

Universitat

oferta educativa 2020/2021

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS, GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y GRADO EN PERIODISMO

ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, Grado en Comunicación Audiovisual y Grado en Periodismo.

CRÉDITOS: 240 cada grado.
PLAZAS: 90 cada grado.
SALIDAS PROFESIONALES: Creatividad

publicitaria, gestión de marca, planificación de medios, redacción periodística, dirección de medios, producción audiovisual.

La comunicación es una actividad esencial en un mundo cambiante

R. D.
especiales@epmediterraneo.com
CASTELLÓN

Cada vez son más las actividades laborales que exigen unos conocimientos nuevos y unas titulaciones universitarias que se están poniendo en marcha rápidamente para dar respuesta a esas necesidades. Junto a ello, hay disciplinas académicas, como la Comunicación, que cada vez tienen una importancia mayor, como formación específica para el desarrollo de actividades profesionales concretas y como actividad de carácter transversal, que afecta a todo tipo de campos laborales.

La UJI hace ya tiempo que entendió el papel estratégico de la comunicación y, hace más de 20 años, apostó por una formación universitaria de calidad en este campo. Hoy es la única universidad pública valenciana con las tres titulaciones del ámbito de la comunicación en marcha (Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas), unos estudios que han permitido formar a numerosos profesionales y que se encuentran estrechamente relacionados con el sector profesional, en



►► **Prácticas** ► La UJI cuenta con una oferta atractiva y muy variada.

la provincia, la Comunitat Valenciana y España. Con una gran interrelación entre los tres grados, los estudiantes pueden cursar cada grado en cuatro años y conseguir una segunda titulación con un año más, ya que comparten muchas materias y enfoques.

Asimismo, la potencia académica de la UJI se evidencia en la continuidad a través de la posibilidad de cursar un máster *on line* sobre nuevas tendencias y proce-

dos de innovación en comunicación, y un programa de doctorado específico en este campo. Este máster tiene una trayectoria de más de 12 años y está acreditado por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad (Aneca) como un estudio oficial de posgrado con reconocimiento en todo el Espacio Europeo de Educación Superior. También su reflejo en los potentes grupos de investigación que trabajan en la UJI en di-

ferentes campos del periodismo, la publicidad y las relaciones públicas, y la comunicación audiovisual, así como en la revista científica *adComunica*, que recoge los avances en esta disciplina.

Gran conexión laboral

La UJI destaca por su amplio contacto con el sector profesional dentro del ámbito de la comunicación, que se concreta en una oferta de prácticas muy atractiva y variada, que permite a los estudiantes de los tres grados complementar su formación académica con una experiencia práctica de primer nivel. Estas prácticas se desarrollan en empresas de Castellón y, gracias a la amplia red de contactos de la Jaume I, en Madrid, Barcelona y las principales ciudades españolas.

Asimismo, a lo largo de la carrera, la Universitat Jaume I ha proyectado sus planes de estudio para que los alumnos desarrollen sus competencias en un entorno lo más parecido posible a un entorno laboral real. Esta circunstancia se concreta en un ambiente de estudio muy intenso, dinámico y proactivo, con la realización de multitud de piezas periodísticas, publicitarias y audiovisuales, y la asistencia a seminarios, concursos y festivales,

que se combinan con tutorías y la asistencia a las clases.

En el caso del Periodismo, la formación incide en esta profesión como control del poder y garante de los derechos de la ciudadanía, al tiempo que sirve para contar historias, dar voz a quien no la tiene o mostrar las múltiples caras de la realidad.

El grado de Comunicación Audiovisual tiene como finalidad enseñar a contar historias en un formato concreto, desde una perspectiva muy amplia, que abarca desde la televisión hasta las redes sociales. Fomenta en los estudiantes su capacidad para desarrollar la creatividad y el espíritu crítico.

En el caso de Publicidad, los estudios enseñan a generar mensajes que ayuden a influir en las personas, a cambiar sus percepciones. La publicidad busca perfiles muy creativos, pero también muy estratégicos, con amplia capacidad de gestión, y todo ello son cualidades profesionales que se desarrollan el grado de la UJI. Las empresas e instituciones saben que los comunicadores deben ser grandes analistas de los discursos corporativos y grandes generadores de contenidos, y en ello se centra su formación. ■