

# GRADO EN PUBLICIDAD, IDEACIÓN Y COMUNICACIÓN DE MARCAS

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

<b>CÓDIGO</b>	<b>DENOMINACIÓN</b>
<b>CON1</b>	Conocer los principios, teorías y términos fundamentales de la publicidad y la comunicación de marcas.
<b>CON2</b>	Comprender la realidad en su complejidad y diversidad habiendo adquirido pensamiento crítico, analítico, sintético, reflexivo, teórico y práctico.
<b>CON3</b>	Identificar los elementos que componen los mensajes creativos en las distintas manifestaciones culturales, artísticas y en los medios de comunicación digitales y virtuales.
<b>CON4</b>	Conocer el papel de la publicidad y las marcas en la cultura popular.
<b>CON5</b>	Analizar proyectos publicitarios, de diseño y comunicación de marcas con criterios estéticos.
<b>CON6</b>	Identificar los procesos creativos para generar soluciones comunicativas funcionales y creativas.
<b>CON7</b>	Identificar y describir los elementos fundacionales de la cultura universitaria como la búsqueda del saber en comunidad y la creatividad.
<b>CON8</b>	Conocer los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de los públicos y entender su relación con la comunicación de las marcas, su publicidad y las decisiones de compra/consumo/afiliación.
<b>CON9</b>	Reconocer diferentes perfiles y opciones profesionales para identificar la propia vocación.
<b>HAB1</b>	Planificar estrategias de comunicación efectivas, seleccionando medios y canales adecuados, para conectar a las marcas con sus audiencias.
<b>HAB2</b>	Aplicar habilidades comunicativas en equipos de trabajo multidisciplinares, logrando la coexistencia de objetivos individuales y metas comunes.
<b>HAB3</b>	Aplicar la creatividad y la gestión de tareas para proponer proyectos de emprendimiento.
<b>HAB4</b>	Confeccionar y aplicar presupuestos destinados a proyectos publicitarios y de comunicación de las marcas.
<b>HAB5</b>	Usar las herramientas adecuadas para la producción de mensajes de marca en diversos formatos y canales.
<b>HAB6</b>	Utilizar la escucha activa y cultivar actitudes de liderazgo y responsabilidad social en el desempeño de la vida personal y profesional.

<b>HAB7</b>	Utilizar los recursos formativos fuera del aula, como actividades universitarias de cooperación, solidarias, salidas culturales, deportivas y de representación estudiantil, para configurar un itinerario personal.
<b>COMP1</b>	Crear campañas publicitarias y acciones de comunicación de las marcas según las necesidades de los anunciantes.
<b>COMP2</b>	Confeccionar estrategias de comunicación y medios en base a datos extraídos de investigaciones formales en las agencias de publicidad o centrales de medios.
<b>COMP3</b>	Desarrollar un trabajo original, en el que se integren los resultados de aprendizaje adquiridos en el título y que será defendido pública e individualmente ante un tribunal.
<b>COMP4</b>	Desarrollar estrategias comunicativas para las marcas.
<b>COMP5</b>	Crear mensajes publicitarios fundamentados en nuevas ideas creativas y funcionales para su aplicación en campañas de marcas.
<b>COMP6</b>	Confeccionar objetivos de comunicación en el proceso de creación, producción o distribución de campañas publicitarias para las marcas.
<b>COMP7</b>	Elaborar contenidos comunicativos gráficos, textuales y audiovisuales de interés para los públicos, las marcas y la sociedad en la actividad creativa de la profesión publicitaria.
<b>COMP8</b>	Elaborar productos publicitarios comprometidos con el interés social a través de la responsabilidad corporativa y los códigos deontológicos de la profesión.
<b>COMP9</b>	Aplicar los conocimientos, habilidades y competencias adquiridas en el desarrollo del título en el contexto laboral.

