

## **COMPETENCIAS**

### **Competencias básicas**

**CB1** 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.

**CB2** 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.

**CB3** 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.

**CB4** Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

**CB5** Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

### **Competencias generales**

**CG1** Utilizar correctamente y con precisión el lenguaje oral y escrito para desarrollar una comunicación verbal y no verbal eficaz en los distintos formatos de la comunicación.

**CG2** Ser capaz de buscar, seleccionar y analizar textos y documentos, así como interpretar, valorar y contrastar esta información con el fin de elaborar con ella proyectos de comunicación.

**CG3** Comprender las principales cualidades del liderazgo (tener iniciativa, creatividad, credibilidad, honestidad, espíritu de liderazgo, responsabilidad, etc.) para su aplicación en el contexto de una empresa del sector de la comunicación.

**CG4** Explicar y relacionar conocimientos, así como emitir juicios a partir de criterios y evidencias veraces y contrastados en el ejercicio de la actividad de la comunicación.

CG5 Comprender los aspectos sociales, económicos y culturales del contexto nacional e internacional y las estructuras, características y configuraciones de las sociedades con el propósito de elaborar proyectos de comunicación veraces y útiles a la sociedad.

CG6 Respetar los principios de libertad e igualdad (género, capacidad /discapacidad, origen, condición, etc.), y defender una cultura de paz y el respeto de los derechos fundamentales en todos los tratamientos informativos, interpretativos, dialógicos y opinativos de la comunicación.

CG7 Desarrollar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo orientadas a evaluar, optimizar y confrontar criterios en la toma de decisiones responsable y a la resolución de situaciones complejas en el ámbito de la comunicación.

CG8 Identificar las distintas dimensiones del ser humano (libertad, historicidad, sociabilidad, vulnerabilidad, dignidad etc.) para diseñar las interacciones comunicativas en función de los intereses de la persona.

CG9 Actuar de conformidad a los principios éticos, deontológicos y jurídicos en la profesión.

## **Competencias transversales**

CT1. Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2. Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3. Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

## **Competencias específicas**

CE1 Analizar las principales corrientes y teorías en Comunicación y su relación con la configuración de la Opinión Pública.

CE2 Comprender la historia del mundo actual, de la literatura universal, de la comunicación de las organizaciones, de la sociología, de la cultura, de la economía, de la ciencia política y del pensamiento político para proyectar estos conocimientos en los proyectos de comunicación.

CE3 Comprender y aplicar los principios básicos del ordenamiento jurídico general y en particular del ámbito de la comunicación y del derecho de la información.

CE4 Comprender el impacto de las principales teorías antropológicas en los fundamentos de la comunicación y sus procesos.

CE5 Desarrollar la creatividad a partir del conocimiento de los principios básicos de la psicología de la comunicación.

CE6 Desarrollar las habilidades sociales y profesionales, así como la capacidad para liderar equipos, necesarias para un buen desempeño en la profesión en la comunicación dentro de y para las organizaciones.

CE7 Comprender la estructura y el funcionamiento de la empresa de comunicación, su forma de organización, sus estrategias de gestión, sus sistemas de producción y distribución de contenidos.

CE8 Aprender las técnicas de gestión de información y manejo de fuentes necesarias para hacer productos de comunicación veraces, útiles a la sociedad y que se atengan en todo momento a los principios de la ética y la deontología profesional.

CE9 Realizar un seguimiento profundo, crítico y analítico de la actualidad social, sabiendo entresacar del acontecer diario las tendencias sociales de mayor recorrido.

CE10 Elaborar informes y proyectos sobre la realidad de las organizaciones, en todos sus ámbitos, aplicando las herramientas y técnicas de la comunicación adquiridas.

CE11 Discernir las principales tareas, géneros y procedimientos en el entorno de la gestión de la comunicación, aplicándolos a diferentes áreas de especialización dentro de la organización.

CE12 Reconocer los elementos básicos de la investigación aplicada (marco teórico, metodología, hipótesis, bibliografía) y su concreción en el campo de la comunicación.

CE13 Aplicar en un Trabajo de Fin de Grado los conocimientos sobre el mundo de la comunicación adquiridos en el Grado, ya sea desde el punto de vista de la investigación o mediante la elaboración de un proyecto especializado en comunicación.

CE14 Comprender los fundamentos de la estadística y las posibilidades de aplicación al análisis de la actualidad, de las tendencias sociales, de la opinión pública y del consumo de contenidos de comunicación.

CE15 Aplicar el lenguaje y las técnicas propias de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio, y televisión) y de los nuevos medios nacidos en los soportes digitales.

CE16 Elaborar proyectos de comunicación en formato televisivo a partir de los conocimientos adquiridos sobre redacción, edición y postproducción.

CE17 Diseñar proyectos de comunicación en formato radiofónico en los que se apliquen los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.

CE18 Confeccionar productos en formato web en que se desarrollen los conocimientos de redacción, diseño y programación adquiridos.

CE19 Aprender las herramientas básicas del entorno web relacionadas con el análisis y verificación de fuentes, el posicionamiento web, el análisis de audiencias, la minería de datos, la inteligencia artificial, la comunicación en redes sociales y la visualización de datos.

CE20 Comprender los entornos digitales para promover una comunicación acorde con la sociedad en red.

CE21 Aplicar los conocimientos fundamentales del marketing en proyectos relacionados con la comunicación corporativa.

CE22 Aplicar a la realidad de las empresas, organizaciones e instituciones del ámbito de la comunicación los fundamentos teórico-prácticos adquiridos en el aula y en el resto de las actividades realizadas en la universidad.