

5

¿por qué estudiar el grado EN LA UCA?

Comunicación y Marketing | UCA

- Porque somos una universidad pública comprometida con la educación innovadora y de calidad.
- Porque tenemos un equipo de docentes que reúne una alta cualificación con una gran cercanía con el alumnado.
- Porque el grado no sólo ofrece prácticas profesionales, sino que busca en todo momento acercar al alumnado a la práctica profesional de la comunicación, a través de conferencias y seminarios impartidos por profesionales de gran experiencia, así como a través de la organización de visitas de campo a festivales publicitarios.
- Porque contamos con modernas instalaciones y equipamiento informático de alto nivel para la adquisición de competencias técnicas profesionales, incluyendo un aula iMac y con las posibilidades prestadas por el Centro de Recursos Digitales, que cuenta con un plató de televisión y radio.



UCA
Universidad
de Cádiz



info

🏠: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
(Campus de Jerez)

☎: +34 956 037 118

✉: lucia.caro@uca.es

🌐: <http://ccsociales.uca.es>

💬: @PubliUCA

www.facebook.com/PubliUCA



Grado en
PUBLICIDAD
Y RELACIONES
PÚBLICAS

1 | estructura de las ENSEÑANZAS

Bloque I – Módulo básico de Ciencias Sociales. 36 créditos ECTS.

Bloque II – Módulo básico de Comunicación. 24 créditos ECTS.

Bloque III – Módulos del núcleo central de la Titulación. 108 créditos ECTS:

- Módulo Teoría e Historia de la Comunicación (12 créditos).
- Módulo Investigación en Comunicación (12 créditos).
- Módulo Planificación, Estrategias y Creación en Comunicación (18 créditos).
- Módulo Técnicas y Herramientas en Comunicación (18 créditos).
- Módulo Especialización en Comunicación Institucional (12 créditos).
- Módulo Especialización en Comunicación Empresarial (12 créditos).
- Módulo Especialización en Comunicación Social (12 créditos).
- Módulo Nuevas Tendencias en Comunicación (12 créditos).

Bloque IV – Módulo de Proyecto de Fin de Grado y Prácticas en Empresa. 6 + 12 créditos ECTS.

Bloque V – Módulo Optativo.

Dos itinerarios

- Comunicación global.
- Comunicación interactiva.

2 | salidas PROFESIONALES

El Grado de Publicidad y Relaciones Públicas ofrece especialización en diferentes ámbitos profesionales:

- En agencias de publicidad y estudios de diseño: creativos/as, redactores/as, directores/as de arte, ejecutivos/as de cuentas, diseñadores/as, planificadores/as estratégicos/as.
- En agencias y centrales de compras: planificadores/as de publicidad en medios, compradores/as de medios, investigadores/as de audiencias.
- En gabinetes de comunicación y relaciones públicas de organizaciones públicas y privadas: directores/as de comunicación, *community managers*, organizadores/as de eventos.
- En diferentes formas de asesoría externa: asesores/as en comunicación estratégica, comunicación corporativa, gestión de crisis, etc.

3 | ¿qué cualidades SON NECESARIAS?

- Aptitud para comunicar ideas y contar historias.
- Capacidad de observación y empatía para comprender a los demás.
- Mentalidad creativa.
- Destreza en la colaboración y gestión de equipos.
- Interés por la cultura audiovisual (publicidad, cine, fotografía, videoclip, etc).
- Capacidad de análisis de la información, reflexión y espíritu crítico.

4 | ¿qué conocimientos tendré cuando TERMINE EL GRADO?

- Conocerás las funciones de los perfiles de agencia: ejecutivo/a de cuentas, planificador/a estratégico/a, creativo/a, director/a de arte, *producer*, planificador/a de medios, etc. y de los profesionales del ámbito de las relaciones públicas: dircom, organizadores/as de eventos, asesores/as estratégicos/as, etc.
- Habrás tenido la oportunidad de desarrollar campañas de publicidad y de relaciones públicas, aprendiendo a desarrollar estrategias creativas y su ejecución audiovisual.
- Contarás con una formación coherente con las actuales necesidades del mercado, donde la comunicación online y social tienen una marcada presencia.
- Habrás adquirido una formación multidisciplinar en publicidad y relaciones públicas en el marco de la Comunicación y las Ciencias Sociales.
- Habrás aprendido diversas destrezas y técnicas para una gestión profesional de la comunicación: presentación de proyectos, creación de portfolio profesional, técnicas de protocolo, gestión de comunidades de marca, relación con medios de comunicación, etc.

