

## PRINCIPIS DEL MODEL EDUCATIU

El model educatiu de l'UJI es regeix per deu principis íntimament relacionats i que no es poden entendre sense considerar-los com un tot:

1. Desenvolupament integral de l'alumnat
2. Foment de l'ètica i la responsabilitat social
3. Compromís amb el desenvolupament i la cohesió social i territorial
4. Cultiu de la vocació investigadora
5. Impuls de la internacionalització
6. Compromís amb la llengua pròpia i amb el multilingüisme
7. Incentivació de l'ús de les TIC
8. Millora continuada de la qualitat
9. Impuls de l'ocupabilitat i de l'esperit emprenedor intel·ligent
10. Promoció de la formació al llarg de la vida



Més informació:  
InfoCampus. Universitat Jaume I  
12006 Castelló de la Plana  
Tel. 964 728 080 / 964 728 000  
info@uji.es

[www.futurs.uji.es](http://www.futurs.uji.es)



**Grau en Publicitat i Relacions Públiques**  
Branca de Ciències Socials i Jurídiques  
Facultat de Ciències Humanes i Socials  
[www.graupublicitat.uji.es](http://www.graupublicitat.uji.es)



**Grau en**

# Publicitat i Relacions Públiques

**Ciències Socials i Jurídiques**



## Per què Publicitat i Relacions Públiques a l'UJI

- **Escola de Comunicació.** Un dels valors més rellevants té a veure amb l'alta exigència en els continguts pràctics de les assignatures, de manera que l'alumnat, des de l'inici del grau, experimenta maneres de treballar molt semblants a les que es porten a terme en realitat professional. Aquesta intenció es potencia amb seminaris com el de Publicitat Exterior o el de Creativitat en Viu. Aquests seminaris es realitzen en col·laboració amb l'Associació Nacional d'Agències de Publicitat Exterior i amb l'agència de publicitat multinacional McCann WorldGroup, respectivament.
- **Presència dels nostres estudis i alumnat en el sector.** La vinculació amb les associacions professionals és constant, exemple d'això és la col·laboració entre l'UJI i l'Associació Espanyola d'Agències de Comunicació Publicitària (AEACP) gràcies a la qual el nostre alumnat té via directa amb festivals tan importants com El Sol, Festival Iberoamericano de Publicidad, o entre l'UJI i l'Associació d'Empreses de Comunicació Publicitària de la Comunitat Valenciana (ComunitAd), on l'alumnat també participa en el Festival «La Lluna». Altres associacions el vincle de les quals amb l'UJI és directe, ja que formem part com a associats o com a membres electes de les juntes de govern, són l'Associació Espanyola d'Anunciant (AEA), l'Associació de Directius de Comunicació (Dircom), l'Associació per al Desenvolupament de la Comunicació a Castelló (ADComunica) o el Col·legi Oficial de Publicitaris de la Comunitat Valenciana, entre altres.
- Podràs optar a cursar el **programa de doble títol simultani**. En aquest programa l'estudiantat d'una primera titulació oficial de l'UJI cursa matèries específiques d'una segona titulació, dins del mateix àmbit, amb la finalitat d'obtenir el títol de cadascuna d'elles.  
-Grau en Comunicació Audiovisual: s'han de superar 48 crèdits ECTS de matèries específiques de l'àmbit de la comunicació audiovisual, realitzar les pràctiques externes (12 crèdits ECTS), el treball de final de grau (6 crèdits ECTS) i cursar 6 crèdits ECTS optatius.  
-Grau en Periodisme: s'han de superar 60 crèdits ECTS de matèries específiques de l'àmbit del periodisme, realitzar les pràctiques externes (12 crèdits ECTS), el treball de final de grau (6 crèdits ECTS) i cursar 6 crèdits ECTS optatius.
- **Instal·lacions capdavanteres.** El Laboratori de Ciències de la Comunicació (LABCOM) de l'UJI disposa d'unes modernes instal·lacions dotades amb els darrers equipaments tecnològics i que són una referència en la universitat espanyola en el camp de les ciències de la comunicació. El LABCOM ([www.labcom.uji.es](http://www.labcom.uji.es)) està dotat amb un plató de televisió, sis estudis de ràdio, un plató i un laboratori de fotografia, tres aules multimèdia dotades amb ordinadors iMac i nombrosos llocs d'edició de vídeo no lineal.

## Eixides professionals

- Direcció de comunicació d'una empresa o institució
- Consultoria estratègica de comunicació corporativa i marca
- Direcció de comptes o responsables de serveis al client
- Planificació estratègica (planner)
- Planificació de mitjans
- Àmbit de la creació: direcció creativa executiva
- Àmbit de la creació: direcció d'art
- Àmbit de la creació: redacció (copy)
- Àmbit de la creació: direcció de producció (producer)
- Community manager
- Generació de continguts
- Social media

## PLA D'ESTUDIS [90 places]

### PRIMER CURS

- Teoria del Periodisme (FBB)
- Teoria de la Imatge (FBB)
- Teoria de la Publicitat i de les Relacions Públiques (FBB)
- Documentació Informativa (OB)
- Llengua Espanyola / Catalana per a Comunicadors (FB)
- Història del Món Actual (FBB)
- Fonaments de Teoria de la Comunicació (OB)
- **Anglès Professional per a Comunicadors (FB)**
- Dret de la Comunicació (FBB)
- Teoria i Tècnica de la Fotografia (OB)

### SEGON CURS

- Tecnologia de la Comunicació (OB)
- Gèneres Periodístics (OB)
- Ètica i Deontologia Professional (FB)
- Empreses de Comunicació (OB)
- Crítica Publicitària (OB)
- Narrativa Audiovisual (OB)
- Estructura Social Contemporània (FBB)
- **Eines Informàtiques per a Comunicadors (FB)**
- Fonaments del Màrqueting (OB)
- Redacció Publicitària (OB)

### TERCER CURS

- Estructura del Sistema Comunicatiu (OB)
- Producció Audiovisual (OB)
- Estratègies de la Comunicació (OB)
- Creativitat I (OB)
- Comunicació Corporativa i Gestió de Marca (OB)
- Edició i Producció de Programes Informatius en Ràdio i Televisió (OB)
- Creativitat II (OB)
- Estratègies de Publicitat i Relacions Públiques (OB)
- Sociologia del Consum (OB)
- Empreses de Publicitat i de Relacions Públiques (OB)

### QUART CURS

- Planificació de Mitjans (OB)
- Comunicació per a la Igualtat (OB)
- Direcció de Comunicació (OB)
- **Treball de Final de Grau (TFG)\***
- Pràctiques Externes (PE)\*
- Optativa 1 (OP)
- Optativa 2 (OP)
- Optativa 3 (OP)
- Optativa 4 (OP)
- Optativa 5 (OP)

### OPTATIVES

- Comunicació Política
- Comunicació Financera
- Indústries Culturals
- Tècniques d'Investigació Social Aplicada
- Psicologia de la Comunicació
- Teoria i Història de l'Art Contemporani
- Història Social de la Comunicació
- Tècniques de Venda
- Protocol i Gestió d'Esdeveniments
- Publicitat Exterior
- Vídeo Empresarial
- Gestió de Comptes
- Psicologia de la Publicitat
- Màrqueting Directe i Interactiu
- Tecnologies de la Xarxa Internet
- Màrqueting en el Punt de Venda

Per a cursar les assignatures Pràctiques Externes (PE) i el Treball de Final de Grau (TFG) cal haver superat el 80% dels crèdits ECTS de les assignatures de formació bàsica (FB-FBB) i obligatòries (OB).

Consulta horaris, aules, guies docents, assignatures, professorat, sistemes d'avaluació, etc. en <http://sia.uji.es>

El color indica les assignatures que s'imparteixen totalment o parcialment en llengua estrangera.

### DISTRIBUCIÓ DE CRÈDITS I MATÈRIES

	1r curs	2n curs	3r curs	4t curs	TOTAL
Formació bàsica (FB) / Formació bàsica de branca (FBB)	42	18			60
Obligatòries (OB)	18	42	60	18	138
Optatives (OP)				24	24
Pràctiques externes (PE)				12	12
Treball de final de grau (TFG)				6	6
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>240</b>

Total de crèdits del grau: 240 ECTS (European Credit Transfer System). La Universitat Jaume I ha establert que cada crèdit ECTS equival, per norma general, a 25 hores de treball de l'estudiantat. D'aquestes, entre 7,5 i 10 hores corresponen a docència presencial (classes de teoria, pràctiques, tutories, seminaris, etc.) i la resta són les hores de treball autònom de l'alumnat (treballs, projectes, hores d'estudi, etc.).