



Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas

1. PRESENTACIÓN DE LA TITULACIÓN	pág. 3
---	---------------

Presentación por parte del director/a de la titulación.

[Plan de estudios de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas.](#)

2. ESTUDIO	pág. 4
-------------------	---------------

¿QUÉ ES? DEFINICIÓN/DESCRIPCIÓN

Presentación de la titulación.

ACCESO

- Vinculación entre la titulación y las diferentes vías de acceso (bachillerato, formación profesional, etc.).

- Notas de corte de años anteriores.

- Continuación de estudios: ¿a qué otras titulaciones universitarias da acceso la carrera?

LAS ASIGNATURAS

Plan de estudios de la titulación con una ficha descriptiva de cada una de las asignaturas (enlace al *Libro electrónico de universidad*, Lleu).

ESTUDIAR EN EL EXTRANJERO

- Erasmus

- Estados Unidos y Canadá

ESTUDIAR EN OTRAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

- SICUE

3. TRABAJO: SALIDAS PROFESIONALES	pág. 11
--	----------------

ÁMBITOS DE TRABAJO

Dónde pueden ejercer los titulados y tituladas de esta carrera.

TAREAS PROFESIONALES

Qué trabajo o qué funciones desarrollan los profesionales que ejercen la carrera.

4. OPINIONES DEL ESTUDIANTADO	pág. 13
--------------------------------------	----------------

OPINIÓN DEL ESTUDIANTADO

Opiniones, preocupaciones, ideas y vivencias transmitidas por el estudiantado de la titulación.

5. INFORMACIÓN	pág. 17
-----------------------	----------------

ASPECTOS QUE HAY QUE DESTACAR DE LA TITULACIÓN

Características, curiosidades y rasgos definitorios de la titulación.

RECURSOS DE LA UNIVERSITAT JAUME I

Lista de las direcciones de servicios o centros de interés para el estudiantado: InfoCampus, conserjería, centralita, etc.

¿DÓNDE SE ESTUDIA?

Centros docentes de las universidades españolas donde se imparte la titulación.



6. Y AHORA, ¿QUÉ TIENES QUE HACER?

pág. 20

PROYECTO DE FUTURO

Valoración de la información sobre la titulación y el itinerario que hay que seguir.

¡AHORA TIENES QUE DECIDIR!

Reflexión personal sobre el proceso de toma de decisiones.



1. PRESENTACIÓN DE LA TITULACIÓN

La Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas es una carrera relativamente joven en la Universitat Jaume I de Castellón, que da respuesta a las nuevas demandas creativas, de comunicación y de relaciones públicas de las organizaciones.

Últimamente, existe una fuerte tendencia a que las empresas e instituciones organicen sus propios departamentos de comunicación, dedicados a crear y mantener una relación positiva con su público: accionistas, empleados, clientes, proveedores, entidades financieras, sector público y, en general, con toda la sociedad que constituye el entorno empresarial. Las personas con esta licenciatura adquieren el nivel de competencia necesaria para poder dirigir o formar parte de estos departamentos.

Las funciones de las personas con esta titulación son muy diversas:

- Creación
- Diseño
- Ventas
- Planificación estratégica
- Asesoría en comunicación
- Comunicación corporativa
- Comunicación interna
- Comunicación financiera

Los licenciados y licenciadas en esta carrera se ocupan de:

- Mantener y mejorar el contacto con el público y la imagen de la organización a la que representan.
- Crear, coordinar y difundir todo tipo de campañas publicitarias, comerciales o institucionales, a través de los medios de comunicación y otras herramientas como mercadotecnia directa, promociones, *merchandising*, Internet, etc.

El objetivo de la titulación es formar profesionales capaces de transmitir adecuadamente a su público una buena imagen del producto.



2. ESTUDIO

¿QUÉ ES?

La Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas es una carrera que proporciona una formación especializada en la estrategia, el diseño, la creación, la producción y la aplicación de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.

Los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas están íntimamente vinculados con:

- la psicología
- la sociología
- el periodismo
- las ciencias empresariales
- la comunicación audiovisual

Esta titulación da respuesta al fenómeno de expansión y diversificación que se vive en el mundo de la comunicación. Para conseguir este objetivo, el plan de estudios intenta desarrollar en el estudiantado la capacidad de análisis, el razonamiento y la creatividad. Además, quiere proporcionar una base teórica y de técnicas aplicables al campo de la publicidad y las relaciones públicas.

La función de los publicistas es idear, crear, vender su producto y llevar a cabo las campañas publicitarias de las empresas para dar a conocer sus productos. Por tanto, de forma general, su finalidad es ofrecer una buena imagen de marca, de empresa, de producto y de servicio, para lograr transmitirlo adecuadamente al público.

ACCESO

VINCULACIÓN

LEGISLACIÓN

Orden de 30 mayo de 1995, BOE de 7 de junio
Orden de 6 mayo de 1999, BOE de 8 de mayo
Orden de 25 de noviembre de 1999, BOE de 30 de noviembre
Orden de 14 de mayo de 2001, BOE de 22 de mayo
Real decreto 777/1998, de 30 de abril; BOE de 8 de mayo

Puedes acceder a la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas desde cualquiera de las siguientes opciones:

VÍA DE ACCESO	OPCIÓN/RAMA
COU	Desde cualquier opción
Bachillerato LOGSE	Desde cualquier opción



VÍA DE ACCESO	OPCIÓN/RAMA	ESPECIALIDAD
FP II	Rama de imagen y sonido	<ul style="list-style-type: none"> - Imagen fotográfica - Imagen fílmica - Medios audiovisuales - Operaciones en radio y televisión - Producción de programas - Realización de programas

VÍA DE ACCESO	OPCIÓN/RAMA	ESPECIALIDAD
Ciclos formativos de grado superior	Rama de comunicación, imagen y sonido	<ul style="list-style-type: none"> - Imagen - Producción de audiovisuales, radio y espectáculos - Realización de audiovisuales y espectáculos

VÍA DE ACCESO	OPCIÓN/RAMA	ESPECIALIDAD
Módulos profesionales de nivel III	Rama de imagen y sonido	<ul style="list-style-type: none"> - Operaciones de imagen y sonido - Medios audiovisuales - Realización, producción y operaciones de programas audiovisuales

CONTINUACIÓN DE ESTUDIOS

Al finalizar el primer ciclo o la titulación completa de Publicidad y Relaciones Públicas, puedes acceder al segundo ciclo de otras titulaciones mediante una pasarela y con los complementos de formación correspondientes.

[Titulaciones](#) a las que da acceso de forma general o específica esta titulación, y número de créditos de complementos de formación que tendrás que cursar.



NOTAS DE CORTE

¿Qué hay que saber sobre la nota de corte?

Se trata de la nota media que ha obtenido la última persona que ha accedido a esta carrera. En junio de 2007, por ejemplo, la Universidad ofreció 90 plazas. La plaza número 90 la obtuvo un estudiante con una nota media de 6,22.

La nota de corte se conoce cada año al final del proceso de preinscripción. Por tanto, sabemos la del año anterior, pero nadie puede conocer la de este. Así, las notas de corte que conocemos sólo nos sirven de referente.

Imagina que quieres preinscribirte a la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas este año y que tu nota es de 5. ¿Puedes preinscribirte? ¡Claro que sí! De hecho, si es lo que quieres estudiar, tienes que ponerla en primer lugar. Como ya hemos dicho antes, las notas de corte pueden variar en cada convocatoria.

Ahora que sabes todo esto, ¿te has planteado qué hace que una nota suba o baje?

Como ya supondrás, depende del número de plazas que se hayan ofertado de la carrera y de la nota que tengan los estudiantes que la hayan pedido. Por tanto, si este curso hubiera vacantes en la titulación, la nota de corte no tendría importancia, pero si la carrera tiene mucha demanda, la nota de corte sería alta.

Después de finalizar el proceso de preinscripción, si no has sido admitido o admitida, ¿crees que es imposible que puedas cursar esta titulación? No, todavía tienes la posibilidad de asistir a la asamblea de vacantes.

Infórmate sobre cualquier duda en InfoCampus

Ahora que ya sabes qué son las notas de corte, te ofrecemos las de los últimos años para la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas en la Universitat Jaume I, según la vía de acceso:

AÑO	JUNIO 2003	JUNIO 2004	JUNIO 2005	JUNIO 2006	JUNIO 2007
	Plazas: 120	Plazas: 180	Plazas: 90	Plazas: 90	Plazas: 90
PAU	6,80	6,20	6,42	6,34	6,22
FP II / CFGS / Módulos 3	6,34	5,90	6,30	6,20	6,30
Mayores de 25 años	6,58	5,49	5,21	5,92	5,76



Aclaraciones:

Plazas: número de plazas ofrecidas en la titulación.

PAU: estudiantado con selectividad (bachillerato LOGSE/COU).

FP II: estudiantado procedente de formación profesional II.

CFGS: estudiantado procedente de ciclos formativos de grado superior.

Mayores de 25 años: estudiantado que ha superado la prueba para mayores de 25 años.

LAS ASIGNATURAS

En el [Libro electrónico de universidad \(LLEU\)](#) puedes encontrar todos los aspectos académicos relacionados con Publicidad y Relaciones Públicas, como pueden ser:

- Asignaturas y contenidos
- Horarios
- Exámenes
- Profesorado
- Convalidaciones
- Incompatibilidades
- Tutorías

Para clarificar los términos que hallarás en esta página, te definimos algunos conceptos clave:

Créditos

Son un sistema de valoración del estudio vinculado con la duración de las asignaturas o actividades. Un crédito corresponde generalmente a 10 horas de clases teóricas, prácticas o su equivalente. Cada asignatura o actividad del plan de estudios tiene una equivalencia en créditos.

Materias troncales

Fijadas por el Ministerio; son comunes para todas las universidades en los estudios que conducen a un mismo título.

Materias obligatorias

Las establece libremente cada universidad en el plan de estudios de una titulación. Las ha de cursar todo el alumnado.

Materias optativas

Las establece libremente cada universidad y se ofrecen al alumnado de la titulación.

Materias de libre elección

Asignaturas elegidas de cualquier titulación universitaria.

Las materias se distribuyen en asignaturas. El alumnado cursa asignaturas.



CONCEPTOS BÁSICOS

Primer ciclo

- Enseñanzas que tienen una duración de tres años y que comprenden, además de los contenidos básicos y de formación general, contenidos orientados a la preparación para el ejercicio de actividades profesionales. Dan derecho a la obtención de un título de diplomatura, arquitectura técnica o ingeniería técnica.
- En los dos primeros cursos (como mínimo) de enseñanzas de primer y Segundo ciclo se incluyen conocimientos básicos y generales.

Segundo ciclo

- En enseñanzas de primer y segundo ciclo, son los cursos posteriores al primer ciclo de la misma titulación (con una duración mínima de dos cursos), en los cuales se orienta hacia la profundización y la especialización en las enseñanzas correspondientes y la preparación para el ejercicio de actividades profesionales. Dan derecho a la obtención del título de licenciatura, arquitectura o ingeniería.
- A las enseñanzas de segundo ciclo (duración de dos cursos) se puede acceder si se han finalizado otras enseñanzas (primer ciclo de otras titulaciones) y si, además, se cumplen los requisitos que establece el plan de estudios correspondiente. Dan derecho a la obtención de un título de licenciatura o ingeniería.

Pasarela

- Es un salto desde una titulación al segundo ciclo de otra diferente. Es la vía de acceso a las enseñanzas de segundo ciclo únicamente. Se accede al segundo ciclo de una titulación al finalizar una carrera corta o de primer ciclo (diplomatura, ingeniería técnica o arquitectura técnica) o el primer ciclo de una carrera superior o de primer y segundo ciclo (licenciatura, ingeniería o arquitectura).

Para acceder al segundo ciclo de otra titulación, se ha de realizar una preinscripción en la universidad correspondiente, en el caso de que haya limitación de plazas. Entre los criterios que se valoran en la ordenación de las solicitudes figura la baremación del expediente académico, pero en ocasiones también se puede realizar una prueba específica de carácter eliminatorio o se pueden tener en cuenta otros méritos (idiomas). El periodo de preinscripción suele ser en junio-julio o en septiembre en función de las universidades. Por otro lado, el hecho de que la pasarela esté regulada no quiere decir que necesariamente todas las universidades que imparten la titulación den acceso al segundo ciclo.

Complementos de formación

- Son los estudios de primer ciclo exigidos para la incorporación al segundo ciclo de enseñanzas que no constituyen continuación directa del primer ciclo superado por el alumnado. Estos se pueden cursar antes o mientras se realizan los estudios de segundo ciclo. Los complementos varían dependiendo de la titulación de procedencia.



ESTUDIAR EN EL EXTRANJERO

-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 cursáis la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas, podéis acceder a las siguientes universidades extranjeras:

PAÍS	CIUDAD	UNIVERSIDAD	PÁGINA WEB
Bélgica	Gent	Arteveldehogeschool	http://www.arteveldehs.be/
Francia	Nancy	Université de Nancy 2	www.iuta.univ-nancy2.fr/
Grecia	Atenas	Panteion University of Social and Political Sciences	http://www.panteion.gr/uk/
Irlanda	Dublín	National College of Art and Design	www.ncad.ie/
Italia	Teramo	Università degli studi di Teramo	http://www.unite.it/
Países Bajos	Arnhem	Arnhem Business School	www.abs.han.nl
Portugal	Covilhã	Universidade da Beira Interior	http://www.ubi.pt/
Reino Unido	Newcastle	University of Newcastle	http://www.ncl.ac.uk/

Profesora responsable en la UJI:

M^a. José Gámez Fuentes (gamezf@fis.uji.es)

Departamento de Filosofía, Sociología y Comunicación Audiovisual y Publicidad.

- ESTADOS UNIDOS Y CANADA

Este programa tiene la finalidad de intercambiar estudiantado de últimos años de carrera para realizar estudios de tres a seis meses. Los estudiantes deben cursar, en Estados Unidos y en Canadá, estudios reconocidos, relacionados con su programa.

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



PAÍS	CIUDAD	UNIVERSIDAD	PÁGINA WEB
Estados Unidos	Oklahoma	The University of Oklahoma	http://www.ou.edu/
Estados Unidos	México (Las Cruces)	New Mexico State University	http://www.nmsu.edu/
Estados Unidos	Texas (Dallas)	University of Texas at Dallas	http://www.utdallas.edu/
Estados Unidos	Illinois (Macomb)	Western Illinois University	http://www.wiu.edu/
Canadá	Montreal	Université de Montréal	http://www.umontreal.ca
Estados Unidos	New York (Alfred)	Alfred University	http://www.alfred.edu/
Estados Unidos	Ohio	Lake Erie College	http://www.lec.edu

Para más información sobre los programas de intercambio, podéis consultar la página de la Oficina de Cooperación Internacional y Educativa (área de Cooperación Interuniversitaria):

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

ESTUDIAR EN OTRAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

- SICUE

El programa SICUE tiene como objetivo la movilidad de los estudiantes de pregrado para realizar estudios de un mínimo de cuatro meses y de un máximo de nueve meses en otras universidades públicas o privadas del estado español con las que se hayan firmado convenios. Se pretende conseguir que el estudiantado experimente sistemas docentes diferentes y que conozca la sociedad y la cultura de otras autonomías, a efectos, sobre todo, de formación curricular y de proyección profesional.

Si cursáis la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas, podéis acceder a las siguientes universidades:

CIUDAD	UNIVERSIDAD	PÁGINA WEB
San Vicente 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/
Tarragona	Universidad Rovira i Virgili	http://www.urv.es/

Para más información sobre los programas de intercambio, podéis consultar la página de la Oficina de Cooperación Internacional y Educativa (área de Cooperación Interuniversitaria):

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



3. TRABAJO: SALIDAS PROFESIONALES

ÁMBITO DE TRABAJO

Los lugares de trabajo donde puede desarrollar su labor un licenciado o licenciada 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 mercadotecnia directa.
- Agencias de patrocinio.
- Agencias de promociones.

→ **Integrados en la organización**

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

TAREAS PROFESIONALES

Entre otras, las tareas de estos profesionales, tanto en el ámbito público como en el privado, son:

- Mantener y mejorar el contacto con el público y la imagen de la organización a la que representan.
- Crear, coordinar y difundir todo tipo de campañas publicitarias, comerciales o institucionales, a través de los medios de comunicación y otras herramientas como mercadotecnia directa, promociones, *merchandising*, Internet, etc.
- Redactar textos publicitarios.
- Realizar consultoría en comunicación e imagen.
- Diseñar gráficamente.
- Establecer el presupuesto publicitario: las partidas presupuestarias que tienen que formar parte, los métodos de fijación y los factores que influyen.
- Analizar la investigación de medios y apoyos que sirve de entrada para la planificación adecuada de medios y apoyos.
- Estudiar los procesos de comunicación y las interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias y de relaciones públicas: anunciantes, instituciones, empresas, apoyos y receptores.



- Analizar los elementos de la comunicación política, y también el uso de los estudios de opinión pública (OP) y de actitudes sociales de las firmas comerciales. Además, utilizar recursos metodológicos, bibliográficos y recursos en línea para los estudios de OP.
- Estudiar el fenómeno publicitario desde una perspectiva crítica, atendiendo al impacto de la publicidad en la opinión pública, y también a las potencialidades de la ética para la empresa publicitaria: implicaciones morales de la publicidad, responsabilidad de profesionales y las empresas publicitarias, criterios éticos que tendrían que orientar la «praxis publicitaria» y códigos deontológicos.
- Gestionar la comunicación externa de empresas y de instituciones adscritas a los medios de comunicación –relaciones informativas– y elaboración de textos periodísticos, desde varios aspectos:
 - Técnico (prensa, radio, televisión, agencias de noticias y gabinetes de comunicación).
 - Temático (que corresponde a las secciones tradicionales: información económica, educativa, política, sucesos y tribunales, medioambiental, deportiva, etc.).
 - Géneros periodísticos (información, opinión e interpretación).
- Aplicar las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación audiovisual: cine audiovisual, producción multimedia e Internet, producción videográfica, producción radiofónica, etc.
- Desarrollar mecanismos de comprensión y de análisis de los medios audiovisuales en su construcción narrativa: relato audiovisual, figuras narrativas y retóricas, el guión, estrategias narrativas de la publicidad.
- Planificar y ejecutar investigaciones.
 - Aplicar, de manera rigurosa, las técnicas de obtención de observaciones en la investigación de la comunicación.
 - Realizar las diferentes organizaciones de los datos procedentes de las observaciones.
 - Seleccionar las técnicas de análisis adecuado, según la hipótesis formulada y los niveles de medición de las variables.
 - Analizar, con sentido crítico, la literatura científica relevante para la investigación en comunicación.
- Defender y razonar sus posturas.



4. OPINIONES DEL ESTUDIANTADO

OPINIÓN DEL ESTUDIANTADO QUE ACCEDE POR LA VÍA DE BACHILLERATO

1. ¿Por qué elegiste esta carrera?

En principio quería hacer Comunicación Audiovisual o Periodismo, pero como pusieron la titulación de Publicidad en la UJI escogí esta. Por una parte, pensaba que podía ser bastante semejante a las otras dos, y por otra, que era una buena vía para acceder a segundos ciclos con más facilidad.

2. ¿Estás satisfecho con tu elección?

No lo tengo demasiado claro. La carrera está bien, es amena y tiene algunos contenidos interesantes; además, también tiene bastantes salidas laborales. Lo que ocurre es que he sufrido la primera promoción, donde todo es un poco caótico: profesores que van perdidos y nunca han impartido antes la asignatura, asignaturas con temarios no demasiado apropiados, horarios de tarde bastante intempestivos e incluso clases de asistencia obligatoria los sábados por la mañana (durante los tres primeros cursos). Pienso que poner clases de 20 a 21 h, lo único que propicia es que la gente no vaya. Supongo que, dentro de un tiempo, cuando se hayan modificado todos estos problemas, la titulación será mejor.

3. ¿Qué formación previa tienen que tener los estudiantes para enfrentarse con éxito a la carrera?

En principio, ninguna. Es indiferente que hayan estudiado ciencias o letras. La dificultad de la carrera no está tanto en los exámenes, sino en la constancia e interés del estudiante. El volumen de trabajos y prácticas que se tienen que hacer semanalmente es muy grande, comparado con otras titulaciones. No obstante, no está de más que los estudiantes tengan conocimientos previos de imagen, sonido o comunicación audiovisual.

4. ¿Qué prácticas hacéis? ¿Cómo están planteadas?

Prácticas de todo tipo, por todas las asignaturas: trabajos de análisis, desarrollo de campañas de publicidad (desde la elección de las estrategias más adecuadas para cada anunciante, hasta la creación de material publicitario: cuñas, anuncios de televisión, gráficas por prensa, publicidad exterior, etcétera).

5. ¿Cómo ves las perspectivas laborales?

La titulación tiene diversas salidas: se puede trabajar en agencias de publicidad, gabinetes o departamentos de comunicación de empresas, centrales de medios, planificación, departamentos de mercadotecnia, medios de comunicación (televisión, radios, prensa, etcétera), encuentros políticos...

Aún así, el mundo de la comunicación es muy competitivo e inestable y hay muchos profesionales. Aunque desde fuera puede parecer atractivo, es un trabajo muy sacrificado, ya que normalmente se hacen muchas horas y la remuneración (sobre todo cuando accedes al mundo laboral) suele ser muy baja.



6. ¿Qué recomendaciones o consejos darías a los estudiantes que quieran cursar esta carrera?

Interés por lo que se estudia, ir a clase, participar en las actividades, llevar los trabajos al día y capacidad para trabajar en equipo.

OPINIÓN DEL ESTUDINATADO QUE ACCEDE POR LA VÍA DE MAYORES DE 25 AÑOS

Opini3n 1

- 1. Ara que ja esteu a la Universitat Jaume I cursant la titulaci3n que desitj3veu, quina opini3n us mereix? Quina valoraci3n farieu de la vostra vivencia personal?**

Tot i que la titulaci3n que he escollit t3 uns horaris un poc difcils de compaginar amb el meu treball, hi estic molt satisfeta.

En un primer moment, em vaig sentir un poc desubicada ja que jo i un company som els m3s majors de la classe (tenim edats molt diferents a la resta dels companys). Per3, ara tenim tots molt bona relaci3n i la veritat 3s que 3s just el que esperava quan vaig triar aquesta titulaci3n.

- 2. Quines recomanacions o consells donarieu als estudiants que volen cursar aquesta carrera?**

L'3nic que els diria 3s que s'ha d'invertir molt de temps per a portar al dia el treball. Hi ha molt de treball diari. 3s una titulaci3n molt pr3ctica, de manera que si t'ho deixes tot per a l'3ltim dia, no pots arribar a tot. Hem de tindre en compte que nosaltres (els majors de 25 anys que a m3s a m3s treballem) ho tenim m3s difcil perquè no hi podem dedicar tot el temps que desitjar3em...

Per3, en qualsevol, cas, anime a tots a estudiar-la perquè no se'n penediran.

Opini3n 2

- 1. Ara que ja esteu a la Universitat Jaume I cursant la titulaci3n que desitj3veu, quina opini3n us mereix? Quina valoraci3n farieu de la vostra vivencia personal?**

L'experiencia 3s molt bona i satisfact3ria, en realitat 3s molt millor del que esperava. Li la recomane a tots els qui els agrade el m3n de la publicitat.

- 2. Quines recomanacions o consells donarieu als estudiants que volen cursar aquesta carrera?**

Nom3s heu de saber que haureu d'organitzar-vos molt b3, sobretot si treballeu i heu de compatibilitzar les dues responsabilitats. L'assistencia a classe 3s m3s important del que pensem i facilita molt la tasca posterior d'estudi a casa. 3s complicat, per3 no impossible. Us anime a tots que vingueu a la Universitat Jaume I a estudiar amb tots nosaltres!



OPINIÓN DEL ESTUDINADO CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

1. ¿Por qué elegiste esta carrera?

Porque me parecía interesante, entretenida y con buenas salidas profesionales.

2. ¿Estás satisfecho con tu elección?

De momento sí, porque responde a mis expectativas.

3. ¿Qué formación previa han de tener los estudiantes para enfrentarse con éxito a la carrera?

Tener un poquito de culturilla audiovisual, aunque sí que es cierto que con las prácticas vas conociendo todo aquello que nunca habías visto.

4. ¿Qué prácticas hacéis? ¿Cómo están planteadas?

Las prácticas son de todo tipo. Las de radio y video son las que más pueden llamar la atención, pero hay muchas: de sociología, de tipo empresarial, análisis de anuncios, análisis de texto, trabajos de investigación en diferentes campos, de creatividad... La verdad es que son muchas y muy variadas, lo más destacable es que casi todas son en grupo, lo cual puede ser una ventaja o un problema, dependiendo de la persona, su carácter y sus circunstancias personales.

5. ¿Cómo ves las perspectivas laborales?

Buenas, porque pienso que hay bastantes salidas profesionales y muy diversas.

6. ¿Qué recomendaciones o consejos darías a los estudiantes que quieren cursar esta carrera?

Que se tomaran interés desde el principio, ya que estudiar en la universidad es un cambio grande, al que, en ocasiones, cuesta adaptarse. Además, es importante no dudar en buscar apoyo en los profesores.

7. ¿Has encontrado alguna dificultad en la UJI durante el tiempo que llevas estudiando, debido a tu discapacidad/Necesidades Educativas Especiales (NEE)?

Bastantes. Siempre en relación a las adaptaciones curriculares.

8. ¿Cuál es la actitud del profesorado ante tu problemática? ¿Y la de tus compañeros?

Hay reacciones muy diversas. En general, los profesores reaccionan bien ante la problemática, pero existen otros que no saben cómo reaccionar y, desgraciadamente, algunos no reaccionan tan bien como te gustaría.

Respecto a los compañeros, en mi caso, la reacción siempre ha sido muy buena.



9. ¿Qué crees que podrías mejorar en la Universitat para hacerla más accesible a todos?

Las adaptaciones curriculares para personas con circunstancias especiales (no sólo con NEE, sino también para personas que no pueden asistir a clase porque tienen que trabajar o tienen otras responsabilidades).



5. INFORMACIÓN

ASPECTOS QUE HAY QUE DESTACAR

El precio por cada crédito de esta titulación en el curso 2007/2008 es de 8,71 euros, según el Decreto 127/2007, del Gobierno Valenciano; DOGV de 30 de julio de 2007. Tienes que tener en cuenta que cada año aumenta el precio de los créditos.

RECURSOS DE LA UNIVERSITAT JAUME I

Imagina que has sido admitido o admitida a la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universitat Jaume I: ahora tu objetivo es conseguir una titulación y sacar el mayor rendimiento posible a tu vida universitaria.

El primer lugar que debéis tener como referencia es [InfoCampus](#) (situado en el edificio Biblioteca, planta baja). Allí podréis consultar la información sobre cursos y másters, becas y ayudas, premios y concursos, jornadas y congresos, información sobre el extranjero, normativa académica, ofertas de trabajo, actividades socioculturales, etc. Todo ello lo podéis hacer de forma autónoma, aunque hay personal de información que os puede aclarar cualquier duda.

InfoCampus depende de la [Unidad de Apoyo Educativo](#) (USE), que, además, tiene entre sus áreas de trabajo el asesoramiento personalizado a los universitarios 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.

Otro punto muy importante en tu paso por la universidad es conocer el funcionamiento universitario y su normativa. Para saber cómo se regula la Universitat Jaume I puedes consultar los [Estatutos](#), que son el marco legal que regula el funcionamiento de la Universidad, uno de los puntos más destacados de los cuales son los derechos y deberes del estudiantado. En cuanto a la normativa, la que más te puede interesar es la de [estudiantes](#).

La Universitat Jaume I os ofrece todo un conjunto de servicios y recursos para integrarte en el mundo universitario.

La [Biblioteca-Centro de Documentación](#) de la Universitat Jaume I es un servicio y un recurso importante, ya que dispone de un fondo bibliográfico y documental que comprende todas las materias que se imparten en la Universitat Jaume I, al cual puedes recurrir para completar los apuntes de la titulación.



Otro servicio fundamental para tu vida académica es el [Servicio de Gestión de la Docencia y Estudiantes](#), que centraliza y gestiona los asuntos, los procedimientos y los trámites relacionados con el ámbito académico. Alguno de los procesos a los que presta su apoyo son la preinscripción, la matrícula, las becas, los certificados, los títulos... Se localiza en el primer piso del edificio de Rectorado y Servicios Centrales y su horario de atención al público es de 9.30 a 13.30 h.

El [Servicio de Lenguas y Terminología](#) (SLT) es el encargado de organizar y de resolver todas las necesidades que la Universitat Jaume I tiene sobre los modelos lingüísticos que ha de utilizar. Además, tiene como objetivo la promoción del catalán y dar respuesta a las necesidades de la comunidad universitaria en materia de conocimiento y asesoramiento en otras lenguas. El SLT también organiza, coordina e imparte la formación en catalán y español para estudiantado extranjero. Si estás interesado o interesada en aprender un idioma, en perfeccionarlo o en ampliar tus conocimientos, cuentas con el [Centro de Autoaprendizaje de Lenguas](#) (CAL), que, entre otros servicios, te ofrece ordenadores con sitios y programas didácticos, casetes con actividades, ejercicios autocorrectivos, vídeos, revistas...

La Universitat Jaume I también muestra su interés por la sociedad, y eso lo hace a través del [Rincón de la Solidaridad](#), el cual propone diferentes alternativas para dinamizar las inquietudes solidarias, tanto de la comunidad universitaria como del estudiantado.

El [Centro de Cooperación Internacional y Educativa](#) (OCIE) es un servicio que puede mejorar tu plan de estudios, ya que se encarga de gestionar los programas internacionales y nacionales de ámbito educativo y los programas. También gestiona las prácticas en empresas, el fomento a la ocupación y los programas de inserción laboral.

El [Centro Sanitario](#) proporciona asistencia sanitaria dentro del mismo recinto universitario. Se localiza en la planta baja del edificio TD (Escuela Superior de Tecnología y Ciencias Experimentales). Su horario de atención al público es de lunes a viernes de 8.30 a 13.30 h y de 16 a 20 h.

En la universidad, además de estudiar, puedes disfrutar de otras actividades: culturales, lúdicas, deportivas... Estas actividades las coordina el [Servicio de Actividades Socioculturales](#) (SASC), que elabora, gestiona y evalúa los programas que realiza la Universidad para la difusión de la cultura. Proporciona, en general, actividades de carácter sociocultural, como por ejemplo talleres de vídeo, cursos puntuales de fotografía, de teatro, cursos de verano, conciertos...

Por otro lado, el [Servicio de Deportes](#) tiene como objetivo contribuir a la formación integral del estudiantado y del personal y ofrecer la posibilidad de realizar actividades deportivas (cursos de catamarán, aeróbic, atletismo, bailes de salón, mantenimiento, golf, karate, formación como animador/a sociocultural o como árbitro/a, ligas internas, etc.) complementarias al trabajo puramente académico.



En tu paso por la universidad puedes tener algún motivo de queja. La [Sindicatura de Agravios](#) es el órgano, representado por una persona designada por el Claustro, que defiende y protege los derechos e intereses de la comunidad universitaria. La función de este órgano es tramitar las quejas, observaciones y sugerencias que no hayan podido ser atendidas por las vías habituales. La Sindicatura de Agravios está ubicada en la primera planta del edificio de Rectorado y Servicios Centrales y su horario de atención al público es de lunes a viernes de 10 a 14 h y martes de 16 a 19 h.

Después de finalizar la titulación, si quieres profundizar y especializarte en tu formación académica para conseguir una mejor incorporación al mundo laboral, puedes acudir al [Centro de Estudios de Postgrado y Formación Continuada](#).

Si tienes que dejar constancia oficial de cualquier documento de la Universidad, dirígete al [Registro General](#). Su horario es de lunes a viernes de 9 a 14 h y de 17 a 19 h, y está ubicado en la primera planta del edificio de Rectorado y Servicios Centrales.

El [Servicio de Informática](#) es importante para el estudiantado de la Universitat Jaume I, ya que os ofrece todo un conjunto de prestaciones, como acceso al correo electrónico, consulta del expediente académico, acceso a Internet, 24 aulas de informática para la docencia y tres aulas de informática de libre acceso.

• **Direcciones de interés si se quiere estudiar la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas**

SERVICIOS	TELÉFONO	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA / PÁGINA WEB
Centralita	964728000	
Facultad de Ciencias Humanas y Sociales (FCHS)	964729814	
Conserjería de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales	964729846	
InfoCampus	964387095/96 964387097/98	informa@uji.es
Orientación	964387088	
Vicedecano de la titulación: Francisco Javier Gómez Tarín	964729904	fgomez@fis.uji.es

¿DÓNDE SE ESTUDIA?

- [Universidades españolas donde puedes estudiar esta titulación](#)
- [Titulaciones que se estudian en una determinada universidad](#)



6. Y AHORA, ¿QUÉ TIENES QUE HACER?

PROYECTO DE FUTURO

Ya has revisado toda la información de la titulación: se puede decir que la conoces bastante bien; pero, antes de seguir, asegúrate de que has tenido en cuenta:

- Desde qué opciones puedes acceder a esta carrera.
- El plan de estudios de la titulación, con sus asignaturas, contenidos, horarios, conocimientos previstos que tendrías que tener...
- Las opiniones del estudiantado que ya ha cursado la titulación en la Universitat Jaume I y las del profesorado, además de los aspectos destacados de la titulación.
- En qué ámbitos de trabajo se desarrolla la labor de un titulado o titulada en Publicidad y Relaciones Públicas y cuáles son sus funciones.

Si ya has revisado estos aspectos, ahora deberías hacer un balance de tu trayectoria académica y de cuál puede ser tu futuro profesional, teniendo en cuenta toda la información que has podido recoger.

Para facilitarte esta tarea, puedes rellenar este cuestionario:

TITULACIÓN QUE MÁS ME INTERESA

Estudios de:

Licenciatura

Diplomatura

Ingeniería superior

Ingeniería técnica

Arquitectura

Otros

Ciudad o universidad donde puedo estudiar: Pública Privada Otros

Centro de estudios no universitarios: Público Privado Otros

¿Se exige superar las pruebas de selectividad?: Sí No Otros

Nota de acceso:

La dificultad de estos estudios es: Muy alta Alta Media Baja No lo sé

Mi familia está de acuerdo con esta profesión: Mucho Poco No lo sé

Cuando finalice, me gustaría poder realizar los trabajos y actividades profesionales siguientes:

.....

.....

Mis dudas y preocupaciones principales son:

.....



ITINERARIO QUE PUEDO REALIZAR PARA CURSAR ESTA TITULACIÓN	
• Desde bachillerato o ESO:	
Este año estudio	El próximo curso espero hacer...
Si he de cursar 4º de ESO, ¿he de elegir asignaturas/áreas optativas? o Sí o No	¿Cuáles?
¿Son obligatorias para los estudios que quiero cursar después? o Sí o No o No lo sé	
Si tengo que estudiar bachillerato, debo elegir la modalidad de...	o Tecnología o C. Naturaleza y Salud o Humanidades y C. sociales o Arte
• Desde formación profesional:	
Este año estudio	El próximo curso espero hacer...
Tengo que elegir la rama o familia de:	
Necesito haber aprobado COU o bachillerato:	o Sí o No
La duración de los estudios es de años	El título que tendré será de:
Cuando acabe tendré acceso a:	o BUP o Bachillerato o FP II o Ciclos formativos o Universidad

¿Te queda alguna duda? ¿Necesitas otra información o algún otro tipo de orientación?

CONSULTA AL ORIENTADOR/A DE TU CENTRO

¡AHORA TIENES QUE DECIDIR!

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

Así pues, ahora sólo falta que tomes una decisión. Para ayudarte en esta selección, a continuación tienes algunos consejos que pueden serte 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 cuales 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.
 - Posibilidades académicas para acceder a la carrera.
 - Prestigio o estatus profesional.
 - Dificultad de los estudios.
 - Influencia de amigos y/o familiares.
 - Incorporación al mundo laboral.
 - Disponibilidad para irte a estudiar fuera.
 - Otros.
- 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 de la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas.
 - ✗ Valora cada una de estas ventajas e inconvenientes 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.

LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS			
Ventajas	Puntuación de 1 a 5	Inconvenientes	Puntuación de 1 a 5
TOTAL VENTAJAS		TOTAL INCONVENIENTES	

➤ **Recuerda que:**

- **Eres tú quien tiene que cursar la carrera.**
- **Estás planificando tu desarrollo personal y profesional.**
- **Tu elección tiene que estar basada en una buena información.**

¡Tienes que decidir por ti mismo/a!

- **Antes de decidir, si piensas que todavía no lo tienes claro y necesitas más ayuda para orientarte: CONSULTA AL ORIENTADOR/A DE TU CENTRO.**