formación académica, una formación con vertiente investigadora.
- Programa de Rendimiento Académico. Este programa ofrece un apoyo personalizado al estudiantado que quiere mejorar sus estrategias y competencias a la hora de estudiar o que, en los exámenes, no han obtenido los resultados que esperaban.
- Proyecto de tutorización para mayores de 25, 40 y 45 años. Estudiantado universitario de últimos cursos ejerce de tutor o tutora, en relación a aspectos

académicos, sociales y administrativos, del estudiantado de nuevo ingreso que accede a la universidad por la vía de mayores de 25, 40 y 45 años.

- Asesoramiento personalizado. Atención individual sobre cualquier tema de orientación académica: elección de asignaturas, continuación de estudios, cambio de carrera, etc.

- **Infocampus** (situado en el edificio de ampliación de la biblioteca, nivel 0). Forma parte de la Unidad de Apoyo Educativo. Aquí podéis consultar toda la información académica relacionada con la universidad. Otros servicios de Infocampus:

- Canal Futuro Estudiantado. Es el canal de referencia informativa para el futuro estudiantado universitario.

- Canal InfoCampus. Es el canal de referencia informativa para el estudiantado de la UJI.

- El Rodador. Es una aplicación a través de la cual tendrás acceso a nuestra base de datos, podrás consultar esta base de datos o recibirla en tu correo o teléfono móvil.

- Bolsa de vivienda. Es un servicio de búsqueda de viviendas que te ofrece la universidad.

- Tablón de anuncios. A través de esta herramienta se pueden introducir anuncios clasificados, de acuerdo con las categorías que se señalan: audiovisuales, compra-venta, deportes, informática, intercambios, libros y apuntes, ocio, trabajo y otros.

- Buzón UJI. El Buzón UJI es el canal de comunicación abierto, mediante el cual cualquier usuario o usuaria, sea miembro de la comunidad universitaria o persona externa, puede expresarse a través de Internet, y hacer consultas, quejas, sugerencias o felicitaciones.

- **Normativa de exámenes.** En la Universidad hay una normativa de exámenes, si tienes cualquier duda relacionada con los exámenes puedes consultarla.

<http://www.uji.es/uji/norm/examen/n-examen.html>

- **Síndico/a de Agravios.** Es la persona que defiende y protege los derechos y los intereses de los miembros de la comunidad universitaria. La función de este órgano es tramitar las quejas, observaciones y sugerencias que no hayan podido ser atendidos por las vías habituales. Si necesitas este servicio puedes enviar un mensaje electrónico a la siguiente dirección: sindicatura-greuges@uji.es

- **Biblioteca-Centro Documentación.** Dispone de un fondo bibliográfico y documental que comprende todas las materias que se imparten en la Universitat Jaume I, al que podáis recurrir para completar los apuntes de la titulación.

En la biblioteca puedes estudiar en grupo, ya que dispone de unas aulas para esta actividad. En período de exámenes permanece abierta 24 horas.

En la biblioteca también hay diferentes servicios de apoyo a la formación académica que son de gran utilidad como:

- Mediateca. Diseñada para el uso de la información electrónica y audiovisual, de evidente relevancia para los graduados y graduadas en Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual.
 - Hemeroteca. Para consultar revistas.
 - Centro de Documentación Europea. Presta servicio de documentación comunitaria.
- **Centro de Autoaprendizaje de Lenguas (CAL).** Entre otros servicios, ofrece ordenadores con lugares y programas didácticos, casetes con actividades, ejercicios autocorrectivos, vídeos, revistas... Está situado en la planta baja de la biblioteca y se perfeccionan los siguientes idiomas:
- Alemán
 - Inglés
 - Catalán
 - Español para extranjeros
 - Francés

Vertiente desarrollo personal

- **Centro de Cooperación Internacional y Educativa (OCIE).** Es un servicio que puede mejorar vuestra formación, ya que se encarga de gestionar los programas internacionales y nacionales de ámbito educativo y los programas de intercambio. También gestiona el fomento a la ocupación y los programas de inserción laboral.
- **Servicio de Actividades Socioculturales (SASC).** En la universidad, además de estudiar, podéis disfrutar de otras actividades: culturales, lúdicas, deportivas...
- **Servicio de Deportes.** Tiene como objetivo contribuir a la formación integral del estudiantado y del personal y ofrecer la posibilidad de realizar actividades deportivas, puedes encontrar más de 100. Tienes muchas opciones, desde mantenerte en forma con la práctica de ejercicios de mantenimiento y mejora de la salud, hasta participar en competiciones oficiales con otras universidades representando a la UJI.
- **Centro Sanitario.** Proporciona asistencia sanitaria psicológica.
- **Servicio de Asistencia Psicológica (SAP).** Tiene como objetivo ofrecer a todas aquellas personas que lo requieran los avances en el tratamiento que se derivan del conocimiento de las últimas investigaciones en la psicopatología y tratamiento de los trastornos de ansiedad. Por otro lado, desde el punto de vista de los servicios generales hay que destacar el:
- **Registro General** por si tenéis que dejar constancia oficial de cualquier documento de la Universidad. Está situado en la planta baja del edificio del Rectorado.

LA UJI es más....

- Estilo UJI: formación en lenguas extranjeras, en nuevas tecnologías, en humanitarismo, en ciudadanía europea y en fomento del espíritu emprendedor.
- Situada en Castellón, una ciudad mediterránea y cómoda, con facilidades de alojamiento.
- Un campus moderno y comunicado con la estación de trenes y autobuses en 5 minutos.
- 100% de aulas con equipamiento multimedia y laboratorios con la última tecnología.
- Biblioteca abierta 24 horas en período de exámenes.
- Amplias instalaciones deportivas con una oferta de más de 100 actividades.
- Profesorado altamente calificado con formación pedagógica permanente y numerosos profesionales externos implicados en la docencia.
- Grupos reducidos que permiten un trato personalizado al estudiantado.
- Aula Virtual de apoyo tecnológico a la docencia.
- Estancias en prácticas para todo el estudiantado con una oferta de 2.700 entidades.
- Alta inserción profesional de los titulados y tituladas de la UJI.

8. ¿LO TENGO CLARO? ¿TENGO DUDAS?

Llegado a este punto, pensamos que ya puedes tener una idea real de lo que implica esta titulación y de algunas cosas que ofrece la UJI, por lo que ya te encuentras en condiciones de tomar una decisión.

Para ayudarte en este aspecto de tener que decidir, lee y reflexiona sobre todo lo que te exponemos en el apartado siguiente.

¿Cómo soy?

De manera orientativa, para hacerte una idea de aquellos aspectos que se consideran más convenientes que un o una estudiante de Publicidad y Relaciones Públicas debe tener, te presentamos el siguiente cuestionario. Para cumplimentarlo, puedes responder a las cuestiones de acuerdo con la siguiente escala:

| | | | | |
|-------------------|------------|--------------------------------|------------|----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Muy en desacuerdo | Desacuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | De acuerdo | Muy de acuerdo |

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. ¿Crees que eres buen/a comunicador/a? | | | | | |
| 2. ¿Tienes mucha imaginación? | | | | | |
| 3. ¿Crees que eres creativo/a? | | | | | |
| 4. ¿Sientes interés por los temas sociales y culturales? | | | | | |
| 5. ¿Eres una persona con capacidad de persuasión? | | | | | |
| 6. ¿Tu memoria auditiva y visual es buena? | | | | | |
| 7. ¿Tienes interés por el comportamiento y los hábitos de consumo de la sociedad? | | | | | |
| 8. ¿Te consideras una persona con la mente abierta? | | | | | |
| 9. ¿Tienes capacidad de observación y de atención por los detalles? | | | | | |
| 10. ¿Te gusta trabajar en equipo? | | | | | |
| 11. ¿Eres una persona planificadora? | | | | | |

Ha llegado el momento de la autocorrección:

| | |
|---------------------|--|
| PUNTUACIÓN OBTENIDA | |
|---------------------|--|

Cuenta todos los puntos que has obtenido:

Si tu puntuación está entre 19 y 50 tienes unas buenas características para hacer esta titulación. En el supuesto que no llegues a la puntuación de 19, **NO TE PREOCUPES**, puedes cursar estos estudios, pero debes tener en cuenta que sería interesante que desarrollaras y potenciaras –entre otros– la creatividad, la comunicación, la imaginación... ya que en definitiva el estudiantado que quiere cursar este grado son personas interesadas en la comunicación y la creatividad, con buena expresión oral y escrita, con capacidad de reflexión y argumentación.

¡Ahora toca decidir!

Pronto llegará el momento de optar por una carrera universitaria. En este punto, debes tener en cuenta todos los aspectos que pueden influir en tu futuro, tanto inmediato como posterior.

Entonces, ahora sólo falta que tomes una decisión. Para ayudarte en esta elección, a continuación tienes algunos consejos que te pueden ser útiles:

- Madura y reflexiona sobre toda la información que tienes de la titulación y piensa también, a largo plazo, en tu plan de futuro: plantéate objetivos y metas.
- Ten en cuenta las diferentes variables que pueden influir, entre las que pueden figurar estas:
 - Interés por la carrera.
 - Aceptación de la carrera por parte de los padres.
 - Coste de los estudios en tiempo.
 - Coste de los estudios en dinero.
 - Posibilidad académica por acceder a la carrera.
 - Prestigio o estatus profesional.
 - Dificultad de los estudios.
 - Influencia de amistades y/o familia.
 - Incorporación al mundo laboral.
 - Disponibilidad para irte a estudiar fuera.
 - Otras.

- Para acabar, piensa que todos estos factores no tienen el mismo peso a la hora de decidirte por una opción determinada. Por tanto, te proponemos el siguiente ejercicio de reflexión:
 - Analiza las ventajas e inconvenientes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

 - Valora cada ventaja e inconveniente en una escala de 1 a 5 (1 = muy poca importancia, 5 = mucha importancia).

 - Finalmente, suma las puntuaciones obtenidas en las ventajas y los inconvenientes para esta titulación.

 - Contrasta los resultados con los obtenidos en otras titulaciones.

Àmbit de la petició:

 Perfil:

 Tipus:

 Text:

Indiqueu com voleu que us arribi la resposta.

 Correu electrònic Adreça electrònica:

 Telèfon

 Nom:

 Telèfon:

[Netejar](#)

* Si ens voleu aportar qualsevol comentari relatiu al funcionament de la Bústia UJI, adreçe-vos a Bustia_UJI@uji.es.

 * Les peticions de la Bústia UJI no tenen, en cap cas, la qualificació de recurs administratiu, i la seua interposició no paralitza els terminis que estableix la normativa vigent i tampoc condiona l'exercici de les restants accions o drets que puguen exercir les persones interessades

Informació proporcionada pel: USE, Àrea Tècnica d'Orientació-Informació

Informació i consultes: Bústia UJI | Política general de protecció de dades

Primero, donde pone *Perfil* debes poner tu perfil, en este caso es *Estudiantat* (estudiantado). Donde pone *Tipus* (tipo), debes elegir el tipo de consulta que quieres realizar, después ya puedes escribir el texto.

Finalmente, debes indicar como quieres que te llegue la respuesta, por correo electrónico o por teléfono, y debes indicar tu dirección electrónica en el primer caso o el teléfono y un nombre en el segundo.

Recuerda que, cuando acabes, tienes que hacer clic donde pone *Enviar petició* (enviar petición).

Recibirás la respuesta en un plazo máximo de una semana.

INFORMACIÓN PUNTO 3

RAMAS DE CONOCIMIENTO

| |
|--|
| ARTES Y HUMANIDADES |
| Grado en Humanidades y Estudios Interculturales |
| Grado en Estudios Ingleses |
| Grado en Historia y Patrimonio |
| Grado en Traducción e Interpretación |
| CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS |
| Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos |
| Grado en Maestro/a Educación Infantil |
| Grado en Maestro/a Educación Primaria |
| Grado en Criminología y Seguridad |
| Grado en Derecho |
| Grado en Economía |
| Grado en Administración de Empresas y Marketing |
| Grado en Finanzas y Contabilidad |
| Grado en Publicidad y Relaciones Públicas |
| Grado en Comunicación Audiovisual |
| Grado en Periodismo |
| CIENCIAS |
| Grado en Química |
| SALUD |
| Grado en Enfermería |
| Grado en Psicología |
| Grado en Medicina |
| INGENIERÍA Y ARQUITECTURA |
| Grado en Ingeniería Informática |
| Grado en Ingeniería en Edificación |
| Grado en Ingeniería Química |
| Grado en Matemática Computacional |
| Grado en Ingeniería Agroalimentaria y del Medio Rural |
| Grado en Ingeniería de Desarrollo Industrial y Diseño de Productos |
| Grado en Ingeniería Eléctrica |
| Grado en Ingeniería en Tecnologías Industriales |
| Grado en Ingeniería Mecánica |
| Grado en Ingeniería Telemática |

COMPETENCIAS BÁSICAS

- Poseer y comprender conocimientos en un área de estudio.
- Aplicar los conocimientos al trabajo o vocación de una forma profesional.
- Capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Desarrollar las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

TRABAJO FIN DE GRADO

El Trabajo Fin de Grado no se puede realizar hasta que no has superado el 80% de las asignaturas de formación básica (FB) y obligatorias (OB) del grado, excluidas las prácticas externas.

Se trata del desarrollo de un trabajo práctico aplicado en cualquiera de las líneas abiertas a la docencia del grado, con aplicación específica de los aspectos de creatividad y memoria adicional en el que se pueda constatar la capacidad relacional, reflexiva y crítica del estudiantado. El trabajo se debe orientar a un producto terminal, es decir, un proyecto que se debe desarrollar y finalizar.

PRÁCTICAS EXTERNAS

Las Estancias en Prácticas es una asignatura de carácter obligatorio. Durante las prácticas, el estudiantado observa la realidad institucional, empresarial y laboral de su entorno dentro de sus respectivas profesiones. Los objetivos más específicos son el desarrollo de competencias (conocimientos, habilidades y destrezas, actitudes) y la facilitación de la transición al mercado de trabajo. A lo largo de la estancia, cada alumno o alumna contará con una doble tutoría: por un profesor o profesora de la Universidad y por un o una profesional de la organización a que se incorpora. La duración de la estancia viene determinada por el plan de estudios.

Estas prácticas las puedes hacer cuando superes el 80% de los créditos de este grado, excluyendo el Trabajo Fin de Grado.

Tipo de entidades y empresas receptoras:

Teniendo en cuenta el entorno socioeconómico de la Universitat Jaume I, y sobretodo el perfil profesional que se le exige a un graduado o graduada en Publicidad y Relaciones Públicas, las áreas de trabajo más apropiadas donde puede desarrollar las prácticas son:

- Agencias de publicidad (departamentos creativos, de cuentas, de investigación, de planificación de medios)
- Agencias de RRPP
- Estudios de diseño gráfico
- Centrales de medios (departamentos de planificación, de investigación de medios y apoyos, o de cuentas)
- Medios de comunicación (radio, televisión, prensa)
- Departamentos de comunicación:
 - Empresas sector privado
 - Entidades bancarias
 - Partidos políticos
- Entidades o instituciones públicas con departamentos de comunicación o gabinetes de RRPP (Generalitat, diputaciones, ayuntamientos, universidades, Cámara de Comercio, etc.)

También existe la posibilidad de realizar las prácticas al extranjero con el **programa Erasmus Prácticas:**

Esta nueva acción Erasmus Prácticas tiene como finalidad la realización de prácticas en empresas, centros de formación, centros de investigación y otras organizaciones, los principales objetivos de esta acción son:

- a. Adaptarse a las exigencias del mercado de trabajo a escala europea y mejorar las competencias profesionales.
- b. Mejorar la comprensión del entorno económico y social del país de destino, en el contexto de la adquisición de experiencia laboral.
- c. Adquirir aptitudes específicas.

Este programa está amparado por los principios del compromiso de calidad del *European Quality Charter for Mobility* y está financiado por el Organismo Autónomo de Programas Europeos que depende del Ministerio de Educación español, a través de fondo europeo. <http://www.uji.es/CA/serveis/ocie/acil/prog/erasmusp/>

Más información:

Área de Inserción Profesional del OCIE

<http://www.uji.es/CA/serveis/ocie/acil/esp/>

TÍTULO Y CERTIFICACIONES

Al acabar obtendrás:

Título de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universitat Jaume I.

Cuando solicitas la expedición del título oficial también podrás pedir el **Suplemento Europeo al Título (SET)**. Este es el documento que acompaña a los títulos universitarios de carácter oficial y con validez en todo el territorio nacional, con la información unificada, personalizada para cada titulado o titulada universitario, sobre los estudios cursados, los resultados obtenidos, las capacidades profesionales adquiridas y el nivel de su titulación en el sistema nacional de educación superior. Contiene la siguiente información:

- Datos del o la estudiante
- Información de la titulación
- Información sobre el nivel de la titulación
- Información sobre el contenido y los resultados obtenidos
- Información sobre la función de la titulación
- Información adicional
- Certificación del suplemento
- Información sobre el sistema nacional de educación superior

Por otro lado es interesante que conozcas la posibilidad de obtener:

- **Certificado de Estudios Universitarios Iniciales por la Universitat Jaume I**, cuando superas 120 créditos ECTS del plan de estudios del grado.

También tienes la posibilidad de hacer:

Podrás obtener un segundo título en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación si realizas en un curso suplementario 60 créditos ECTS. Por tanto, en cinco cursos académicos se podrían conseguir dos titulaciones:

| |
|--|
| Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Grado en Periodismo |
| Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Grado en Comunicación Audiovisual |