

Campus de Pontevedra

Facultade
de Ciencias Sociais
e da Comunicación

Grao
en Publicidade
e Relacións
Públicas

Rama de coñecemento

Ciencias sociais e xurídicas

Prazas

100

Créditos ECTS anuais

60

Créditos ECTS totais

240

Descrición

Este grao pretende que os seus titulados/as adquiran un coñecemento exhaustivo do fenómeno da comunicación, especialmente a publicitaria, e das relacións públicas, a súa función na sociedade e as súas técnicas e metodoloxías de investigación.

Proporcionará coñecementos sobre o deseño e creación de políticas e estratexias comunicativas para todo tipo de organizacións (empresas privadas, organismos públicos e entidades do terceiro sector).

Áreas

— Publicidade: creación, deseño e produción da comunicación publicitaria; planificación e estratexia publicitaria; mercadotecnia (comercial, promocional, merchandising, telemarketing); realización de estudos creativos e de deseño; avaliación da eficacia das campañas publicitarias en relación cos estudos comerciais; xestión de publicidade e espazos publicitarios.

— Medios de comunicación: redacción en medios de comunicación (prensa, radio, televisión e internet); elaboración de publicidade para os medios de comunicación; locución multimedia; realización de roldas de prensa.

— Relacións públicas: relacións públicas en medianas e grandes empresas; realización de campañas e accións que creen entre o público unha actitude favorable cara a empresas, produtos ou servizos; relacións cos medios de comunicación; asesoría de comunicación e imaxe corporativa; organización de eventos e actos públicos, organización de protocolo; comunicación corporativa en social media; xestión de intanxibles.

Saídas profesionais

— Axencias de publicidade
— Empresas de comunicación
— Empresas de recursos humanos e protocolo
— Asesoría

— Empresas de deseño gráfico
— Medios de comunicación
— Departamentos internos de comunicación de todo tipo de organización

Primeiro curso

Primeiro cuadrimestre

Economía
Linguaxe publicitaria
Teoría e práctica da comunicación publicitaria
Teoría e técnica da imaxe
Teoría e historia da comunicación

Segundo cuadrimestre

Comunicación escrita
Fundamentos de organización e xestión empresarial
Estrutura social, consumo e estilos de vida
Historia da propaganda e a publicidade
Teoría e práctica das relacións públicas

Segundo curso

Primeiro cuadrimestre

Administración pública e análise estatística
Empresa: fundamentos de márketing
Creatividade publicitaria
Teoría e práctica da fotografía publicitaria
Comunicación: imaxe corporativa

Segundo cuadrimestre

Elaboración da mensaxe publicitaria
Estratexias da comunicación publicitaria
Estruturas e actividade da axencia publicitaria
Redacción e locución publicitaria
Teoría e práctica da comunicación televisiva

Terceiro curso

Primeiro cuadrimestre

Métodos e técnicas de investigación de medios e audiencias
Deontoloxía da comunicación
Planificación estratéxica das relacións públicas
Técnicas de propaganda política
Produción publicitaria impresa

Segundo cuadrimestre

Avaliación da eficacia publicitaria
Produción publicitaria en medios audiovisuais
Planificación e xestión de medios publicitarios
Técnicas de comunicación electoral e institucional
Técnicas de relacións públicas

Cuarto curso

Primeiro cuadrimestre

Dirección de comunicación
Catro optativas

Segundo cuadrimestre

Produción publicitaria na web e multimedia
Traballo de fin de grao
Dúas optativas

Optativas

Opinión pública
Teoría e técnica da comunicación radiofónica
Cine e publicidade
Comunicación alternativa: medios virtuais e novos soportes publicitarios
Publicidade, artes gráficas e tipografía
Publicidade internacional
Campañas de imaxe e de relacións públicas
Comunicación de crise

Relacións públicas e protocolo Relacións públicas e comunicación solidaria
Prácticas externas: proxecto práctico profesional
Obradoiro de prácticas profesionais (seminarios de experiencias profesionais)
