

## GRADO EN COMUNICACIÓN OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

### **Objetivos generales del título**

El grado pretende ofrecer una formación centrada en el análisis de la comunicación, procediendo desde lo general a lo particular. De otra parte enfoca los itinerarios específicos en las dimensiones de la comunicación más que en los tipos de medios (prensa escrita, digital, radio, televisión, cine, gabinetes, agencias de publicidad, centrales de medios, etc.)

Estos tres itinerarios posibilitan la adquisición de unas competencias más concretas en cada caso. De hecho, la novedad que aporta este grado es que esos itinerarios no se definen por medios, sino por los diferentes aspectos que presenta el proceso comunicativo (Información, Entretenimiento y Persuasión). De este modo, se precisan y distinguen las competencias comunes a todo graduado en Comunicación por la UNIR, de aquellas específicas del Itinerario formativo que elija cada alumno.

- 1) Conocimiento y dominio de las rutinas básicas de expresión oral, escrita, audiovisual, digital y multimedia; así como una capacidad de expresión clara y coherente en la lengua propia.
- 2) Comprensión del fenómeno comunicativo mediante un conocimiento crítico y analítico de las distintas formas, procesos, tendencias y manifestaciones de la comunicación. También del conocimiento racional del contexto social, cultural, político, económico y empresarial en el que se enmarca el fenómeno de la comunicación en la sociedad contemporánea. Igualmente, las técnicas y procesos de creación y difusión de contenidos comunicativos en sus diferentes fases, así como las interrelaciones entre los sujetos de la comunicación en sus distintas vertientes.
- 3) Conocimiento de los conceptos, categorías, metodologías, teorías y temas más relevantes de los distintos aspectos de la investigación e innovación en comunicación.
- 4) Conocimiento suficiente de las técnicas de búsqueda, identificación, selección y recogida de información, así como de los métodos para examinar críticamente cualquier fuente, documento o hecho.

- 5) Dominio de las nuevas tecnologías y predisposición a la innovación, así como adaptación a los cambios.
- 6) A través de estos conocimientos, lograr la capacidad de elaborar, planificar y evaluar mensajes y acciones eficientes para los diferentes tipos de comunicación (persuasiva, informativa, de entretenimiento), así como la capacidad de analizar y reflexionar académicamente sobre los diferentes aspectos que configuran el hecho comunicativo.
- 7) Conseguir una actitud positiva ante los fenómenos de diversidad y multiculturalidad y la disposición para promover los valores que defienden la igualdad de hombres y mujeres y la integración de las diversas formas de diversidad.

La adquisición de estos objetivos permitirá a los graduados desenvolverse en tres tipos de orientaciones básicas para el futuro:

- 1) **Incorporación a un medio de comunicación.** La formación planteada por el Grado de Comunicación por la UNIR posibilitará el **inicio de la actividad profesional** en el ámbito de la comunicación en un medio de comunicación en consonancia con el itinerario que se haya escogido. Por ejemplo: **iniciar** su actividad profesional como redactor/a de información periodística, responsable –a distintos niveles- de prensa de un gabinete de comunicación, gestor/ de portales y editor de contenido o guionista o creador de contenidos audiovisuales en su nivel junior. Es necesario subrayar que la orientación del tipo de medio de comunicación al que se incorpore el graduado - siempre en su nivel inicial, capacitado para desarrollar las funciones básicas de este puesto de trabajo- dependerán del Itinerario que haya escogido. En este sentido, los Graduados correspondientes al Itinerario de Entretenimiento enfocarán su carrera profesional al ingreso en Productoras Audiovisuales mientras que los que hubiesen optado por el Itinerario de Información podrán incorporarse a un medio informativo, ya sea escrito, audiovisual u on-line.

- 2) **Gestión de comunicación.** Los graduados en Comunicación por la UNIR podrán también desempeñar **labores iniciales** referidas a la comunicación empresarial e institucional, en la dirección de comunicación, responsable de Publicidad y RR.PP, o la asesoría y consultor/a estratégico/a de comunicación., gestor/a de identidad e imagen corporativa o del desarrollo de planes y proyectos de comunicación interna y externa, en sus niveles de iniciación. Este tipo de perfil es más propio de los graduados que hayan cursado el itinerario de persuasión
  
- 3) **Docencia e investigación.** El conocimiento analítico-crítico sobre la naturaleza del hecho comunicativo capacita igualmente a los graduados en Comunicación por la UNIR para especializarse desde una perspectiva académica, así como su incorporación a los procesos de formación de posgrado (máster y doctorado) correspondientes para prepararles para la actividad docente e investigadora. Este perfil es común a los tres itinerarios,

### **Competencias Generales**

- 1) Capacidad crítica, analítica y reflexiva respecto al hecho comunicativo
- 2) Capacidad de analizar los aspectos técnicos y estéticos de los procesos y tendencias de la comunicación en la sociedad contemporánea.
- 3) Capacidad de aplicar las técnicas y procesos de creación y difusión de información y contenidos en sus distintas fases.
- 4) Capacidad de tener presentes los Derechos Humanos, los principios democráticos, los principios de igualdad entre hombres y mujeres, de solidaridad, de protección medioambiental y de fomento de la cultura de la paz, al abordar las tareas de ejercicio profesional o de investigación para las que capacita el grado.
- 5) Capacidad de analizar la situación actual de los medios teniendo en cuenta su historia (tanto de sus propuestas estéticas e industriales como desde la perspectiva de su relevancia social y cultural).

- 6) Capacidad de analizar e identificar recursos, elementos, métodos y procedimientos empleados en la construcción de imágenes y relatos audiovisuales.
- 7) Capacidad de comprender la imagen espacial y de las representaciones icónicas en el espacio, tanto en la imagen fija como audiovisual.
- 8) Ser capaces de establecer relaciones entre imágenes y sonidos, desde el punto de vista estético y narrativo en los diferentes soportes y tecnologías audiovisuales.
- 9) Capacidad de desarrollar los modelos psicológicos desarrollados para la comunicación y la persuasión.
- 10) Tener las habilidades y conocimientos suficientes para aplicar las tecnologías y sistemas usados para procesar, elaborar y transmitir los contenidos del proceso comunicativo.

### **Competencias de carácter profesional**

- 1) Aplicación de técnicas y procedimientos de la composición visual a los diferentes soportes, partiendo del conocimiento de las leyes clásicas y de los movimientos estéticos y culturales de la historia de la imagen.
- 2) Análisis del relato audiovisual, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época determinada.
- 3) Conocimiento de los procesos básicos para la elaboración de una obra audiovisual: creación de guiones, realización, edición, producción y postproducción.
- 4) Análisis de las estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva y radiofónica, así como las distintas variables influyentes en su configuración y procesos, tanto informativos como de entretenimiento generados por ellos, y su influencia en la publicidad audiovisual.

- 5) Gestión y manejo de bases de datos, tanto de fuentes de información, como de cualquier otro tipo de documentos útiles para la comunicación persuasiva o de entretenimiento.
- 6) Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez aprovechando los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.
- 7) Conocimiento y capacidad para utilizar los recursos y posibilidades específicos de los medios tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad.
- 8) Conocimiento de las técnicas de comunicación aplicadas a la persuasión.
- 9) Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa y establecer el plan de comunicación.
- 10) Capacidad y habilidad para gestionar los aspectos implicados en la comunicación interna de una empresa u organización.
- 11) Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje persuasivo.
- 12) Capacidad para diseñar, ejecutar y controlar un plan de marketing.
- 13) Capacidad de experimentar e innovar mediante el conocimiento y uso de técnicas y métodos aplicados a los procesos de mejora de la calidad y de auto evaluación.
- 14) Habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad.

### **Competencias académicas**

- 1) Utilización correcta, oral y escrita, del castellano.
- 2) Conocimiento del inglés en el nivel B1 del *Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas*.

- 3) Capacidad de reflexionar sobre temas de interés de naturaleza social, cultural, científica o ética, a través de la reunión e interpretación de datos relevantes, para emitir así juicios fundamentados.
- 4) Capacidad para analizar críticamente el panorama del universo comunicativo actual, considerando los mensajes como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de un momento histórico determinado.
- 5) Conocimiento del estado del mundo, de su evolución histórica reciente y de la comprensión de sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).
- 6) Capacidad de análisis y de interpretación de los diferentes movimientos literarios, artísticos y estéticos contemporáneos y para apreciar sus funciones y relaciones con la producción comunicativa actual.
- 7) Conocimiento de la ética y deontología profesional así como del ordenamiento jurídico de la comunicación, que afecta tanto a la práctica profesional como al quehacer del comunicador.
- 8) Comprensión de teorías, métodos y problemas de la comunicación y sus lenguajes.
- 9) Capacidad para definir y desarrollar temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo del proceso comunicativo o a su interpretación.
- 10) Habilidad para exponer de forma adecuada (tanto para un público especializado como no especializado) los resultados de la investigación de forma oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
- 11) Desarrollo de habilidades teórico-prácticas necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.