



UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL
DE CATALUNYA

FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ
FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN
FACULTY OF BUSINESS AND COMMUNICATION STUDIES

GRAU EN PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES

**GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES
PÚBLICAS**

**DEGREE IN ADVERTISING AND PUBLIC
RELATIONS**



COMPETÈNCIES

BÀSIQUES

- Demostrar posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, que se sol trobar en un nivell que, si bé recolza en llibres de text avançats, també inclou alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del camp d'estudi propi.
- Desenvolupar les habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un grau alt d'autonomia.
- Saber aplicar els coneixements a la feina i en la vocació d'una manera professional i posseir les competències que se solen demostrar mitjançant l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes en l'àrea d'estudi pròpia.
- Ser capaç de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic especialitzat i no especialitzat.
- Tenir la capacitat de recollir i interpretar dades rellevants (normalment dins de l'àrea d'estudi pròpia) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes importants de caràcter social, científic o ètic.

TRANSVERSALS

- Actuar amb esperit i reflexió crítics davant el coneixement en totes les seves dimensions. Mostrar inquietud intel·lectual, cultural i científica i compromís cap al rigor i la qualitat en l'exigència professional.
- Emprar diferents formes de comunicació, tant orals com escrites o audiovisuals, en la llengua pròpia i en llengües estrangeres, amb un alt grau de correcció en l'ús, la forma i el contingut.
- Esdevenir l'actor principal del propi procés formatiu amb l'objectiu d'aconseguir una millora personal i professional i d'adquirir una formació integral que permeti aprendre i conèixer en un context de diversitat lingüística, amb realitats socials, culturals i econòmiques molt diverses.
- Exercir la ciutadania activa i la responsabilitat individual amb compromís amb els valors democràtics, de sostenibilitat i de disseny universal, a partir de pràctiques basades en l'aprenentatge i servei i en la inclusió social.
- Interactuar en contextos globals i internacionals per identificar necessitats i noves realitats que permetin transferir el coneixement cap a àmbits de desenvolupament professional actuals o emergents, amb capacitat d'adaptació i d'autodirecció en els processos professionals i de recerca.
- Mostrar habilitats per a l'exercici professional en entorns multidisciplinaris i complexos, en coordinació amb equips de treball en xarxa, ja sigui en entorns presencials o virtuals, mitjançant l'ús informàtic i informacional de les TIC.
- Projectar els valors de l'emprenedoria i la innovació en l'exercici de la trajectòria personal acadèmica i professional, a través del contacte amb diferents realitats de la pràctica i amb motivació envers el desenvolupament professional.

GENERALS

- Comprendre les cultures i els costums d'altres països.
- Respectar els drets humans.
- Saber apreciar la diversitat i la multiculturalitat.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Saber dissenyar i dirigir projectes.
- Tenir capacitat crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat d'anàlisi i de síntesi.
- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de lideratge.
- Tenir capacitat de treballar en equip.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en una llengua estrangera.
- Tenir capacitat per adaptar-se a situacions noves.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per aprendre.

- Tenir capacitat per fer exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per generar idees noves (creativitat).
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar feines.
- Tenir capacitat per prendre decisions.
- Tenir capacitat per resoldre problemes.
- Tenir capacitat per treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir compromís ètic en la feina.
- Tenir disposició per a l'èxit.
- Tenir habilitat d'investigació.
- Tenir habilitat per treballar amb autonomia.
- Tenir habilitat per treballar en entorns amb pressió.
- Tenir habilitat per treballar en un context internacional.
- Tenir habilitat per treballar en un equip interdisciplinari.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Tenir iniciativa i esperit emprenedor.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.
- Tenir sensibilitat pels temes mediambientals i socials.

ESPECÍFIQUES

- Comprendre la naturalesa dels canvis històrics i les conseqüències econòmiques, culturals i socials que se'n deriven.
- Conèixer els fonaments metodològics de la producció multimèdia i interactiva, els seus gèneres i el seu llenguatge.
- Conèixer els fonaments teòrics i tecnològics del mitjà radiofònic, els seus gèneres i el seu llenguatge.
- Conèixer els fonaments teòrics i tecnològics del mitjà televisiu, els seus gèneres i el seu llenguatge.
- Conèixer els fonaments teòrics, històrics i pràctics de la comunicació gràfica i del disseny editorial i publicitari.
- Conèixer els fonaments històrics, teòrics i pràctics de la psicologia i la seva aplicació a l'anàlisi del consumidor.
- Conèixer els mètodes i problemes dels diferents àmbits d'investigació de la comunicació, en general, i de la publicitat i les relacions públiques, en particular.
- Conèixer els mètodes i tècniques per a l'anàlisi del comportament dels consumidors i els processos de compra.
- Conèixer i analitzar les fonts d'informació i els sistemes de cerca i recuperació d'informació.
- Conèixer i diferenciar els conceptes bàsics vinculats a la direcció i a la gestió empresarial: empresa, direcció, estratègia i direcció estratègica.
- Conèixer i distingir els elements, formes i processos dels llenguatges publicitaris en diferents suports i mitjans de comunicació.
- Conèixer i saber explicar els grans paradigmes de la sociologia.
- Conèixer i utilitzar amb correcció els recursos lingüístics i literaris en funció dels diferents mitjans de comunicació.
- Conèixer l'anàlisi i investigar les motivacions de les audiències.
- Conèixer l'estructura, fonaments i pràctiques habituals dels mitjans de comunicació i els seus formats principals.
- Conèixer l'ètica i la deontologia professional de la publicitat i les relacions públiques.
- Conèixer l'evolució històrica dels aspectes estètics que incideixen en la transformació dels elements, formes i processos de la comunicació publicitària.
- Conèixer l'evolució històrica recent del món i comprendre'n els paràmetres bàsics.
- Conèixer l'ordenament jurídic de la comunicació, en general, i de la publicitat i les relacions públiques, en particular, tant en mitjans tradicionals com en mitjans multimèdia i interactius.
- Conèixer la història, teories i tendències de la publicitat i les relacions públiques.
- Conèixer la importància de la comunicació en el marc del desenvolupament estratègic d'una PIME.
- Conèixer la teoria i la pràctica del llenguatge fotogràfic i els seus gèneres.
- Conèixer les característiques de l'estructura econòmica i financera i del compte de resultats de

l'empresa.

- Conèixer les diferents tècniques de comunicació publicitària no convencional per fer arribar el missatge amb el major nivell d'eficàcia sense utilitzar els mitjans massius i tradicionals.
- Conèixer les principals qüestions relacionades amb la societat de la informació, el seu funcionament i tendències.
- Conèixer les principals teories de la comunicació de masses incloent els nous models interactius i dialògics (col·laboratius, cooperatius, etc.).
- Conèixer les teories i models d'anàlisi textual, retòric i discursiu.
- Demostrar coneixement teòric i pràctic dels processos i estructures de la publicitat i les relacions públiques en entorns virtuals (web i mòbil).
- Demostrar coneixement teòric i pràctic dels processos i estructures de les relacions públiques.
- Saber analitzar la situació d'una empresa: aspectes jurídics, fiscals i laborals, finançament, mercats i productes financers.
- Saber aplicar els mètodes i tècniques del màrqueting específics per a la presa de decisions en empreses i institucions.
- Saber buscar, seleccionar, avaluar i organitzar la informació dels mitjans tradicionals i digitals.
- Saber comunicar de manera adequada amb les paraules i l'expressió corporal davant d'un auditori.
- Saber exposar adequadament i d'acord amb els cànons acadèmics els resultats d'investigació de manera oral, escrita, audiovisual o digital.
- Saber exposar i raonar idees a partir dels fonaments de la retòrica, argumentació i persuasió.
- Saber formular i posar en pràctica estratègies de màrqueting relacional: posicionament de productes i marques, segmentació de mercats, procediments d'anàlisi i medició d'eficàcia.
- Saber identificar necessitats en l'elaboració i explotació de sistemes d'informació.
- Saber integrar i aplicar els coneixements teòrics, instrumentals i pràctics de la publicitat i les relacions públiques a la comunicació turística i cultural.
- Saber projectar, produir i avaluar un producte multimèdia i interactiu per a sistemes fixos i mòbils.
- Saber-se comunicar per escrit en situacions professionals habituals en entorns publicitaris i de comunicació empresarial: anuncis, rodes de premsa i presentacions de projectes.
- Saber-se expressar amb correcció oral i escrita en anglès.
- Saber-se expressar amb correcció oral i escrita en català i castellà.
- Tenir capacitat de relació i d'indagació per establir una interacció fluida i competent entre l'anunciant i l'agència.
- Tenir capacitat i habilitat per a l'exercici ètic i responsable de la publicitat i les relacions públiques.
- Tenir capacitat i habilitat per analitzar discursos polítics.
- Tenir capacitat i habilitat per analitzar i resoldre problemes estadístics aplicats al món de la publicitat i les relacions públiques.
- Tenir capacitat i habilitat per comunicar de manera eficaç les situacions conflictives.
- Tenir capacitat i habilitat per donar forma creativa al missatge.
- Tenir capacitat i habilitat per establir i mantenir relacions interculturals eficaces.
- Tenir capacitat i habilitat per exercir les funcions que desenvolupen el departament de mitjans d'una agència i les centrals de mitjans.
- Tenir capacitat i habilitat per gestionar la comunicació interna d'una empresa o institució.
- Tenir capacitat i habilitat per interpretar relacions de poder.
- Tenir capacitat i habilitat per operar en diferents entorns informàtics.
- Tenir capacitat i habilitat per responsabilitzar-se de l'àrea de comunicació d'una empresa o institució: saber contactar amb públics externs i interns i planificar, controlar i gestionar un pla de comunicació.
- Tenir capacitat per analitzar des d'una perspectiva lingüística, pragmàtica i ideològica la producció dels mitjans de comunicació escrits.
- Tenir capacitat per crear i produir una peça publicitària per al mitjà radiofònic.
- Tenir capacitat per crear i produir una peça publicitària per al mitjà televisiu.
- Tenir coneixements per crear i desenvolupar un producte fotogràfic publicitari.
- Tenir coneixements per crear i desenvolupar un producte gràfic publicitari.
- Tenir nocions bàsiques del dret de l'empresa, dels seus signes distintius i del dret de la competència.

COMPETENCIAS

BÁSICAS

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

TRANSVERSALES

- Actuar con espíritu y reflexión críticos ante el conocimiento en todas sus dimensiones, mostrando inquietud intelectual, cultural y científica y compromiso hacia el rigor y la calidad en la exigencia profesional.
- Usar distintas formas de comunicación, tanto orales como escritas o audiovisuales, en la lengua propia y en lenguas extranjeras, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.
- Llegar a ser el actor principal del propio proceso formativo en vistas a una mejora personal y profesional y a la adquisición de una formación integral que permita aprender y convivir en un contexto de diversidad lingüística, con realidades sociales, culturales y económicas diversas.
- Ejercer la ciudadanía activa y la responsabilidad individual con compromiso con los valores democráticos, de sostenibilidad y de diseño universal a partir de prácticas basadas en el aprendizaje, servicio y en la inclusión social.
- Interactuar en contextos globales e internacionales para identificar necesidades y nuevas realidades que permitan transferir el conocimiento hacia ámbitos de desarrollo profesional actuales o emergentes, con capacidad de adaptación y de autodirección en los procesos profesionales y de investigación.
- Mostrar habilidades para el ejercicio profesional en entornos multidisciplinares y complejos, en coordinación con equipos de trabajo en red, ya sea en entornos presenciales o virtuales, mediante el uso informático e informacional de las TIC.
- Proyectar los valores del emprendimiento y de la innovación en el ejercicio de la trayectoria personal académica y profesional a través del contacto con diferentes realidades de la práctica y con motivación hacia el desarrollo profesional.

GENERALES

- Comprender las culturas y costumbres de otros países.
- Respetar los derechos humanos.
- Saber apreciar la diversidad y multiculturalidad.
- Saber buscar, analizar y comprender información proveniente de fuentes diversas.
- Saber diseñar y dirigir proyectos.
- Tener capacidad para la crítica y autocrítica.
- Tener capacidad de análisis y síntesis.
- Tener capacidad de organizar y planificar.
- Tener capacidad de liderazgo.
- Tener capacidad de trabajar en equipo.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad.
- Tener capacidad para la comunicación oral y escrita en una lengua extranjera.
- Tener capacidad de adaptarse a situaciones nuevas.

- Tener capacidad para aplicar el conocimiento a la práctica.
- Tener capacidad para aprender.
- Tener capacidad de realizar exposiciones razonadas y coherentes.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Tener capacidad para gestionar el tiempo y temporalizar tareas.
- Tener capacidad de tomar decisiones.
- Tener capacidad de resolver problemas.
- Tener capacidad de trabajar en diferentes entornos tecnológicos con software específico.
- Tener compromiso ético en el trabajo.
- Tener disposición para el éxito.
- Tener habilidad de investigación.
- Tener habilidad para trabajar con autonomía.
- Tener habilidad para trabajar en entornos de presión.
- Tener habilidad para trabajar en un contexto internacional.
- Tener habilidad para trabajar en un equipo interdisciplinario.
- Tener habilidades interpersonales.
- Tener iniciativa y espíritu emprendedor.
- Tener motivación y preocupación por la calidad.
- Tener sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.

ESPECÍFICAS

- Comprender la naturaleza de los cambios históricos y sus consecuencias económicas, culturales y sociales.
- Conocer los fundamentos metodológicos de la producción multimedia e interactiva, sus géneros y su lenguaje.
- Conocer los fundamentos teóricos y tecnológicos del medio radiofónico, sus géneros y su lenguaje.
- Conocer los fundamentos teóricos y tecnológicos del medio televisivo, sus géneros y su lenguaje.
- Conocer los fundamentos teóricos, históricos y prácticos de la comunicación gráfica y del diseño editorial y publicitario.
- Conocer los fundamentos históricos, teóricos y prácticos de la psicología y su aplicación al análisis del consumidor.
- Conocer los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación de la comunicación en general y de la publicidad y las relaciones públicas en particular.
- Conocer los métodos y técnicas para el análisis del comportamiento del consumidor y los procesos de compra.
- Conocer y analizar las fuentes de información y los sistemas de búsqueda y recuperación de información.
- Conocer y diferenciar los conceptos básicos vinculados a la dirección y gestión empresarial: empresa, dirección, estrategia y dirección estratégica.
- Conocer y distinguir los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios en distintos soportes y medios de comunicación.
- Conocer y saber explicar los grandes paradigmas de la sociología.
- Conocer y utilizar con corrección los recursos lingüísticos y literarios en función de los distintos medios de comunicación.
- Conocer el análisis e investigar las motivaciones de las audiencias.
- Conocer la estructura, fundamentos y prácticas habituales de los medios de comunicación y sus principales formatos.
- Conocer la ética y la deontología profesional de la publicidad y las relaciones públicas.
- Conocer la evolución histórica de los aspectos estéticos que inciden en las transformaciones de los elementos, formas y procesos de comunicación publicitaria.
- Conocer la evolución histórica reciente del mundo y comprender sus parámetros básicos.
- Conocer el ordenamiento jurídico de la comunicación en general y de la publicidad y relaciones públicas en particular, tanto en medios tradicionales como en los multimedia e interactivos.
- Conocer la historia, teorías y tendencias de la publicidad y las relaciones públicas.

- Conocer la importancia de la comunicación dentro del desarrollo estratégico de una PYME.
- Conocer la teoría y la práctica del lenguaje fotográfico y sus géneros.
- Conocer las características de la estructura económica y financiera y de la cuenta de resultados de la empresa.
- Conocer las diferentes técnicas de comunicación publicitaria no convencional para hacer llegar el mensaje con el máximo nivel de eficacia, sin utilizar medios masivos o tradicionales.
- Conocer las principales cuestiones relacionadas con la sociedad de la información, su funcionamiento y tendencias.
- Conocer las principales teorías de la comunicación de masas, incluyendo los nuevos modelos interactivos y dialógicos (colaborativos, cooperativos, etc.).
- Conocer las teorías y modelos de análisis textual, retórico y discursivo.
- Tener conocimiento teórico y práctico de los procesos y estructuras de la publicidad y las relaciones públicas en entornos virtuales (web y móvil).
- Tener conocimiento teórico y práctico de los procesos y estructuras de las relaciones públicas.
- Saber analizar la situación de una empresa: aspectos jurídicos, fiscales y laborales, financiación, mercados y productos financieros.
- Saber aplicar los métodos y las técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones en empresas e instituciones.
- Saber buscar, seleccionar, evaluar y organizar la información de los medios tradicionales y digitales.
- Saber comunicar de forma adecuada con la palabra y la expresión corporal frente a un auditorio.
- Saber exponer adecuadamente y conforme a los cánones académicos los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital.
- Saber exponer y razonar ideas a partir de los fundamentos de la retórica, argumentación y persuasión.
- Saber formular y poner en práctica estrategias de marketing relacional: posicionamiento de productos y marcas, segmentación de mercados, procedimientos de análisis y medición de eficacia.
- Saber identificar necesidades en la elaboración y explotación de sistemas de información.
- Saber integrar y aplicar los conocimientos teóricos, instrumentales y prácticos en publicidad y relaciones públicas a la comunicación turística y cultural.
- Saber proyectar, producir y evaluar un producto multimedia e interactivo para sistemas fijos y móviles.
- Saber comunicarse por escrito en situaciones profesionales habituales en entornos publicitarios y de comunicación empresarial: anuncios, ruedas de prensa y presentación de proyectos.
- Saber expresarse con corrección oral y escrita en inglés.
- Saber expresarse con corrección oral y escrita en catalán y castellano.
- Tener capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia.
- Tener capacidad y habilidad para el ejercicio ético y responsable de la publicidad y las relaciones públicas.
- Tener capacidad y habilidad para analizar discursos políticos.
- Tener capacidad y habilidad para analizar y resolver problemas estadísticos aplicados al mundo de la publicidad y las relaciones públicas.
- Tener capacidad y habilidad para comunicar de forma eficaz las situaciones conflictivas en el seno de una empresa a sus diferentes públicos internos y externos.
- Tener capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje.
- Tener capacidad y habilidad para establecer y mantener relaciones interculturales eficaces.
- Tener capacidad y habilidad para ejercer las funciones que desarrollan el departamento de medios de una agencia y las centrales de medios.
- Tener capacidad y habilidad para gestionar la comunicación interna de una empresa o institución.
- Tener capacidad y habilidad para interpretar relaciones de poder.
- Tener capacidad y habilidad para operar en diferentes entornos informáticos.
- Tener capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de una empresa o institución: saber contactar con públicos externos e internos y planificar, controlar y gestionar un plan de comunicación.
- Tener capacidad para analizar desde una perspectiva lingüística, pragmática e ideológica la producción de los medios de comunicación escritos.
- Tener capacidad de crear y producir una pieza publicitaria en el medio radiofónico.

- Tener capacidad de crear y producir una pieza publicitaria en el medio televisivo.
- Tener conocimientos para crear y desarrollar un producto fotográfico publicitario.
- Tener conocimientos para crear y desarrollar un producto gráfico publicitario.
- Tener nociones básicas del derecho de la empresa, de sus signos distintivos y del derecho de la competencia.

COMPETENCIES

BASIC SKILLS

- Students have demonstrated knowledge and understanding in a field of study that builds on general secondary education with the support of advanced textbooks and knowledge of the latest advances in this field of study.
- Students have developed the learning skills necessary to undertake further studies with a high degree of independent learning.
- Students can apply their knowledge to their work or vocation in a professional manner and have competencies typically demonstrated through drafting and defending arguments and solving problems in their field of study.
- Students can communicate information, ideas, problems and solutions to both specialists and non-specialists.
- Students have the ability to gather and interpret relevant data (usually within their field of study) in order to make judgements that include reflection on relevant social, scientific and ethical issues.

CORE SKILLS

- Be a critical thinker before knowledge in all its dimensions. Show intellectual, cultural and scientific curiosity and a commitment to professional rigour and quality.
- Use oral, written and audiovisual forms of communication, in one's own language and in foreign languages, with a high standard of use, form and content.
- Become the protagonist of one's own learning process in order to achieve personal and professional development and attain an all-round training for living and learning in a context of linguistic, social, cultural and economic diversity.
- Exercise active citizenship and individual responsibility with a commitment to the values of democracy, sustainability and universal design, through practice based on learning, service and social inclusion.
- Interact in international and worldwide contexts to identify needs and and new contexts for knowledge transfer to current and emerging fields of professional development, with the ability to adapt to and independently manage professional and research processes.
- Display professional skills in complex multidisciplinary contexts, working in networked teams, whether face-to-face or online, through use of information and communication technology.
- Project the values of entrepreneurship and innovation in one's academic and professional career, through contact with a variety of practical contexts and motivation for professional development.

GENERAL SKILLS

- Understand the culture and customs of other countries.
- Respect human rights.
- Value diversity and multiculturalism.
- Know how to find, analyse and understand information from different sources.
- Know how to design and manage projects.
- Have a critical attitude to self and others.
- Be able to analyse and summarise.
- Be able to organise and plan.
- Have leadership skills.
- Be able to work in teams.
- Be able to talk and write in the languages of one's own community.
- Be able to talk and write in a foreign language.
- Be able to adapt to new situations.
- Be able to put ideas into practice.
- Be a good learner.
- Be able to make clear, coherent presentations.
- Be creative.
- Be able to manage time and schedule tasks.

- Be good at decision-making.
- Be able to solve problems.
- Be able to work in a variety of technological environments with specific software.
- Have an ethical approach to work.
- Be success-oriented.
- Be able to carry out research.
- Be a good independent worker.
- Be able to work under pressure.
- Be able to work in an international context.
- Be able to work in an interdisciplinary team.
- Have good interpersonal skills.
- Have initiative and an entrepreneurial outlook.
- Be motivated and show concern for quality.
- Be sensitive to environmental and social issues.

SPECIFIC SKILLS

- Understand the nature of historical change and its economic, cultural and social consequences.
- Know about the principles of methods for multimedia and interactive production, its genres and discourse.
- Know about the basic theory and technology of radio media, genres and language.
- Know about the basic theory and technology of television media, genres and language.
- Know about the theoretical, historical and practical principles of graphic communication and editorial and advertising design.
- Know about the historical, theoretical and practical foundations of psychology and its use in consumer analysis.
- Know about methods and problems in different branches of communication research in general and advertising and public relations in particular.
- Know about methods and techniques for consumer behaviour and purchasing process analysis.
- Be able to understand and analyse sources of information and search and information retrieval systems.
- Understand and distinguish between basic concepts of business management: business, management, strategy and strategic management.
- Understand and distinguish between advertising items, forms and processes in different media.
- Know about and be able to describe the main principles of sociology.
- Know about and be able to appropriately use linguistic and literary devices in different media.
- Know about analysis and research of audience motivations.
- Know about the structure, foundations and customary practices of the media and its major formats.
- Know about ethics and the professional ethics of advertising and public relations.
- Know about the historical evolution of aesthetic aspects of the manipulation of items, forms and processes in advertising.
- Know about recent world history and understand its basic parameters.
- Know about the legal framework of communication, in general, and advertising and public relations, in particular, both in traditional media and in interactive media.
- Know about advertising and public relations history, theories and trends.
- Know about the importance of communication within the strategic development of SMEs.
- Know about the theory and practice of photographic language and genres.
- Know about economic and financial structure and company annual reports.
- Know about unconventional advertising communication techniques to get the message across with the highest degree of effectiveness, without using traditional mass media.
- Know about the main issues in the information society, its operation and trends.
- Know about the main theories of mass communication, including new interactive and dialogue models.
- Know about theories and models of textual, rhetorical and discourse analysis.
- Have theoretical and practical knowledge of the processes and structures of advertising and public relations in web and mobile virtual environments.
- Have theoretical and practical knowledge of public relations processes and structures.

- Be able to analyse the situation of a company: legal, tax and labour issues, finance, markets and financial products.
- Be able to apply specialised marketing methods and techniques for decision making in organisations.
- Know how to find, select, evaluate and organise information on traditional and digital media.
- Know how to communicate effectively with words and body language before an audience.
- Be able to appropriately describe research results in an academic manner, orally and in writing, with audiovisual and digital support.
- Know how to put forward and defend ideas with effective use of rhetoric, argumentation and persuasion.
- Be able to formulate and implement relational marketing strategies: product and brand positioning, market segmentation, analysis procedures and measuring effectiveness.
- Be able to identify needs in the development and operation of information systems.
- Be able to integrate and use theoretical, instrumental and practical knowledge of advertising and public relations in tourism and cultural communication.
- Know how to project, produce and evaluate an interactive multimedia product for static and mobile systems.
- Be able to write for professional situations in advertising and corporate communication: advertisements, press conferences and project presentations.
- Be able to speak and write in English correctly.
- Be able to speak and write in Catalan and Spanish correctly.
- Be able to establish good relations and have good communication skills in order to be able to maintain smooth and effective interaction between the advertiser and the agency.
- Be able to work in an ethical and responsible manner in advertising and public relations.
- Be able to analyse political speeches.
- Be able to analyse and solve statistical problems in advertising and public relations.
- Be able to effectively communicate in conflict situations within an enterprise to the various internal and external stakeholders.
- Be able to construct the message creatively.
- Be able to establish and maintain effective intercultural relations.
- Be able to carry out the functions of a media department in an agency or media centre.
- Be able to manage internal communication in an organisation.
- Be able to interpret power relations.
- Be able to work in different computing environments.
- Be able to run an organisation's communication unit: to contact external and internal stakeholders and to plan, control and manage a communication plan.
- Be able to linguistically, pragmatically and ideologically analyse print and text media.
- Be able to create and produce an advertisement for radio.
- Be able to create and produce an advertisement for television.
- Be able to create and develop a photographic advertising product.
- Be able to create and develop a graphic advertising product.
- Have basic notions of corporate law, its distinctive characteristics and competition law.