



MAPA DE COMPETENCIAS

MAP OF COMPETENCES

1. TABLAS/TABLES ([Ver descripción abajo/Description below](#))

MATERIA Y ASIGNATURAS subjects	COMPETENCIAS BÁSICAS Basic Competences	COMPETENCIAS GENERALES General Competences	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS Specific Competences
<b>PRIMER CURSO- FIRST YEAR</b>			
<b>MATERIA 1 "Fundamentos y teoría"</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fundamentos de Comunicación y Publicidad / Communication and Advertising Foundations</li> <li>- Derecho de la Publicidad y de la Propiedad Intelectual / Advertising Law and Intellectual Property Law</li> <li>- Marketing de contenidos y Nuevas Tendencias / Branded Content and New Trends</li> <li>- Comunicación Corporativa / Corporate Communication</li> </ul>	CB6, CB7, CB8, CB9, CB10	CG1	CE1, CE2, CE3, CE4, CE8, CE10
<b>MATERIA 2 "Creatividad"</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creatividad I: del concepto a la campaña / Creativity I: from the concept to the campaign</li> <li>- Creatividad II: tendencias y nuevos medios / Creativity II: trends and new media</li> <li>- Dirección de Redacción publicitaria y Dirección de Arte / Copywriting and Art Direction</li> <li>- Creatividad Cultural/Cultural Creativity</li> </ul>	CB6, CB7, CB8, CB9, CB10	CG2, CG4, CG5	CE3, CE4, CE9, CE10
<b>MATERIA 3 "Metodologías de investigación de Mercado aplicadas a la publicidad"</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Metodologías de la Investigación en Comunicación y Publicidad / Research methodology in Communication and Advertising</li> <li>- Eficacia Publicitaria: pretest y postest / Advertising Efficacy: pretest and postest</li> </ul>	CB6, CB7, CB8, CB9, CB10	CG3, CG4	CE4, CE5, CE6, CE7, CE10
<b>MATERIA 4 "Análisis y Estrategia"</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión de marcas en medios tradicionales y digitales / Branding and Digital Branding</li> <li>- Comportamiento del Consumidor Avanzado / Advanced Consumer Behaviour</li> <li>- Inteligencia de Marketing: métricas de marca y monitoreo / Marketing Intelligence: Brand metrics and monitoring</li> </ul>	CB6, CB7, CB8, CB9, CB10	CG4, CG5	CE4, CE5, CE7, CE8, CE10
<b>MATERIA 5 "Planificación y Gestión"</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación de Medios/Media Planning</li> <li>- Dirección de Producción de Proyectos Publicitarios / Product Direction of Advertising Projects</li> <li>- Gestión de Proyectos Transmedia / Transmedia Projects Management</li> </ul>	CB6, CB7, CB8, CB9, CB10	CG3, CG5	CE3, CE4, CE7, CE8, CE9, CE10, CE11
<b>MATERIA 6 "Prácticas"</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prácticas en Empresa / Internships</li> <li>- Prácticas en Laboratorio-Agencia de Publicidad / Advertising laboratory Practices</li> </ul>	CB7, CB8, CB9, CB10	CG2, CG3, CG4, CG5	CE3, CE4, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9, CE10
<b>MATERIA 7 "Trabajo Fin de Máster"</b>			



- Trabajo Fin de Master / Master Thesis	<i>CB6, CB7, CB8, CB9, CB10</i>	<i>CG1, CG2, CG3, CG4, CG5</i>	<i>CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9, CE10, CE11</i>
---	-------------------------------------	------------------------------------	--

## 2. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS/DESCRIPTION OF LEARNING OUTCOMES AND COMPETENCES

### ○ COMPETENCIAS BÁSICAS/BASIC COMPETENCES:

- CB6 Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- CB7 Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CB8 Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CB9 Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CB10 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

### ○ COMPETENCIAS GENERALES/GENERAL COMPETENCES:

- CG1 Conocer las bases de las teorías de la comunicación publicitaria
- CG2 Comprender el funcionamiento de los procesos creativos en comunicación publicitaria
- CG3 Aplicar en el campo de la comunicación publicitaria las herramientas de investigación de mercados
- CG4 Identificar la estrategia de las marcas en el mercado actual de saturación publicitaria
- CG5 Conocer cuáles son las nuevas tendencias en materia de comunicación publicitaria de acuerdo a los cambios de la sociedad digital

### ○ COMPETENCIAS ESPECÍFICAS/SPECIFIC COMPETENCES:

- CE1 Aplicar a los diferentes soportes de comunicación digital las principales teorías de la publicidad.
- CE2 Contextualizar históricamente la Comunicación Publicitaria y los problemas actuales a los que se enfrenta.
- CE3 Identificar las técnicas creativas que van de la creación del concepto a la campaña publicitaria.
- CE4 Planificar acciones emergentes en el ámbito de la nueva comunicación publicitaria.
- CE5 Identificar los problemas de investigación y aplicar las metodologías y herramientas cualitativas y cuantitativas más pertinentes en cada caso para el estudio de los fenómenos comunicativos en Publicidad.
- CE6 Aplicar investigaciones de mercados para evaluar la eficacia publicitaria
- CE7 Analizar los datos de los mercados para diseñar un plan estratégico de comunicación
- CE8 Identificar los principales modelos sobre comportamiento del nuevo consumidor y las variables determinantes.
- CE9 Desarrollar y administrar producciones publicitarias dirigidas a medios de comunicación tradicionales y multimedia.
- CE10 Identificar y definir objetivos de comunicación y diseñar las estrategias más adecuadas en el diálogo entre marcas y consumidores.
- CE11 Planear, administrar y crear proyectos transmedia