

GRADO EN COMUNICACIÓN

UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA

- > Memoria para la modificación de titulaciones oficiales de Grado y Máster Universitario de acuerdo con el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.



Índice

1. Descripción, objetivos formativos y justificación del título	2
2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje	7
3. Admisión, reconocimiento y movilidad	9
4. Planificación de las enseñanzas	11
5. Personal académico y de apoyo a la docencia	32
6. Recursos para el aprendizaje: materiales e infraestructurales, prácticas y servicios	55
7. Calendario de implantación	57
8. Sistema Interno de Garantía de la Calidad	58
Anexo I. Prácticas	59
Anexo II. Criterios para el reconocimiento de la experiencia profesional	61
Anexo III. Adaptación de los estudiantes procedentes de planes de estudio existentes	65

1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

TABLA 1. Descripción del título

1.1. Denominación del título	Grado en Comunicación
1.2. Ámbito de conocimiento	– Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas.
1.3. Menciones y especialidades	<p><i>Mención en: Comunicación audiovisual (48 ECTS)</i> <i>Mención en: Comunicación corporativa y relaciones públicas (48 ECTS)</i> <i>Mención en: Periodismo (48 ECTS)</i> <i>Mención en: Publicidad (48 ECTS)</i></p> <p><i>El estudiante se puede titular sin cursar una mención: Sí</i></p>
1.4.a) Universidad responsable	Universitat Oberta de Catalunya
1.4.b) Universidades participantes	-
1.4.c) Convenio títulos conjuntos	-
1.5.a) Centro de impartición responsable	Universitat Oberta de Catalunya (08070118)
1.5.b) Centros de impartición	Universitat Oberta de Catalunya (08070118)
1.6. Modalidad de enseñanza	No presencial o virtual
1.7. Número total de créditos	<p>Total ECTS: 240 Formación Bàsica: (només graus): 60 Obligatorios: 114 Optatius: 54 Pràctiques externes obligatòries: 0 TF: 12</p>
1.8. Idiomas de impartición	Catalán Español
1.9.a) Número total de plazas	900



1.9.b) Oferta de plazas por modalidad	
--	--

1.10. Justificación del interés del título

En la sociedad del conocimiento, la comunicación ha adquirido gran relevancia en todas y cada una de sus vertientes. Los cambios introducidos por las tecnologías en el sector provocan que surja la necesidad de profesionales polivalentes con capacidad de adaptación al cambio y con conocimientos sobre procesos cada vez más interrelacionados, tal como indica el estudio “Oferta y Demanda de Profesionales en Contenidos Digitales” de ONTSI de 2013¹

Nos encontramos con un sector sin barreras entre el offline y el online y en el que las empresas demandan profesionales polivalentes capaces de crear, diseñar, planificar, ejecutar, monitorizar y evaluar proyectos de comunicación integrales en un entorno en constante evolución. La formación global en el ámbito de la comunicación está claramente implementada y generalizada en muchos países siendo recurrente la organización en bloques de contenidos generales que finalizan en menciones o itinerarios de una orientación más específica. Métodos de estructuración del aprendizaje que se contemplan plenamente en nuestra propuesta, mediante 4 menciones (Periodismo, Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual).

Diversos estudios revelan que existe un relevante mercado de trabajo vinculado al sector de la comunicación. El informe “Informe Anual Sector Contenidos Digitales España 2020”², muestra cómo el sector de contenidos da empleo a 94.906 personas en 2019, manteniéndose casi constante respecto a 2018, con un mínimo descenso del 0,2%. Por otra parte, el informe de PwC “Entertainment and Media Outlook 2022-2026. España”³ indica que La industria española de Entretenimiento y Medios crecerá un 5,1%, hasta alcanzar los 34.092 millones de euros, en 2026.

La propuesta de grado se ubica en el contexto universitario catalán a partir de una primera diferenciación que rompe con la estancidad de las titulaciones preexistentes y potencia al máximo las sinergias entre los perfiles profesionales más afines. Este enfoque define la naturaleza de sus contenidos y los resultados del aprendizaje, incorporando una visión integrada de las disciplinas comunicativas independientes.

Pretende dar respuesta a las necesidades y tendencias del mercado, en tanto que los futuros titulados tendrán una formación suficientemente amplia para poder desarrollar un perfil como los demandados, capaces de desarrollar tareas que abarquen todas las fases de proyectos de comunicación integrales dentro del ámbito de la comunicación.

Esta realidad se ha visto reflejada en diferentes iniciativas impulsadas por asociaciones profesionales, empresas o instituciones académicas. Constatamos un interés en promover la disciplina de la comunicación desde un enfoque generalista e integrador. Junto a la oferta estatal de programas especializados en cada uno de los ámbitos de la comunicación, encontramos también ofertas generalistas de Grado en Comunicación que han aparecido los últimos años en universidades como la UNIR, VIU, Universidad del Atlántico Medio, Universidad de Deusto, Universidad de Pablo Olavide y Universidad Loyola Andalucía . Asimismo existe un amplio abanico de ejemplos de Universidades europeas que apuestan por este mismo modelo, como queda reflejado en el Libro Blanco de los títulos de Grado en Comunicación de la ANECA.

Las modificaciones que se proponen en esta memoria se encuentran detalladas en el informe motivado sobre la adecuación de la modificación derivada del SIGC.

¹ “Oferta y Demanda de Profesionales en Contenidos Digitales” de ONTSI de 2013.

² “Informe Anual Sector Contenidos Digitales España 2020”.

<https://www.ontsi.es/index.php/es/publicaciones/Informe-Anual-del-sector-de-los-Contenidos-Digitales-en-Espana-2020>

³ “Entertainment and Media Outlook 2022-2026. España” PwC.

<https://www.pwc.es/es/entretenimiento-medios/entertainment-media-outlook-espana-2022-2026.html>

1.11. Objetivos formativos

1.11.a) Principales objetivos formativos del título

El Grado en Comunicación capacita para el ejercicio profesional en las principales vertientes de la actividad comunicativa, atendiendo tanto a la diversidad de medios y soportes (digitales, audiovisuales, escritos) como a la diversidad de objetivos estratégicos (expresivos, persuasivos, informativos). Este programa académico aporta al alumnado las competencias requeridas para idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos comunicativos. Los medios de comunicación, las empresas consultoras de relaciones públicas, las productoras audiovisuales, las agencias de publicidad, las centrales de medios, las industrias culturales y los gabinetes de comunicación de las organizaciones son los entornos en los que el/la graduado/a desarrollará prioritariamente su labor.

Dado que, en la sociedad del conocimiento, el sector de la comunicación está experimentando transformaciones vertiginosas, la capacidad de interpretar el entorno y de adaptarse a realidades cambiantes con flexibilidad y polivalencia constituye un componente esencial de la formación que proporciona el grado. El espíritu emprendedor y la capacitación para el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) contribuyen también a configurar el perfil de la titulación.

1.11.b) Objetivos formativos de las menciones o especialidades

La mención en Comunicación Corporativa y Relaciones Públicas del Grado en Comunicación de la UOC capacita para la gestión estratégica de la comunicación de una organización, y para establecer y mantener relaciones mutuamente beneficiosas con sus públicos más relevantes, ya sean internos o externos. Su labor puede desarrollarse desde la propia organización (en gabinetes de comunicación, departamentos de relaciones públicas y similares) o en régimen de la consultoría (tanto en agencias de relaciones públicas como autónomamente).

La mención en Comunicación Audiovisual capacita al graduado en comunicación para desarrollar prioritariamente su trabajo en los ámbitos de la conceptualización, el guionaje, la realización y la postproducción de productos audiovisuales en diferentes formatos y soportes, y en los campos de la televisión, el cine, el vídeo, Internet y otros medios emergentes. También permite al graduado en comunicación desarrollar su carrera profesional en los ámbitos de la producción o la explotación comercial de proyectos audiovisuales, en la medida que lo capacita para planificar y organizar los recursos humanos, medios técnicos y presupuestarios para la producción de obras audiovisuales en sus diversos formatos, así como para tomar decisiones estratégicas en los ámbitos de la distribución multiplataforma.

La mención en Periodismo permitirá a los graduados orientarse profesionalmente en las actividades vinculadas con la obtención, selección, elaboración y difusión de la información periodística escrita, gráfica y audiovisual de acuerdo con criterios de interés público y en base a una deontología y ética profesional y los principios de servicio público y responsabilidad social. Tareas que podrá desarrollar tanto en medios de comunicación como en gabinetes de prensa y departamentos de comunicación de empresas o instituciones.

La mención Publicidad capacita para la creación y la gestión estratégica publicitaria. Se enfoca, por un lado, en la creación de piezas publicitarias destinadas a todo tipo de medios (convencionales y no convencionales), tanto en el ámbito de la redacción publicitaria como en el de la dirección de arte (gráfica y audiovisual). Asimismo prepara al estudiante para el ejercicio profesional como ejecutivo/a o director/a de cuentas publicitarias, como planificador/a de medios y como planificador/a estratégico/a (planner). Esta mención aporta las competencias necesarias para la conceptualización y verbalización / visualización del mensaje persuasivo, así como para gestionar, liderar, planificar, ejecutar, evaluar y liderar proyectos de comunicación publicitaria.

1.12. Estructuras curriculares específicas y justificación de sus objetivos

Este programa no incorpora ninguna estructura curricular específica.

1.13. Estrategias metodológicas de innovación docente específicas y justificación de sus objetivos

No aplica.

1.14. Perfiles fundamentales de egreso a los que se orientan las enseñanzas

El perfil de salida de los estudiantes del Grado en Comunicación tiene dos niveles:

1. Provee una formación generalista en el ámbito de la comunicación teniendo en cuenta además los cambios que se producen en este sector fruto de la incorporación de las nuevas tecnologías.
2. Ofrece la posibilidad al estudiante de especializarse en uno de los 4 ámbitos profesionales del campo de la comunicación a través de las menciones en:

- Periodismo
- Publicidad
- Comunicación corporativa y RP
- Comunicación audiovisual

Con ello, el grado de Comunicación capacita para ejercer en los principales sectores profesionales de la actividad comunicativa, entre ellos:

1. Producción de contenidos: editoriales, periódicos, revistas, cadenas de televisión y empresas audiovisuales.
2. Empresas de comunicación: consultoras de relaciones públicas, agencias de publicidad, centrales de medios, industrias culturales, consultoras de comunicación multimedia.
3. Servicios e industria en general: ámbitos de marketing, comunicación corporativa y relaciones públicas, gabinetes de comunicación de organizaciones públicas o privadas.

Así mismo, de entre los perfiles básicos resultantes de la titulación podemos encontrar:

- Periodista
- Editor/a de contenidos multimedia
- Director/a de proyectos
- Responsable de comunicación
- Responsable de gestión de redes sociales
- Creativo/a publicitario
- Copy publicitario
- Director/a de arte
- Ejecutivo/a y/o Director/a de cuentas publicitarias
- Planificador/a de medios
- Planificador/a estratégico/a

- Director/a de relaciones públicas
- Consultor/a de comunicación corporativa
- Responsable de protocolo y de relaciones institucionales
- Organizador/a de eventos
- Guionista
- Realizador/a
- Productor/a
- Distribuidor/a
- Responsable de empresas e instituciones audiovisuales
- Docente en el ámbito de la comunicación

1.14.bis) Actividad profesional regulada habilitada por el título

No aplica.

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

2.1. Conocimientos o contenidos (*Knowledge*)

Al finalizar el grado, el/la estudiante será capaz de:

- K1. Será capaz de adquirir una visión global del mercado, del entorno profesional, del mundo empresarial e institucional.
- K2. Será capaz de analizar de forma crítica el contexto social y las estructuras de las industrias culturales y comunicativas.
- K3. Será capaz de identificar los recursos materiales y/o humanos necesarios mediante la planificación de un presupuesto para llevar a cabo un proyecto.
- K4. Será capaz de reconocer las normativas legales que afectan al sector de la comunicación para aplicar criterios éticos y los códigos deontológicos.

2.2. Habilidades o destrezas (*Skills*)

Al finalizar el grado, el/la estudiante será capaz de:

- S1. Será capaz de trabajar en equipos interdisciplinarios de forma colaborativa y cooperativa contribuyendo a un proyecto común.
- S2. Será capaz de comprender y producir textos orales y escritos en un contexto académico y profesional demostrando un nivel B2 (Marco europeo común de referencia para las lenguas) de una lengua extranjera (inglés).
- S3. Será capaz de buscar, gestionar y hacer un buen uso de la información.
- S4. Será capaz de comunicar de forma oral, escrita y/o audiovisual (promoción, información, creación, persuasión, negociación)
- S5. Será capaz de usar y aplicar las técnicas y lenguajes propios de los diferentes medios de comunicación y de los diferentes perfiles profesionales del sector de la comunicación
- S6. Será capaz de adaptarse a los lenguajes específicos de los medios/soportes y de los públicos objetivos.
- S7. Será capaz de editar contenidos multimedia y de identificar posibilidades de aplicación de herramientas y tecnologías en productos, servicios y proyectos de comunicación.
- S8. Será capaz de idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos comunicativos y reconocerá todas las fases de producción y de explotación del producto.
- S9. Será capaz de interpretar y elaborar planes de comunicación y marketing.
- S10. Será capaz de construir guiones y documentos de trabajo en formatos normalizados para la industria.
- S11. Será capaz de comunicar según el objetivo estratégico que se haya establecido (informativo, expresivo o persuasivo) utilizando los diferentes medios, canales y soportes (digital, audiovisual, escrito o multiplataforma).

2.3. Competencias (*Competences*)

Al finalizar el grado, el/la estudiante será capaz de:

- C1. Será capaz de desarrollar soluciones de forma innovadora haciendo uso de la creatividad.
- C2. Será capaz de tomar decisiones desde un enfoque estratégico.
- C3. Será capaz de aplicar las tecnologías digitales en el ámbito académico y profesional.
- C4. Será capaz de idear y presentar un proyecto emprendedor viable y sostenible, desarrollando y potenciando las capacidades de iniciativa, liderazgo, innovación y trabajo en equipo.
- C5. Será capaz de actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los

derechos humanos, la diversidad y la perspectiva de género, tanto en la práctica académica como en la profesional.

C6. Será capaz de adquirir y actualizar aprendizajes permanentemente, de forma autónoma.

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

3.1. Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes

El perfil de ingreso recomendado para los futuros estudiantes de Grado, se corresponde con el establecido por la legislación vigente.

Preferiblemente es recomendable acceder al grado desde la modalidad de Ciencias sociales y Humanidades del bachillerato, sin perjuicio de otras modalidades. Se recomienda también, un nivel de competencia en lengua extranjera, equivalente al nivel B1 del marco común europeo de lenguas.

3.1.a) Normativa y procedimiento general de acceso

En el siguiente enlace se puede acceder a la normativa de la UOC, cuyo Título 1 está dedicado al acceso:

https://seu-electronica.uoc.edu/portal/_resources/ES/documents/seu-electronica/210628_Normativa_academica_UOC_CAST.pdf

Por otro lado, la información general sobre el proceso de matriculación en un grado de la UOC se puede consultar en este enlace: <https://estudios.uoc.edu/es/matricula-grados/>

Por otro lado, la información general sobre el proceso de matriculación en un máster universitario de la UOC se puede consultar en este enlace: [¿Cómo matricarte en másters universitarios? - UOC](#)

En todo caso, se sigue la normativa de acceso y admisión fijada por el RD 412/2014, de 6 de junio, y lo fijado por el RD 822/2021 de 28 de septiembre.

3.1.b) Criterios y procedimiento de admisión a la titulación

No existen pruebas específicas de admisión para este grado.

3.2. Criterios para el reconocimiento y transferencias de créditos

En el siguiente enlace se puede acceder a la normativa de la UOC, cuyo Título 5 está dedicado a la Transferencia y reconocimiento de créditos (se sigue la normativa vigente RD 822/2021 del 28 de septiembre):

https://seu-electronica.uoc.edu/portal/_resources/ES/documents/seu-electronica/210628_Normativa_academica_UOC_CAST.pdf

Por otra parte, la información general sobre el procedimiento de reconocimiento y transferencia de créditos puede consultarse en la siguiente página: <https://estudios.uoc.edu/es/convalidacion-reconocimiento-creditos>

TABLA 3. Criterios específicos para el reconocimiento de créditos

Reconocimiento por enseñanzas superiores no universitarias	<i>Número máximo de ECTS: 60</i>
Reconocimiento por títulos propios	<i>Número máximo de ECTS: 36</i>
Reconocimiento por experiencia profesional o laboral	<i>Número máximo de ECTS: 36</i>

3.3. Procedimientos para la organización de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida

La normativa de la UOC recoge en su artículo 31 y en el capítulo 3 del Título III cómo se regula la movilidad en la UOC.

Por otro lado, el enlace con la información referente a la movilidad de los estudiantes propios es el siguiente:

<https://www.uoc.edu/portal/es/universitat/presencia-global/mobilitat/index.html>

Para ayudar a los estudiantes la tramitación de todas las gestiones relacionadas con las becas Erasmus se han puesto a su disposición las siguientes Guías:

- [Guía Erasmus Grado y Máster Universitario](#)
- [Guía Erasmus Modalidad de Prácticas](#)

El enlace con la información dirigida a los estudiantes de acogida es el siguiente:

<https://www.uoc.edu/portal/es/universitat/presencia-global/mobilitat-in/index.html>

Aparte de los programas de movilidad genéricos, no se prevé ninguna acción específica de movilidad para este programa.

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1. Estructura básica de las enseñanzas

4.1.a) Resumen del plan de estudios

Tabla 4a. Resumen del plan de estudios (estructura semestral)

Curso	Semestre 1	Semestre 2
1	ECTS: 30 Asignaturas: <ul style="list-style-type: none"> ● Lengua y comunicación B ● Fuentes de información y documentación digital B ● Pensamiento creativo B ● Introducción a la publicidad O ● Introducción al periodismo O 	ECTS: 30 Asignaturas: <ul style="list-style-type: none"> ● Iniciativa emprendedora B ● Competencias TIC en comunicación B ● Cultura de la imagen O ● Introducción a las relaciones públicas O ● Introducción al sector audiovisual O
	Semestre 3	Semestre 4
2	ECTS: 30 Asignaturas: <ul style="list-style-type: none"> ● Expresión oral y escrita O ● Comunicación y sociedad B ● Empresa y marketing B ● Ejercicio de la profesión periodística O ● Sistemas y procesos de la publicidad O 	ECTS: 30 Asignaturas: <ul style="list-style-type: none"> ● Audiencias y consumos B ● Régimen jurídico de la comunicación B ● Storytelling y recursos narrativos O ● Sistemas y procesos de las relaciones públicas O ● Inglés B2.1 B
	Semestre 5	Semestre 6
3	ECTS: 30 Asignaturas: <ul style="list-style-type: none"> ● Teorías de la comunicación O ● Creatividad publicitaria O ● Guión audiovisual O ● Técnicas de relaciones públicas O ● Técnicas de redacción periodística O 	ECTS: 30 Asignaturas: <ul style="list-style-type: none"> ● Proyectos audiovisuales O ● Comunicación y contenidos en social media O ● Diseño visual y expresión gráfica O ● Inglés B2.2 O ● Créditos optativos P
	Semestre 7	Semestre 8
4	ECTS: 30 Asignaturas: <ul style="list-style-type: none"> ● Créditos optativos P ● Diseño del trabajo final de grado O 	ECTS: 30 Asignaturas: <ul style="list-style-type: none"> ● Créditos optativos P ● TFG O

B: Básica
O: Obligatoria
P: Optativa

Para facilitar la transversalidad de conocimientos, estimular la interdisciplinariedad científica y dar respuesta a un conjunto de resultados de aprendizaje complementarios de demanda creciente en el mercado laboral, los estudiantes del Grado podrán matricularse de un Mínor. Cada Mínor estará integrado por un conjunto de materias de otras disciplinas que permiten al estudiante desarrollar resultados de aprendizaje distintos de los propios de su titulación. Dichas materias procederán de asignaturas que forman parte de otros grados y su aprendizaje garantiza al estudiante una formación complementaria en otras disciplinas.

La interdisciplinariedad y la transversalidad expresan competencias necesarias en el mundo actual, dado que en la mayor parte de entornos sociales y profesionales las personas deben poner en juego competencias, habilidades y conocimientos que no se limitan a una sola área de conocimiento. En muchos casos, se trata de resultados de aprendizaje que cada persona debe desarrollar por sí misma en función de las necesidades surgidas en cada momento y adaptadas a cada contexto.

La Universidad aprueba periódicamente el catálogo de los *Mínors* disponibles para cada programa de grado y lo publica en el Campus Virtual.

La matrícula de *Mínors* se realiza en los períodos y canales establecidos por la universidad, según lo estipulado en la [normativa académica de la universidad](#), en sus artículos 30, 70 y 80.

Los estudiantes de este grado podrán dedicar entre un mínimo de 12 créditos ECTS y un máximo de 24 créditos ECTS a cursar un *Mínor*.

No es obligatorio por parte de los estudiantes matricularse de la totalidad de las asignaturas que conforman un *minor* en un sólo semestre. Estas asignaturas pueden matricularse en distintos semestres y no se procederá a su incorporación en el expediente del Grado hasta la total superación de las asignaturas que los configuran.

Tabla 4b. Estructura de las menciones

Denominación	Asignaturas	Semestre	Créditos ECTS
<i>Mención en Comunicación audiovisual (48 ECTS)</i>	Diseño y creación sonora	6	6 ECTS
	Realización audiovisual	7	6 ECTS
	Montaje audiovisual	7	6 ECTS
	Taller de audiovisual experimental	8	6 ECTS
	Animación	8	6 ECTS
	Producción y distribución multiplataforma	8	6 ECTS
	Diseño del TFG	7	6 ECTS
	Trabajo final de grado	8	6 ECTS

<i>Mención en Comunicación corporativa y relaciones públicas (48 ECTS)</i>	Organización de eventos y protocolo	7	6 ECTS
	Comunicación de crisis y RSC	8	6 ECTS
	Lobbismo y grupos de influencia	8	6 ECTS
	Comunicación política e institucional	7	6 ECTS
	Comunicación persuasiva en medios digitales	8	6 ECTS
	Taller de proyectos de relaciones públicas	7	6 ECTS
	Diseño del TFG	7	6 ECTS
	Trabajo final de grado	8	6 ECTS
<i>Mención en: Periodismo (48 ECTS)</i>	Periodismo especializado	7	6 ECTS
	Periodismo de investigación y datos	7	6 ECTS
	Infografía y visualización	8	6 ECTS
	Taller de fotografía documental y fotoperiodismo	7	6 ECTS
	Taller de periodismo transmedia	8	6 ECTS
	Información y expresión sonora	8	6 ECTS
	Diseño del TFG	7	6 ECTS
	Trabajo final de grado	8	6 ECTS
<i>Mención en: Publicidad (48 ECTS)</i>	Dirección de cuentas y planificación estratégica	7	6 ECTS
	Planificación de medios publicitarios	7	6 ECTS
	Taller de fotografía publicitaria	6	6 ECTS
	Dirección de arte	8	6 ECTS
	Taller de redacción publicitaria	8	6 ECTS
	Estrategia y gestión de la marca	8	6 ECTS
	Diseño del TFG	7	6 ECTS
	Trabajo final de grado	8	6 ECTS

4.1.b) Plan de estudios detallado

Materia 1: Fundamentos psicosociales de la comunicación	
Número de créditos ECTS	12
Tipología	Básica
Organización temporal	Semestres 3 y 4
Modalidad	Virtual

Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Demostrar el manejo de los principales conceptos empleados en la investigación de la comunicación y sus fundamentos teóricos. • Describir y diferenciar las principales aportaciones que se han hecho desde la sociología y la psicología social al análisis de la comunicación. • Analizar el contexto y los paradigmas comunicativos propios de la sociedad de la información y la sociedad red y en particular los procesos de cambio que la irrupción de Internet ha supuesto en las formas de informar y comunicar. • Identificar y debatir conceptos básicos del estudio sociológico (acción humana, estructura social, control social, consenso, conflicto, cambio social, norma, identidad, estratificación social, institución, poder, ideología). • Examinar y debatir, desde una perspectiva crítica, la construcción de la opinión pública, la cultura participativa y convergencia cultural. • Argumentar la relación que se establece ante los medios de comunicación y las instituciones. • Explicar cómo las prácticas sociales construyen los conceptos y elementos que conforman nuestra realidad. • Comparar diferentes perspectivas teóricas sobre la incidencia de las nuevas tecnologías en la realidad social. • Reconocer, comprender y respetar la diversidad funcional, social, cultural, económica, política, lingüística y de género.
Asignaturas	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en catalán y castellano.</p> <p>Comunicación y sociedad (Básica, Semestre 3 , Ámbito: Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas)</p> <p>Audiencias y consumos (Básica, Semestre 4 , Ámbito: Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas)</p>

Materia 2: Fundamentos jurídicos de la comunicación	
Número de créditos ECTS	6
Tipología	Básica
Organización temporal	Semestre 4
Modalidad	Virtual
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Describir y analizar el régimen jurídico general que regula las actividades de los diferentes profesionales de la comunicación e identificar sus principales normativas. • Reconocer los derechos a la libertad de expresión e información en el ejercicio de la actividad periodística. • Reconocer y emplear las normas que regulan la actividad publicitaria, los supuestos de publicidad ilícita y las consecuencias jurídicas que de ella se derivan. • Examinar los principios básicos en materia de protección de datos de carácter personal y su incidencia en las acciones de publicidad directa que impliquen la recogida y tratamiento de datos personales de terceros.

	<ul style="list-style-type: none"> Reconocer los principios básicos del régimen de protección de los datos de carácter personal y del régimen de protección de la propiedad intelectual. Interpretar contratos y otros documentos relacionados con la propiedad intelectual. Comprender y actuar según los principios éticos que guían el ejercicio profesional, así como según el código deontológico profesional.
Asignaturas	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en catalán y castellano.</p> <p>Régimen jurídico de la comunicación (Básica, Semestre 4, Ámbito: Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas)</p>

Materia 3: Comunicación corporativa

Número de créditos ECTS	42
Tipología	Mixta: 12 ECTS obligatorios, 30 ECTS optativos
Organización temporal	Semestres 2, 5, 7 y 8
Modalidad	Virtual
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> Analizar el valor estratégico de las relaciones públicas como elemento esencial para establecer relaciones con los diversos públicos de una organización. Aplicar los procedimientos y habilidades para elaborar y ejecutar un proyecto de relaciones públicas. Emplear estratégicamente las técnicas de relaciones públicas para planificar e implementar proyectos comunicativos en general y la organización de eventos en particular. Describir y analizar la profunda transformación funcional y conceptual que Internet, en general, y los medios sociales, en particular, han provocado en el ecosistema de las relaciones públicas. Discriminar las líneas de investigación en ceremonial y protocolo como disciplinas vinculadas a la comunicación verbal y no verbal y a las relaciones públicas corporativas. Describir y analizar los fundamentos y la evolución de la comunicación política e institucional y sus funciones técnicas. Describir y analizar el concepto de crisis Emplear el valor profiláctico que aporta la responsabilidad social corporativa como instrumento de relaciones públicas. Planificar el abordaje de una situación de crisis desde su vertiente comunicativa y plasmar esta capacidad a través de un manual de crisis. Organizar y coordinar un programa de formación en gestión de crisis basado en técnicas de simulación. Describir y analizar la función de los grupos de influencia en la construcción europea, así como las diferentes formas de acceso a los poderes públicos de la Unión Europea. Reconocer el fenómeno del lobbismo como una estrategia de las relaciones institucionales, así como su legitimidad y dimensión ética. Dominar y aplicar las diferentes técnicas del lobbismo.

	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar, ejecutar y coordinar proyectos de relaciones públicas en todas sus etapas de desarrollo. • Identificar las características del ejercicio de una práctica profesional orientada a la calidad de los resultados y basada en la sostenibilidad y la responsabilidad social. • Comprender y actuar según los principios éticos que guían el ejercicio profesional, así como según el código deontológico profesional • Relacionarse de manera respetuosa, asertiva y exenta de manifestaciones contrarias a los valores y la dignidad de las personas.
Asignaturas	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en catalán y castellano.</p> <p>Introducción a las relaciones públicas (Obligatoria, Semestre 2)</p> <p>Técnicas de relaciones públicas (Obligatoria, Semestre 5)</p> <p>Organización de eventos y protocolo (Optativa, Semestre 7, Mención:Comunicación corporativa y relaciones públicas)</p> <p>Comunicación política e institucional (Optativa, Semestre 7, Mención:Comunicación corporativa y relaciones públicas)</p> <p>Comunicación de crisis (Optativa, Semestre 8, Mención:Comunicación corporativa y relaciones públicas)</p> <p>Lobbismo y grupos de influencia (Optativa, Semestre 8, Mención:Comunicación corporativa y relaciones públicas)</p> <p>Taller de proyectos de relaciones públicas (Optativa, Semestre 7, Mención: Comunicación corporativa y relaciones públicas)</p>

Materia 4: Fundamentos y procesos de la comunicación	
Número de créditos ECTS	30
Tipología	Obligatoria
Organización temporal	Semestre 1, 2, 3, 4 y 5
Modalidad	Virtual

<p>Resultados del aprendizaje</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar desde una visión crítica de las principales teorías de la comunicación. • Aplicar la terminología y los conocimientos básicos de las teorías de la comunicación. • Analizar obras audiovisuales relevantes. • Interpretar el proceso de comunicación publicitaria y comprender la importancia de la publicidad en los diferentes períodos de su historia. • Diferenciar la publicidad convencional de la no convencional a partir de las características de cada una de ellas. • Describir y analizar la organización y el funcionamiento del sector audiovisual. • Describir y analizar la organización y el funcionamiento del sector de la publicidad. • Describir y analizar la organización y el funcionamiento del sector de las relaciones públicas. • Reconocer las actividades que llevan a cabo los y las profesionales de las relaciones públicas. • Recopilar información actualizada sobre el sector de las relaciones públicas y de la publicidad. • Reconocer, comprender y analizar las causas y efectos de las desigualdades por razón de sexo y género.
<p>Asignaturas</p>	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en catalán y castellano.</p> <p>Teorías de la comunicación (Obligatoria, Semestre 5) Introducción al sector audiovisual (Obligatoria, Semestre 2) Introducción a la publicidad (Obligatoria, Semestre 1) Sistemas y procesos de la publicidad (Obligatoria, Semestre 3) Sistemas y procesos de las relaciones públicas (Obligatoria, Semestre 4)</p>

Materia 5: Estructura y organización de la comunicación

<p>Número de créditos ECTS</p>	<p>18</p>
<p>Tipología</p>	<p>Mixta: 6 ECTS obligatorios, 12 ECTS optativos</p>
<p>Organización temporal</p>	<p>Semestres 6, 7 y 8</p>
<p>Modalidad</p>	<p>Virtual</p>
<p>Resultados del aprendizaje</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Describir y analizar los procesos de producción de audiovisuales y multimedia, en sus diferentes aspectos técnicos, expresivos, organizativos, económicos y humanos. • Planificar la producción de proyectos y producciones audiovisuales y multimedia. • Realizar presupuestos de proyectos y producciones audiovisuales y multimedia. • Evaluar las diferentes formas de organizar y supervisar las fases de la producción audiovisual y multimedia. • Definir el modelo de negocio y opciones de financiación de un proyecto o producción audiovisual.

	<ul style="list-style-type: none"> • Valorar y comparar diferentes medios y soportes de comunicación en función de los resultados que aportan en una acción comunicativa. • Identificar todas las áreas claves en el diseño y la implementación de un plan de medios. • Desarrollar, interpretar, gestionar y valorar un plan de medios. • Seleccionar los datos obtenidos a través de las adecuadas fuentes de información para su correcta aplicación dentro de la estrategia de medios. • Identificar las diferentes fases del proceso de creación, producción y distribución de un producto audiovisual multiplataforma y cross-media. • Reconocer las posibilidades ofrecidas por los soportes basados en Internet o las comunicaciones móviles, tanto a nivel de creación como de financiación y comercialización. • Describir el papel que juega la programación, el estudio de los públicos objetivos y la valoración de las audiencias en la industria televisiva en el contexto de la sociedad red. • Aplicar las normativas legales que afectan al sector de la comunicación. • Identificar las características del ejercicio de una práctica profesional orientada a la calidad de los resultados y basada en la sostenibilidad y la responsabilidad social.
Asignaturas	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en catalán y castellano.</p> <p>Proyectos audiovisuales (Obligatoria, Semestre 6)</p> <p>Planificación de medios publicitarios (Optativa, Semestre 7 , ,Mención: Publicidad)</p> <p>Producción y distribución multiplataforma (Optativa, Semestre 8, Mención: Comunicación audiovisual)</p>

Materia 6: Organización y producción informativa	
Número de créditos ECTS	42
Tipología	Mixta: 6 ECTS básicos, 18 ECTS obligatorios, 18 ECTS optativos
Organización temporal	Semestres 1, 3, 5, 7 y 8
Modalidad	Virtual
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar conceptos fundamentales de la recuperación de información orientada a los sistemas de información. • Reconocer las principales tipologías de fuentes de información haciendo un énfasis especial en el uso de datos de carácter masivo. • Identificar los componentes y las funciones de un sistema de gestión de base de datos y de un sistema de gestión documental. • Identificar los diferentes roles profesionales implicados en el proceso periodístico, así como sus funciones y técnicas. • Analizar el papel del periodismo y de los medios de comunicación como generadores de agenda mediática, política y pública. • Analizar cómo los nuevos formatos transmedia rompen con las barreras tradicionales de los géneros periodísticos.

	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar el peso de la ética en el periodismo, en la generación de opinión pública. • Redactar contenidos para la prensa, la radio, la televisión e internet. • Crear contenidos informativos transmedia • Crear y editar contenidos periodísticos textuales y audiovisuales. • Reconocer y diferenciar diferentes ámbitos de especialización del periodismo, sus particularidades, fuentes y públicos. • Reconocer las rutinas periodísticas y las fases de producción informativa. • Analizar el papel que tiene la audiencia en el proceso productivo y las distintas formas de participación. • Utilizar herramientas técnicas y tecnológicas propias del sector (buscadores generales, especializados y semánticos; bancos de imágenes y contenidos audiovisuales; recursos de edición de audio y video; herramientas de visualización de información, social media, narrativa multimedia, etc.). • Comprender y actuar según los principios éticos que guían el ejercicio profesional, así como según el código deontológico profesional.
Asignaturas	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en catalán y castellano.</p> <p>Fuentes de información y documentación digital (Básica, Semestre 1, Ámbito: Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas)</p> <p>Introducción al periodismo (Obligatoria, Semestre 1)</p> <p>Técnicas de redacción periodística (Obligatoria, Semestre 5)</p> <p>Periodismo de investigación y datos (Optativa, Semestre 7, Mención: Periodismo)</p> <p>Ejercicio de la profesión periodística (Obligatoria, Semestre 3)</p> <p>Periodismo especializado (Optativa, Semestre 7, Mención: Periodismo)</p> <p>Taller de periodismo transmedia (Optativa, Semestre 8, Mención: Periodismo)</p>

Materia 7: Ideación creativa	
Número de créditos ECTS	12
Tipología	Obligatoria
Organización temporal	Semestres 4 y 5
Modalidad	Virtual
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguir los diferentes enfoques conceptuales del estudio de la narración en general y de la narración audiovisual en particular. • Identificar las oportunidades que ofrecen los nuevos medios en el campo de la narración. • Reconocer y aplicar las bases teóricas y conceptuales sobre las que se desarrolla el trabajo de producción de guiones audiovisuales. • Identificar los elementos dramáticos necesarios para la redacción de guiones audiovisuales. • Aplicar los recursos básicos que estructuran el planteamiento de una historia y sus fórmulas dramáticas. • Aplicar las bases metodológicas para la creación de personajes.

	<ul style="list-style-type: none"> Exponer y valorar las diferentes tipologías y modelos existentes de guión audiovisual. Aplicar habilidades narrativas en el diseño de experiencias en diferentes ámbitos de la comunicación.
Asignaturas	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en catalán y castellano.</p> <p>Storytelling y recursos narrativos (Obligatoria, Semestre 4)</p> <p>Guión audiovisual (Obligatoria, Semestre 5)</p>

Materia 8: Creación publicitaria	
Número de créditos ECTS	24
Tipología	Mixta: 6 ECTS básicos, 6 ECTS obligatorios, 12 ECTS optativos
Organización temporal	Semestres 1, 5 y 8
Modalidad	Virtual
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> Identificar y aplicar las claves del pensamiento divergente y lateral. Aplicar deliberada y sistemáticamente, diferentes técnicas creativas. Aplicar el pensamiento creativo en diferentes ámbitos de la comunicación. Dominar los fundamentos teóricos y las técnicas imprescindibles para la creación, desarrollo y producción de ideas publicitarias creativas y eficaces. Abordar con soltura el ejercicio profesional de las tareas creativas en el entorno publicitario actual. Valorar el momento de cambio en la profesión, provocado por una gran saturación publicitaria en los medios tradicionales y el nacimiento de nuevas herramientas publicitarias alternativas. Reconocer la figura y funciones del planificador estratégico en el actual escenario de la comunicación persuasiva. Aplicar conceptos básicos de la planificación estratégica y su argot específico. Comunicar el pensamiento estratégico a través de las herramientas habituales profesionales, como es el documento del briefing creativo (en sus diferentes versiones). Identificar y analizar los elementos fundamentales de los lenguajes publicitarios, sus funciones y la relación con la creatividad Manipular herramientas publicitarias profesionales tanto en el aspecto verbal como en el visual. Dominar los recursos técnicos y tecnológicos propios de la dirección de arte en publicidad, como son la retórica visual, el diseño, la ilustración, la fotografía y el lenguaje audiovisual y multimedia. Producir contenidos creativos, en distintos formatos y formas narrativas, que se adecuen a las singularidades de los medios, canales o plataformas de comunicación, y conecten con sus públicos y audiencias. Identificar las características del ejercicio de una práctica profesional orientada a la calidad de los resultados y basada en la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Asignaturas	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en catalán y castellano.</p> <p>Pensamiento creativo (Básica, Semestre 1, Ámbito: Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas)</p> <p>Creatividad publicitaria (Obligatoria, Semestre 5)</p> <p>Dirección de arte (Optativa, Semestre 8, Mención: Publicidad)</p> <p>Taller de redacción publicitaria (Optativa, Semestre 8, Mención:Publicidad)</p>
-------------	--

Materia 9: Idioma moderno	
Número de créditos ECTS	12
Tipología	Mixta: 6 ECTS básicos, 6 ECTS obligatorios
Organización temporal	Semestres 4 y 6
Modalidad	Virtual
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr un nivel general de competencia en inglés equivalente al nivel B2 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL) • Comunicarse en inglés escrito y hablado sobre aspectos cotidianos. • Comprender textos en inglés escrito y hablado sobre temas de interés general y personal y sobre aspectos de la vida académica y profesional. • Utilizar los recursos disponibles en Internet de una manera autónoma para mejorar y desarrollar las destrezas en lengua inglesa.
Asignaturas	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en inglés.</p> <p>Inglés B2.1 (Básica- Semestre 4, Ámbito: Filología, estudios clásicos, traducción y lingüística)</p> <p>Inglés B2.2 (Obligatoria- Semestre 6)</p>

Materia 10: Expresión audiovisual	
Número de créditos ECTS	24
Tipología	Mixta: 12 ECTS obligatorios, 24 ECTS optativos
Organización temporal	Semestres 2, 6, 7 y 8
Modalidad	Virtual
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar fundamentos conceptuales y teóricos de la cultura, el lenguaje y la sintaxis visual como recurso para el desarrollo de trabajos y proyectos gráficos.

	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar la composición y la experimentación de las diferentes tipologías y métodos de composición gráfica. • Identificar los principales sistemas y modelos que fundamentan los sistemas digitales de creación de gráficos. • Reconocer las características y recursos propios de la imagen digital. • Elaborar programas de identidad gráfica. • Establecer relaciones entre imagen y sonido, así como delimitar las características del fenómeno audiovisual. • Aplicar de forma básica las principales metodologías de lectura de la imagen. • Contrastar diversas manifestaciones de la comunicación audiovisual a lo largo de la historia. • Descodificar los fenómenos contemporáneos de la comunicación audiovisual en el contexto de la historia de la cultura. • Definir las tareas de la realización en el contexto de un proyecto audiovisual durante las diferentes fases de su producción. • Identificar las variables principales de las tareas del realizador en relación al medio y las características del producto audiovisual. • Planificar adecuadamente la utilización de los medios técnicos y creativos en un programa de producción multicámara, grabado o en directo. • Aplicar, desde la perspectiva de la realización, todos los recursos necesarios, técnicos y expresivos, del montaje de imagen y sonido, durante el proceso de la postproducción audiovisual. • Aplicar fundamentos conceptuales y técnicos del lenguaje fotográfico en la construcción de un discurso o proyecto comunicativo. • Proponer, diseñar y desarrollar proyectos prácticos fotográficos en diferentes ámbitos de aplicación de la comunicación: el reportaje, el documental, la publicidad, y el retrato editorial, entre otros. • Reconocer, comprender y analizar las causas y efectos de las desigualdades por razón de sexo y género.
Asignaturas	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en catalán y castellano.</p> <p>Diseño visual y expresión gráfica (Obligatoria, Semestre 6) Cultura de la imagen (Obligatoria, Semestre 2) Realización audiovisual (Optativa, Semestre 7, Mención: Comunicación audiovisual) Taller de fotografía publicitaria (Optativa, Semestre 6, Mención: Publicidad) Taller de fotografía documental y fotoperiodismo (Optativa, Semestre 7, Mención: Periodismo) Infografía y visualización (Optativa, Semestre 8 , Mención: Periodismo)</p>

Materia 11: Expresión oral y escrita

Número de créditos ECTS	12
Tipología	Mixta: 6 ECTS básicos, 6 ECTS obligatorios
Organización temporal	Semestres 1 y 3
Modalidad	Virtual

Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Usar con corrección la lengua con la que vehiculan su trabajo comunicativo. • Aplicar las claves básicas de la comunicación en el uso de la lengua. • Aplicar técnicas y lenguajes propios de los diferentes medios de comunicación. • Adaptar los lenguajes específicos de los medios/soportes y de los públicos objetivo • Reconocer, comprender y respetar la diversidad funcional, social, cultural, econòmica, política, lingüística y de género.
Asignaturas	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en catalán y castellano.</p> <p>Lengua y comunicación (Básica, Semestre 1, Ámbito: Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas)</p> <p>Expresión oral y escrita (Obligatoria, Semestre 3)</p>

Materia 12: Empresa	
Número de créditos ECTS	24
Tipología	Mixta: 12 ECTS básicos, 12 ECTS optativos
Organización temporal	Semestres, 2, 3, 7 y 8
Modalidad	Virtual
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar y aplicar los conceptos, teorías y modelos existentes para analizar la ética y la responsabilidad en la actividad profesional. • Reconocer los puntos fuertes y/o áreas de mejora de los actuales procesos y métodos de trabajo, así como las oportunidades de negocio. • Evaluar los riesgos y las oportunidades vinculados a los procesos de emprendimiento e innovación y seleccionar las áreas de mejora dónde actuar. • Definir y diseñar nuevos proyectos, tanto de creación como de mejora e innovación. • Diferenciar y evaluar una idea de una oportunidad de negocio. • Presentar una idea de forma breve, concisa y convincente. • Conocer los recursos clave para crear una empresa/proyecto emprendedor • Reconocer la utilidad de un plan de empresa, su estructura y contenidos • Conocer la función profesional de la dirección de cuentas publicitario y los métodos de trabajo propios del departamento de cuentas de una agencia de publicidad • Evidenciar las relaciones entre el departamento de cuentas y el resto de departamentos de una agencia de publicidad • Establecer la tipología de anunciantes y cuentas • Analizar la importancia de la planificación de cuentas publicitario dentro de la estrategia de marketing del anunciante • Analizar estratégicamente una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. • Valorar críticamente situaciones empresariales concretas y establecer posibles evoluciones de empresas y mercados.

	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar las etapas que se llevan a cabo en cualquier proceso de investigación de marketing, detallando el contenido y analizando las interacciones que se producen. • Exponer el potencial estratégico que la marca ofrece a las empresas, así como las funciones y beneficios emocionales que recibe el consumidor de la marca; • Determinar la situación de una marca mediante el análisis de su identidad e imagen.
Asignaturas	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en catalán y castellano.</p> <p>Empresa y marketing (Básica, Semestre 3, Ámbito: Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo)</p> <p>Iniciativa emprendedora (Básica, Semestre 2, Ámbito: Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo)</p> <p>Dirección de cuentas y planificación estratégica (Optativa, Semestre 7, Mención: Publicidad)</p> <p>Estrategia y gestión de la marca (Optativa, Semestre 8 , Mención: Publicidad)</p>

Materia 13: Tecnologías de la comunicación

Número de créditos ECTS	12
Tipología	Mixta: 6 ECTS básicos, 6 ECTS obligatorios
Organización temporal	Semestres 2 y 6
Modalidad	Virtual
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar y seleccionar información en la red • Tratar, elaborar, presentar y difundir la información digital • Aplicar estrategias de comunicación en social media • Planificar el trabajo en un entorno virtual • Gestionar un proyecto digital en grupo • Identificar posibilidades de aplicación de los social media en productos, servicios y proyectos de comunicación • Relacionarse de manera respetuosa, asertiva y exenta de manifestaciones contrarias a los valores y la dignidad de las personas
Asignaturas	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en catalán y castellano.</p> <p>Competencias en TIC en Comunicación (Básica, Semestre 2, Ámbito: Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas)</p> <p>Comunicación y contenidos en social media (Obligatoria, Semestre 6)</p>

Materia 14: Tecnologías de los medios audiovisuales

Número de créditos ECTS	36
Tipología	Optativa
Organización temporal	Semestres 6, 7 y 8
Modalidad	Virtual
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar los principales fundamentos de la tecnología de captación, tratamiento, reproducción, conservación y recuperación de imagen y/o sonido. • Reconocer y explicar todas las fases de la sonorización audiovisual (captación, edición, procesado, mezcla, reproducción) y conocer todos los profesionales que intervienen. • Identificar los dispositivos que pueden formar parte de la cadena de sonido digital, sus interfaces y conexiones. • Aplicar y experimentar con las posibilidades de creación y edición de sonido digital. • Aplicar el montaje como recurso técnico, expresivo y narrativo en la producción audiovisual o en la producción informativa • Situar los hitos, autores y obras claves de la historia del montaje cinematográfico • Conocer los diferentes contextos de la videocreación (arte contemporáneo, cultura visual digital) • Analizar críticamente el conjunto de manifestaciones del videoarte o videocreación. • Desarrollar un discurso audiovisual creativo y experimental propio • Analizar el el amplio espectro de los medios digitales formatos y estrategias de comunicación interactiva y persuasiva que adoptan las empresas y organizaciones. • Planificar, realizar, ejecutar, seguir y controlar en su totalidad una campaña de comunicación persuasiva en medios digitales. • Conocer y aplicar en un proyecto audiovisual los fundamentos conceptuales y técnicos de la animación. • Identificar las características del lenguaje sonoro y aplicar los distintos recursos sonoros para informar • Conocer los diferentes formatos sonoros y su utilidad en el relato periodístico.
Asignaturas	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en catalán y castellano.</p> <p>Diseño y creación sonora (Optativa, Semestre 6, Mención: Comunicación audiovisual)</p> <p>Montaje audiovisual (Optativa, Semestre 7, Mención: Comunicación audiovisual)</p> <p>Taller de audiovisual experimental (Optativa, Semestre 8, Mención: Comunicación audiovisual)</p> <p>Comunicación persuasiva en medios digitales (Optativa, Semestre 8, Mención: <i>Comunicación corporativa y relaciones públicas</i>)</p> <p>Animación (Optativa, Semestre 8, Mención: Comunicación audiovisual)</p> <p>Información y expresión sonora (Optativa, Semestre 8, Mención: Periodismo)</p>

Materia 15: Prácticum	
Número de créditos ECTS	12
Tipología	Optativa
Organización temporal	Semestre 7
Modalidad	Virtual
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar protocolos, procesos y normativas propias del mundo profesional de la comunicación. • Conectar los intereses académicos con el mundo profesional. • Aplicar conceptos, procedimientos y principios éticos profesionales para idear, planificar, ejecutar y evaluar proyectos y productos comunicativos reales. • Tomar decisiones y negociar soluciones en el marco de un equipo de trabajo. • Analizar la propia práctica profesional desde una perspectiva crítica buscando la mejora profesional continua. • Comprender y actuar según los principios éticos que guían el ejercicio profesional, así como según el código deontológico profesional.
Asignaturas	Esta asignatura es de 12 ECTS y se imparte en catalán y castellano. Practicum (Optativa, Semestre 7)

Materia 16: Trabajo Final de Grado	
Número de créditos ECTS	12
Tipología	Trabajo Final de Grado
Organización temporal	Semestres 7 y 8
Modalidad	Virtual
Resultados del aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar conocimientos de búsqueda, selección y gestión de información en la elaboración de un proyecto profesional. • Analizar y extraer conocimiento de la literatura especializada en el ámbito de la comunicación. • Proponer y elaborar un proyecto de comunicación, fundamentado en evidencias teóricas y/o empíricas. • Presentar, argumentar y defender los resultados de un proyecto de investigación o de carácter profesionalizador de autoría propia. • Mostrar y evidenciar una actitud ética, honesta y cívica en el trabajo académico, evitando cualquier uso indebido de trabajo de terceros.

	<ul style="list-style-type: none"> Resolver en los propios textos académicos o de investigación dilemas de reconocimiento y atribución de ideas y trabajos, en base a la ética y la integridad del trabajo intelectual.
Asignaturas	<p>Todas las asignaturas son de 6 ECTS y se imparten en catalán y castellano.</p> <p>Diseño del Trabajo Final de Grado (Trabajo Final de Grado, Semestre 7) Trabajo Final de Grado (Trabajo Final de Grado, Semestre 8)</p> <p>Ambas asignaturas se pueden asociar a las menciones descritas.</p>

A continuación se incorpora una tabla que pone en relación los resultados de aprendizaje del grado con las materias de la titulación:

TABLA RESULTADOS DE APRENDIZAJE POR MATERIA																					
Materia	K1	K2	K3	K4	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	C1	C2	C3	C4	C5	C6
Materia 1: Fundamentos psicosociales de la comunicación	X	X					X	X					X								
Materia 2: Fundamentos jurídicos de la comunicación				X			X													X	
Materia 3: Comunicación corporativa	X	X		X	X		X	X	X	X		X	X		X	X	X	X		X	X
Materia 4: Fundamentos y procesos de la comunicación	X	X		X			X	X	X	X					X	X	X	X		X	X
Materia 5: Estructura y organización de la comunicación	X	X	X		X		X	X	X	X		X	X	X		X	X	X		X	
Materia 6: Organización y producción informativa	X	X		X	X		X	X	X	X	X	X			X	X		X		X	X
Materia 7: Ideación creativa		X			X			X	X	X				X	X	X				X	
Materia 8: Creación publicitaria	X				X		X	X	X	X		X	X	X	X	X		X		X	X
Materia 9: Idioma moderno						X															
Materia 10: Expresión audiovisual		X	X				X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X		X	X
Materia 11: Expresión oral y escrita								X	X	X											
Materia 12: Empresa	X	X	X		X		X	X		X		X	X		X	X	X	X	X	X	
Materia 13: Tecnologías de la comunicación					X		X	X	X	X	X	X	X		X			X			X
Materia 14: Tecnologías de los medios audiovisuales	X	X			X		X	X	X	X	X			X	X	X		X		X	X
Materia 15: Prácticum	X				X		X	X	X	X		X				X	X	X	X	X	
Materia 16: Trabajo Final de Grado	X	X	X				X	X								X	X			X	X

4.2. Actividades y metodologías docentes

4.2.a) Materias básicas, obligatorias y optativas

Tipologías y actividades formativas

<p>Búsqueda, selección y gestión de la información Implica la realización de tareas relacionadas con la definición de la búsqueda y la selección y el uso de buscadores o sistemas de obtención de información, así como de herramientas de gestión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Recopilación de noticias ● Uso de internet con el fin de buscar información ● Uso de técnicas avanzadas de búsqueda (booleana, comillas y operadores lógicos y matemáticos) ● Uso de bases de datos científicas ● Lista de bibliografía o webgrafía ● Selección y organización de información o fuentes relevantes sobre un tema específico ● Uso de marcadores sociales ● Uso de gestores bibliográficos ● Análisis y evaluación de las fuentes o de la información buscada
<p>Presentación y difusión de la información Desarrollo de habilidades comunicativas para la presentación de información. Requiere conocer el vocabulario del ámbito de trabajo y adecuarlo al público objetivo, estructurar y ordenar el texto o discurso y proporcionar informaciones claras sobre un determinado tema. También incluye tareas de clasificación, etiquetado y difusión de la información, teniendo en cuenta las características de los diferentes medios y públicos objetivos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Elaboración de una presentación ● Redacción de una entrada de blog ● Intervención en una red social ● Redacción de un artículo para un congreso o revista ● Elaboración de un informe ● Creación de una página web, blog, wiki, etc. ● Exposición
<p>Síntesis o resumen Presentación de las ideas o los aspectos clave de un recurso o una temática. Implica aplicar procedimientos, reglas o principios adecuados para sintetizar información.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Esquema ● Mapa conceptual ● Reseña de un libro, artículo o publicación ● Intervención en un debate ● Elaboración de una presentación ● Elaboración de un glosario ● Presentación formato Pecha Kucha ● Comprensión lectora
<p>Análisis crítico Implica la realización de tareas que demuestren que los estudiantes comprenden un contenido o tema y son capaces de extraer conclusiones y contrastarlas, o bien tomar una posición o decisión argumentada sobre el tema analizado, entre otros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Comentario de texto ● Recensión ● Justificación teórica ● Análisis del discurso ● Comentario de una noticia o artículo ● Valoración de un texto científico ● Elaboración de una crítica ● Extracción de conclusiones ● Elaboración de un DAFO

<p>Fundamentació teòrica o empírica Implica desenvolupar, de manera sistemàtica i razonada, el conjunt de idees, conceptes, nocions, postulats, enfocaments, problemàtiques o bases empíriques que enmarquen i sostenen el treball realitzat. Inclou oferir informació teòrica o empírica de la perspectiva assumida per l'autor o autora, a partir de la qual interpreta la elaboració de su treball.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboració de un marc teòric • Reflexió escrita sobre una teoria • Definició de un concepte • Descripció de una metodologia científica • Ús de referències bibliogràfiques de acord amb el tema de estudi
<p>Estudi i resolució de un cas Descripció contextualitzada de una situació basada en fets reals que requereix una o més respostes o bé serveix com a punt de partida per a l'anàlisi, la reflexió o la discussió.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicació de un model o protocol de intervenció • Relació de los coneixements teòrics amb el cas de aplicació • Valoració del context • Estudi comparatiu • Disseny de una acció de intervenció • Toma de decisions • Planificació de processos
<p>Tècniques de recollida de dades Consiste en aplicar tècniques de recollida de dades quantitatives i qualitatives.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboració de una entrevista • Redacció de una història de vida • Elaboració de una enquesta o de un qüestionari • Visualització de dades • Elaboració de mesures • Disseny de una discussió de grup
<p>Realització de un treball o projecte El estudiant desenvolupa habilitats i treballa coneixements per elaborar un treball o projecte en les fases de preparació, planificació, realització i anàlisi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboració de un producte final • Elaboració de un informe • Definició de la estructura o el guió de un projecte • Disseny de un prototip
<p>Discussió dirigida Discussió en torn a una qüestió plantejada, de acord amb una dinàmica prevista, que un moderador condueix i dinamitza.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Debate • Discussió en grups petits o grans • Lluvia de idees
<p>Elaboració de continguts en diferents formats Demostració de los coneixements i habilitats adquirits a partir de la conceptualització o la ideació de un producte o treball original per part de los estudiants.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboració de un podcast o vídeo • Redacció de una memòria • Construcció de prototips • Elaboració de una web, blog o wiki

Metodologies docents de esta titulació

Las estrategias metodológicas que expondremos a continuación no son excluyentes entre sí, es decir,

en una misma asignatura pueden coexistir varias estrategias.

Aprender haciendo o aprendizaje e (<i>Learning by doing</i>)	Se fundamenta en el aprendizaje activo del estudiante. Se promueve por medio de la experimentación y de la práctica, y las metas se establecen más allá de las calificaciones. Se trata de proponer una manera natural de aprender y de adquirir las habilidades necesarias.
Trabajo por proyectos	Nuevamente hace referencia a un aprendizaje activo y contextualizado, centrado en el estudiante, en el que se propone un proyecto o problema que hay que desarrollar, basado en el mundo real o profesional. Se trata de una metodología que implica un proceso de aprendizaje complejo. Puede implicar la interconexión de conocimientos de diferentes disciplinas, asignaturas o estudios.
Aprendizaje autónomo	Se facilitan al estudiante los recursos necesarios para que autorregule su proceso de aprendizaje. Se trata de un aprendizaje personal que se enmarca en una comunidad de aprendizaje (el aula), con un facilitador que acompaña el proceso. El objetivo del estudiante es aprender a aprender.
Debate	Metodologías participativas que promueven la capacidad de reflexión y la capacidad crítica, a través de actividades de discusión y de trabajo en equipo.
Aprendizaje basado en problemas	Se propone a los estudiantes un problema, que permite diversas soluciones, sobre el que deben investigar.
Trabajo cooperativo	Los estudiantes llevan a cabo una actividad, basada en un objetivo común, en la que deben colaborar activamente para realizarla.

4.2.b) Prácticas académicas externas (obligatorias)

En este grado no se contemplan prácticas externas obligatorias. En el anexo se adjunta información sobre la asignatura optativa de Prácticum, de 12 ECTS.

4.2.c) Trabajo de fin de Grado o Máster

El Trabajo final de grado (TFG) es el resultado final y natural del proceso de aprendizaje realizado por el estudiante durante sus estudios, donde convergen los resultados de aprendizaje adquiridos.

La temática y ámbito concreto del TFG se trabajará en la asignatura de Diseño del TFG. A través de las orientaciones propuestas por los profesores de la asignatura, el tutor del TFG y las propias preferencias del estudiante, éste propondrá y elaborará una propuesta planificada de trabajo en el ámbito de la comunicación.

El resultado final del TFG puede presentar diferentes tipologías formales: estado de la cuestión sobre un tema, proyecto de investigación, fundamentación de un proyecto de innovación o emprendeduría, elaboración de un

proyecto vinculado a la mejora del entorno profesional del estudiante, etc. Independientemente de su tipología se considera como requisito indispensable de un Trabajo Final de Grado de Comunicación que tenga un enfoque integrador y que evidencie claramente el nivel y variedad de competencias exigido por la titulación.

Durante todo el proceso del TFG el estudiante contará con el soporte y orientación de un docente experto en el área de conocimiento del trabajo. El TFG se defenderá en acto público.

4.3. Sistemas de evaluación

Los sistemas de evaluación propuestos incorporan una serie de elementos que aseguran el nivel de calidad y exigencia requerido, y que cumplen a su vez con el Marco para el aseguramiento de la calidad de la evaluación en línea del proyecto TESLA, que tenía como objetivo definir y desarrollar un sistema de evaluación en línea (e-assessment) en que se autentifique a los estudiantes y se garantice la autoría de las actividades de aprendizaje (exámenes, ejercicios, trabajos, etc.) en entornos de aprendizaje en línea, utilizando las principales y más avanzadas tecnologías para garantizar la integridad de la evaluación evitando el fraude en la identidad y autoría en las pruebas de evaluación.

4.3.a) Evaluación de las materias básicas, obligatorias y optativas

Sistemas de evaluación propios de esta titulación

1. Pruebas de evaluación continua, cuya nota se desprende de la realización de las actividades formativas anteriormente detalladas
2. Pruebas de Síntesis
3. Exámenes

El modelo de evaluación se centra en la evaluación continua (EC) y puede contemplar evaluación final (EF). La EC, consiste en la realización y superación de actividades/pruebas (PEC) establecidas en el plan docente, por medio de las cuales se asegura la consecución de los resultados de aprendizaje de la titulación de manera progresiva, y los definidos para cada asignatura. Estas pruebas plantean actividades con situaciones que los estudiantes deben resolver y están diseñadas para lograr los resultados de aprendizaje que figuran en el plan docente, ajustándose a los contenidos, habilidades, competencias y carga docente de cada asignatura. Dependiendo del resultado de aprendizaje, las PEC se diseñan a través del desarrollo de actividades que pueden englobarse en las distintas tipologías descritas anteriormente en el apartado 4.2. Actividades y metodologías docentes. El enfoque que poseen el conjunto de las actividades va desde el más teórico y reflexivo hasta el eminentemente práctico, con el objetivo de obtener un resultado aplicado lo más próximo posible al que se obtendría en un ejercicio profesional real.

En caso de existir, la evaluación final se lleva a cabo al final del semestre. Existen dos tipos de pruebas finales: la Prueba de síntesis (PS), para evaluar a los estudiantes que han superado la evaluación continua (EC), con una duración máxima de 1 hora. Y el Examen (EX) para evaluar la consecución de los resultados de aprendizaje de la asignatura de forma completa, y con duración máxima de 2 horas.

Para determinar los sistemas de evaluación en cada asignatura se presta especial atención a los aspectos pedagógicos y se aplican métodos innovadores mediante los que se garantiza que los estudiantes alcanzan los

resultados de aprendizaje. Asimismo se toman en cuenta los aspectos técnicos para asegurar un proceso de evaluación eficaz y riguroso.

Para verificar la identidad en las pruebas y la autoría de las actividades, la UOC aplica sistemas de reconocimiento de la identidad. A estos efectos, se exige al estudiante que se identifique mediante documento oficial, así como el uso de micrófono, cámara u otras herramientas durante la evaluación. Para la prevención y la detección del plagio se hace uso de tecnologías avanzadas, así como otras estrategias para verificar la autoría.

El artículo 113 de la [normativa académica](#) recoge los casos considerados conductas irregulares que pueden dar lugar a la incoación de procedimiento disciplinario.

La universidad revisa sistemáticamente la eficacia de los mecanismos que permiten asegurar el rigor de la evaluación y los resultados académicos para aplicar mejoras.

4.3.b) Evaluación de las Prácticas académicas externas (obligatorias)

En este grado no se contemplan prácticas externas obligatorias. En el anexo se adjunta información sobre la asignatura optativa de Prácticum, de 12 ECTS.

4.3.c) Evaluación del Trabajo de fin de Grado o Máster

Los trabajos finales son objeto de defensa pública ante una comisión de evaluación. El [título IV de la normativa](#) regula los trabajos finales.

La comisión de evaluación está integrada por dos o tres miembros. Su composición queda recogida en el artículo 63 de la normativa.

En el día y la hora asignados, el estudiante deberá presentarse ante la Comisión Evaluadora, la cual deberá ratificar su identidad.

La defensa tiene dos fases: Una primera de exposición oral asíncrona en el marco del aula y una segunda síncrona y pública de formulación de preguntas por parte de la comisión de evaluación a las que el alumnado tiene que contestar. Las respuestas pueden dar lugar a réplica por parte de la comisión si se consideran insuficientes.

La nota final del trabajo se calcula teniendo en consideración las siguientes tres partes:

- a. El proceso de elaboración.
- b. La memoria o producto final.
- c. La presentación y defensa del TF.

La figura del tutor/a y sus funciones, quedan recogidas en el artículo 61 de la normativa. El tutor/a del TF evaluará el proceso de elaboración del TF y la memoria o producto final. La Comisión Evaluadora del TF evaluará la memoria o producto final, la presentación y la defensa del estudiante.

4.4. Estructuras curriculares específicas

Este programa no incorpora ninguna estructura curricular específica.

5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

5.1. Perfil básico del profesorado

5.1.a) Descripción de la plantilla de profesorado del título

La estructura académica de la UOC se compone de tres perfiles:

Personal docente e investigador permanente,⁴ que lleva a cabo actividad docente y desarrolla el resto de las actividades propias del profesorado universitario; actividad investigadora y de transferencia de conocimiento.

En el caso de la UOC, se corresponde con el profesorado propio, con dedicación a tiempo completo, de manera indefinida y en dedicación de exclusividad.

El profesorado propio es el máximo responsable académico de los programas y asignaturas; impulsa y dirige la actividad docente no presencial, crea y planifica el plan docente, los contenidos de las materias y los materiales docentes, velando en todo momento por la coordinación del proceso de aprendizaje de los estudiantes y la calidad de la formación. Es referente en metodología docente virtual y participa y lidera actividades de investigación, transferencia e innovación.

El profesorado propio de la UOC se estructura de acuerdo a las posiciones siguientes: profesorado lector, agregado, catedrático y sénior, cuyos perfiles se describen en la [Política de Personal académico](#). En dicho documento se concretan los elementos de experiencia académica y méritos que permiten una progresión profesional, debidamente acreditada por los procedimientos establecidos en el sistema universitario.

Personal docente no permanente, que lleva a cabo actividad docente, dispone de una reconocida experiencia y competencia profesional en ámbitos no estrictamente académicos; y complementa los ámbitos de especialización del profesorado propio.

En el caso de la UOC, se corresponde con el profesorado experto profesional.

Personal docente de apoyo a la docencia: profesionales expertos en diferentes disciplinas que combinan su actividad profesional principal con la docencia en la UOC; intervienen en la atención docente que recibe el estudiantado bajo la coordinación del profesorado propio. En el caso de la UOC, corresponde al profesorado asociado y profesorado colaborador.

El profesorado asociado participa en la actividad docente y en diferentes funciones de apoyo educativo, según las necesidades académicas.

El profesorado colaborador asume funciones de acompañamiento docente del estudiantado, se ocupa de la resolución de sus dudas, dinamización de debates, proporciona un retorno o feedback al estudiante, y cohesiona los procesos de aprendizaje del estudiante con una actitud proactiva.

A continuación se recoge la equivalencia de las categorías de la plantilla del personal docente investigador (profesorado propio) y personal docente no permanente (profesorado experto profesional) con su correspondencia en la aplicación:

Ayudante (UOC) = Ayudante

⁴ Transitoriamente, se reconoce la categoría de ayudante, para aquel profesorado cuya vinculación contractual es de carácter permanente pero no ha consolidado el título de doctor.

Lector (UOC) = Profesor Contratado Doctor
Agregado (UOC) = Profesor Agregado
Catedrático (UOC) = Catedrático de universidad
Senior (UOC) = Catedrático de universidad
Experto profesional (UOC) = Profesorado Asociado

Esta titulación forma parte de la oferta formativa de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, cuyo profesorado consta en el portal de la Universidad ([enlace web](#)). El resumen de la trayectoria investigadora y principales méritos académicos constan en el currículum individual del profesorado de los Estudios.

Experiencia en entornos de enseñanza virtual.

El Personal docente e investigador (profesorado propio) y personal docente no permanente (profesorado experto profesional) de nueva incorporación, recibe una formación (acorde al proceso PO09 del SGIQ) diseñada y pensada para ofrecer variabilidad de situaciones donde experimentar estrategias de aprendizaje en línea variadas. La formación combina la modalidad de autoformación con el acompañamiento a través de un formador experimentado, quien guía con la metodología propia de la UOC, haciendo uso de los diferentes espacios, herramientas y recursos disponibles en el Campus Virtual de la Universidad.

El personal docente de apoyo a la docencia de nueva incorporación recibe formación (acorde al proceso PO12 del SGIQ) que tiene por objetivo dar una visión global y completa de la dinámica docente. Se tratan todos los aspectos fundamentales para garantizar una docencia en línea de calidad, incluyendo competencias básicas necesarias para interactuar con el estudiantado. Asimismo, la universidad proporciona de manera continuada recursos con información del entorno del aula virtual y el proceso de evaluación de los estudiantes, con las últimas tendencias pedagógicas y tecnológicas.

Cabe mencionar, que en el proceso de selección del profesorado (acorde a los procesos PO08 Y PO11 del SGIQ), y con independencia de su perfil, forman parte de los criterios de reclutamiento; la experiencia en coordinación y organización de grupos virtuales o presenciales, y la experiencia en gestión universitaria y en el uso de recursos TIC aplicados a la formación.

5.1.b) Estructura de profesorado

Tabla 6. Resumen del profesorado asignado al título

Nota previa: Esta dimensión incluye la información del profesorado propio y profesorado experto profesional, vinculado a la titulación. El profesorado propio y profesorado experto profesional desarrolla la actividad docente y dispone de méritos de investigación en los ámbitos concretos de las materias de la titulación.

Categoría	Núm.	ECTS (%)	Doctores/as (%)	Acreditados/as (%)	Sexenios	Quinquenios
Permanentes 1	29	99%	100%	86%	33	40

Permanentes 2	2	1%	0%	0%	0	2
Lectores						
Asociados						
Otros						
Total	31	100%	94%	81%	33	42

Permanentes 1: profesorado permanente para el que es necesario ser doctor (CC, CU, CEU, TU, agregado y asimilables en centros privados).

Permanentes 2: profesorado permanente para el que no es necesario ser doctor (TEU, colaboradores y asimilables en centros privados).

Otros: profesorado visitante, becarios, etc.

El profesorado funcionario (CU, TU, CEU y TEU) se considerará acreditado.

5.2. Perfil detallado del profesorado

5.2.a) Detalle del profesorado asignado al título por ámbito de conocimiento

Nota previa: Esta dimensión incluye la información del profesorado propio y profesorado experto profesional, vinculado a la titulación. El profesorado propio y profesorado experto profesional desarrolla la actividad docente y dispone de méritos de investigación en los ámbitos concretos de las materias de la titulación.

Tabla 7a. Detalle del profesorado asignado al título por ámbitos de conocimiento.

En la Universitat Oberta de Catalunya el profesorado asume entre 36 y 42 créditos en calidad de Profesorado Responsable de Asignatura (PRA)

Área o ámbito de conocimiento 1: 040 BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN	
Número de profesores/as	4
Número y % de doctores/as	4 (100%)
Número y % de acreditados/as	4 (100%)
Número de profesores/as por categorías	Permanente 1 AGREGADO/A - 4
Materias / asignaturas	Comunicación persuasiva en medios digitales Comunicación política e institucional Empresa y marketing Expresión oral y escrita Fuentes de información y documentación digital Lengua y comunicación Lobbismo y grupos de influencia Taller de proyectos de relaciones públicas Trabajo Final de Grado
ECTS impartidos (previstos)	49,5

Profesorado potencial	8
Área o ámbito de conocimiento 2: 075 CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL	
Número de profesores/as	1
Número y % de doctores/as	1 (100%)
Número y % de acreditados/as	1 (100%)
Número de profesores/as por categorías	Permanente 1 LECTOR
Materias / asignaturas	Animación
ECTS impartidos (previstos)	6
Profesorado potencial	17
Área o ámbito de conocimiento 3: 105 COMUNICACIÓN AUDIO-VISUAL Y PUBLICIDAD	
Número de profesores/as	12
Número y % de doctores/as	12 (100%)
Número y % de acreditados/as	9 (75%)
Número de profesores/as por categorías	Permanente 1 AGREGADO/A - 7 Permanente 1 LECTOR - 5

	<p>Audiencias y consumos Comunicación de crisis y RSC Comunicación y sociedad Creatividad publicitaria Cultura de la imagen Dirección de arte Diseño del Trabajo de Fin de Grado Diseño y creación sonora Diseño visual y expresión gráfica Guión audiovisual Introducción a la publicidad Introducción a las relaciones públicas Introducción al sector audiovisual Organización de actos y protocolo Pensamiento creativo Planificación de medios publicitarios Prácticum Producción y distribución multiplataforma Proyectos audiovisuales Realización audiovisual Régimen jurídico de la comunicación Sistemas y procesos de la publicidad Sistemas y procesos de las relaciones públicas Storytelling: recursos narrativos Taller de audiovisual experimental Taller de fotografía documental y fotoperiodismo Taller de fotografía publicitaria Taller de redacción publicitaria Técnicas de relaciones públicas Trabajo Final de Grado Estrategia y gestión de la marca</p>
Materias / asignaturas	
ECTS impartidos (previstos)	187,5
Profesorado potencial	16
Área o ámbito de conocimiento 4: 185 DIBUJO	
Número de profesores/as	1
Número y % de doctores/as	0
Número y % de acreditados/as	0
Número de profesores/as por categorías	Permanente 2 AYUDANTE
Materias / asignaturas	Infografía y visualización

ECTS impartidos (previstos)	3
Profesorado potencial	2
Área o ámbito de conocimiento 5: 195 DIDÁCTICA DE LA LENGUA Y LA LITERATURA	
Número de profesores/as	3
Número y % de doctores/as	2 (67%)
Número y % de acreditados/as	2 (67%)
Número de profesores/as por categorías	Permanente 1 AGREGADO/A- 1 Permanente 1 LECTOR- 1 Permanente 2 LECTOR- 1
Materias / asignaturas	Inglés B2.1 Inglés B2.2
ECTS impartidos (previstos)	12
Profesorado potencial	9
Área o ámbito de conocimiento 6: 215 DIDÁCTICA Y ORGANIZACIÓN ESCOLAR	
Número de profesores/as	1
Número y % de doctores/as	1 (100%)
Número y % de acreditados/as	1 (100%)
Número de profesores/as por categorías	Permanente 1 AGREGADO/A
Materias / asignaturas	Competencias TIC en Comunicación
ECTS impartidos (previstos)	6
Profesorado potencial	17
Área o ámbito de conocimiento 7: 375 FILOSOFÍA	
Número de profesores/as	1
Número y % de doctores/as	1 (100%)
Número y % de acreditados/as	1 (100%)
Número de profesores/as por categorías	Permanente 1 LECTOR
Materias / asignaturas	Dirección de arte Montaje audiovisual
ECTS impartidos (previstos)	9
Profesorado potencial	4

Área o ámbito de conocimiento 8: 625 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN Y DIAGNÓSTICO EN EDUCACIÓN	
Número de profesores/as	1
Número y % de doctores/as	1 (100%)
Número y % de acreditados/as	1 (100%)
Número de profesores/as por categorías	Permanente 1 AGREGADO/A
Materias / asignaturas	Infografía y visualización
ECTS impartidos (previstos)	6
Profesorado potencial	2
Área o ámbito de conocimiento 9: 650 ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	
Número de profesores/as	1
Número y % de doctores/as	1 (100%)
Número y % de acreditados/as	1 (100%)
Número de profesores/as por categorías	Permanente 1 LECTOR
Materias / asignaturas	Iniciativa emprendedora
ECTS impartidos (previstos)	6
Profesorado potencial	26
Área o ámbito de conocimiento 10: 675 PERIODISMO	
Número de profesores/as	3
Número y % de doctores/as	3 (100%)
Número y % de acreditados/as	3 (100%)
Número de profesores/as por categorías	Permanente 1 AGREGADO/A - 2 Permanente 1 LECTOR - 1
Materias / asignaturas	Ejercicio de la profesión periodística Introducción al periodismo Periodismo de investigación y datos Periodismo especializado Taller de periodismo transmedia Técnicas de redacción periodística Información y expresión sonora
ECTS impartidos (previstos)	42

Profesorado potencial	3
Área o ámbito de conocimiento 11: 775 SOCIOLOGÍA	
Número de profesores/as	2
Número y % de doctores/as	2 (100%)
Número y % de acreditados/as	2 (100%)
Número de profesores/as por categorías	Permanente 1 AGREGADO/A - 2
Materias / asignaturas	Comunicación y contenidos en social media Dirección de cuentas y planificación estratégica Teorías de la comunicación
ECTS impartidos (previstos)	18
Profesorado potencial	12

Tabla 7b (opcional). Detalle del profesorado asignado al título.

Nota previa: Esta dimensión incluye la información del profesorado propio y profesorado experto profesional, vinculado a la titulación.

Profesor/a 1: Appel , Marie Christine	
Ámbito o área de conocimiento	195 DIDÁCTICA DE LA LENGUA Y LA LITERATURA
Categoría	Permanente 1 AGREGADO/A
Doctorado	Si- Doctorado Lingüística Aplicada
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2011) Acreditación investigación (AQU, 2021)
Materias o asignaturas en las que participará	Inglés B2.1 Inglés B2.2
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	5
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 2 . Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 1 Tramo de innovación (UOC): 1
Profesor/a 2: Aranda Juarez, Daniel	
Ámbito o área de conocimiento	105 COMUNICACIÓN AUDIO-VISUAL Y PUBLICIDAD

Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado en Comunicación audiovisual
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2009) Acreditación investigación (AQU, 2014)
Materias o asignaturas en las que participará	Diseño y creación sonora Guión audiovisual
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	12
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 2 . Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 2
Profesor/a 3: Bernal Triviño, Ana Isabel	
Ámbito o área de conocimiento	675 PERIODISMO
Categoría	<i>Permanente 1 LECTOR</i>
Doctorado	Si Doctorado en Periodismo (globalización en el espacio cultural ibero -estadounidense)
Acreditación	Si Acreditación Ayudante Doctor (ANECA, 2013)
Materias o asignaturas en las que participará	Periodismo especializado Técnicas de redacción periodística
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	12
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación:
Profesor/a 4: Blasco Soplón, Laia	
Ámbito o área de conocimiento	185 DIBUJO
Categoría	<i>Permanente 2 AYUDANTE</i>
Doctorado	No Licenciatura en Bellas Artes
Acreditación	No
Materias o asignaturas en las que participará	Infografía y visualización
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	3

Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos docentes : 1
Profesor/a 5: Bourdin Kreitz, Pierre	
Ámbito o área de conocimiento	075 CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL
Categoría	<i>Permanente 1 LECTOR</i>
Doctorado	Si Doctorado en Realidad virtual
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2021)
Materias o asignaturas en las que participará	Animación
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	6
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 1 . Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 1
Profesor/a 6: Clares Gavilán, Judith	
Ámbito o área de conocimiento	105 COMUNICACIÓN AUDIO-VISUAL Y PUBLICIDAD
Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado en Política, medios de comunicación y sociedad
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2019)
Materias o asignaturas en las que participará	Introducción al sector audiovisual Proyectos audiovisuales Régimen jurídico de la comunicación Trabajo Final de Grado
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	19,5
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 1 . Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 2
Profesor/a 7: Clua Infante, Ana Maria	
Ámbito o área de conocimiento	675 PERIODISMO
Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>

Doctorado	Si Doctorado en Ciencias de la Información (Periodismo)
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2005)
Materias o asignaturas en las que participará	Periodismo de investigación y datos Taller de periodismo transmedia
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	12
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 1 . Sexenio vivo: No Tramos docentes : 1
Profesor/a 8: Compte Pujol, Marc	
Ámbito o área de conocimiento	105 COMUNICACIÓN AUDIO-VISUAL Y PUBLICIDAD
Categoría	<i>Permanente 1 LECTOR</i>
Doctorado	Si Doctorado en Estudios avanzados de comunicación
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2017)
Materias o asignaturas en las que participará	Creatividad publicitaria Introducción a la publicidad Pensamiento creativo Taller de redacción publicitaria
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	24
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 1 . Sexenio vivo: Si
Profesor/a 9: Creus , Amalia Susana	
Ámbito o área de conocimiento	105 COMUNICACIÓN AUDIO-VISUAL Y PUBLICIDAD
Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado en Educación artística: enseñanza y aprendizaje de las artes visuales (bellas artes)
Acreditación	Si Acreditación Ayudante Doctor (ANECA, 2013) Acreditación lector (AQU, 2015)

Materias o asignaturas en las que participará	Diseño del Trabajo de Fin de Grado Practicum Taller de fotografía publicitaria Taller de fotografía documental y fotoperiodismo Trabajo Final de Grado
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	25,5
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 2 . Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 1 Tramos dirección académica (Evaluación calidad dirección de programa): 1
Profesor/a 10: Estanyol Casals, Elisenda	
Ámbito o área de conocimiento	105 COMUNICACIÓN AUDIO-VISUAL Y PUBLICIDAD
Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado en Publicidad y relaciones públicas
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2016)
Materias o asignaturas en las que participará	Organización de actos y protocolo Sistemas y procesos de las relaciones públicas
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	12
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 1 . Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 2
Profesor/a 11: Fernández Ardèvol, Mireia	
Ámbito o área de conocimiento	775 SOCIOLOGÍA
Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2015) Acreditación investigación (AQU, 2018)
Materias o asignaturas en las que participará	Dirección de cuentas y planificación estratégica Teorías de la comunicación

Créditos ECTS totales que impartirá en el título	12
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 1. Sexenio vivo: Si
Profesor/a 12: Foglia Romero, Efrain	
Ámbito o área de conocimiento	105 COMUNICACIÓN AUDIO-VISUAL Y PUBLICIDAD
Categoría	<i>Permanente 1 LECTOR</i>
Doctorado	Si Doctorado en Realidad virtual
Acreditación	No
Materias o asignaturas en las que participará	Dirección de arte Taller de audiovisual experimental
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	9
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación:
Profesor/a 13: Gozalo Salellas, Ignasi	
Ámbito o área de conocimiento	375 FILOSOFÍA
Categoría	<i>Permanente 1 LECTOR</i>
Doctorado	Si Doctorado en Filosofía, especialidad en estudios ibéricos y estudios visuales
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2022)
Materias o asignaturas en las que participará	Dirección de arte Montaje audiovisual
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	9
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación:
Profesor/a 14: Guitert Catasús, Montse	
Ámbito o área de conocimiento	215 DIDÁCTICA Y ORGANIZACIÓN ESCOLAR
Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado en Filosofía y Ciencias de la Educación

Acreditación	Si Acreditación profesor universidad privada (AQU, 2006) Acreditación investigación (AQU, 2012) Acreditación investigación avanzada(AQU, 2021)
Materias o asignaturas en las que participará	Competencias TIC en Comunicación
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	6
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 2 . Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 5
Profesor/a 15: Hopkins , Joseph	
Ámbito o área de conocimiento	195 DIDÁCTICA DE LA LENGUA Y LA LITERATURA
Categoría	<i>Permanente 2 LECTOR</i>
Doctorado	No Máster de Artes
Acreditación	No
Materias o asignaturas en las que participará	Inglés B2.2
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	2
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos docentes : 1 Tramos de dirección académica (Evaluación calidad dirección Centro): 1
Profesor/a 16: Lalueza Bosch, Ferran	
Ámbito o área de conocimiento	105 COMUNICACIÓN AUDIO-VISUAL Y PUBLICIDAD
Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado en Nuevas tendencias en escritura periodística
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2008) Acreditación investigación (AQU, 2016)
Materias o asignaturas en las que participará	Comunicación de crisis y RSC Introducción a las relaciones públicas Técnicas de relaciones públicas

Créditos ECTS totales que impartirá en el título	18
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 1 . Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 3
Profesor/a 17: Lamolla Kristiansen, Laura	
Ámbito o área de conocimiento	650 ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
Categoría	<i>Permanente 1 LECTOR</i>
Doctorado	Si Doctorado en Ciencias Políticas y Administración
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2021)
Materias o asignaturas en las que participará	Iniciativa emprendedora
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	6
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos docentes : 3
Profesor/a 18: Lara Navarra, Pablo	
Ámbito o área de conocimiento	040 BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN
Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado en Industrias culturales y de comunicación
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2009) Acreditación investigación (AQU, 2014)
Materias o asignaturas en las que participará	Empresa y marketing Trabajo Final de Grado
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	7,5
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 3 . Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 2
Profesor/a 19: Lopez Borrull, Alexandre	
Ámbito o área de conocimiento	040 BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN

Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado en Química
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2007) Acreditación investigación (AQU, 2014)
Materias o asignaturas en las que participará	Comunicación política e institucional Fuentes de información y documentación digital Lobbismo y grupos de influencia
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	18
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 2 . Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 2
Profesor/a 20: Malicka , Aleksandra	
Ámbito o área de conocimiento	195 DIDÁCTICA DE LA LENGUA Y LA LITERATURA
Categoría	<i>Permanente 1 LECTOR</i>
Doctorado	Si Doctorado en Lingüística aplicada
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2019)
Materias o asignaturas en las que participará	Inglés B2.2
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	2
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos docentes : 1
Profesor/a 21: Martinez Martinez, Silvia	
Ámbito o área de conocimiento	675 PERIODISMO
Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado en Comunicación
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2015)
Materias o asignaturas en las que participará	Exercicio de la profesión periodística Introducción al periodismo Información y expresión sonora

Créditos ECTS totales que impartirá en el título	18
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 2 . Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 2 Tramos de dirección académica (Evaluación calidad dirección de programa): 1
Profesor/a 22: Martins Macedo, Ines	
Ámbito o área de conocimiento	105 COMUNICACIÓN AUDIO-VISUAL Y PUBLICIDAD
Categoría	<i>Permanente 1 LECTOR</i>
Doctorado	Si Doctorado en Psicología básica, evolutiva y educativa
Acreditación	No
Materias o asignaturas en las que participará	Practicum
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	6
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación:
Profesor/a 23: Massaguer Busqueta, Maria de Lluc	
Ámbito o área de conocimiento	105 COMUNICACIÓN AUDIO-VISUAL Y PUBLICIDAD
Categoría	<i>Permanente 1 LECTOR</i>
Doctorado	Si Doctorado en Educación
Acreditación	No
Materias o asignaturas en las que participará	Diseño visual y expresión gráfica
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	6
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación:
Profesor/a 24: Minguillón Alfonso, Julià	
Ámbito o área de conocimiento	625 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN Y DIAGNÓSTICO EN EDUCACIÓN
Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>

Doctorado	Si Doctorado en Ingeniería Informática
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2006) Acreditación investigación (AQU, 2017)
Materias o asignaturas en las que participará	Infografia i visualització
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	3
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 3 . Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 2
Profesor/a 25: Montaña Blasco, Mireia	
Ámbito o área de conocimiento	105 COMUNICACIÓN AUDIO-VISUAL Y PUBLICIDAD
Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado en Comunicación
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2020) Acreditación investigación (AQU, 2022)
Materias o asignaturas en las que participará	Planificación de medios publicitarios Sistemas y procesos de la publicidad Estrategia y gestión de marca
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	18
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 1 . Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 2
Profesor/a 26: Ollé Castellà, Maria Candela	
Ámbito o área de conocimiento	040 BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN
Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado en Información y documentación en la era digital
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2011) Acreditación investigación (AQU, 2016)
Materias o asignaturas en las que participará	Taller de proyectos de relaciones públicas

Créditos ECTS totales que impartirá en el título	6
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 2. Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 2
Profesor/a 27: Pujol Ozonas, Cristina	
Ámbito o área de conocimiento	105 COMUNICACIÓN AUDIO-VISUAL Y PUBLICIDAD
Categoría	<i>Permanente 1 LECTOR</i>
Doctorado	Si Doctorado en Comunicación y humanidades
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2015)
Materias o asignaturas en las que participará	Audiencias y consumos Cultura de la imagen Realización audiovisual Trabajo Final de Grado
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	19,5
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 1. Sexenio vivo: Si
Profesor/a 28: Robbins , Jacqueline	
Ámbito o área de conocimiento	195 DIDÁCTICA DE LA LENGUA Y LA LITERATURA
Categoría	<i>Permanente 1 LECTOR</i>
Doctorado	Si- Doctorado en Educación
Acreditación	No
Materias o asignaturas en las que participará	Inglés B2.1
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	3
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos docentes : 1
Profesor/a 29: Roig Telo, Antoni	
Ámbito o área de conocimiento	105 COMUNICACIÓN AUDIO-VISUAL Y PUBLICIDAD

Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado en Sociedad de la Información y el Conocimiento
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2010) Acreditación investigación (AQU, 2015)
Materias o asignaturas en las que participará	Producción y distribución multiplataforma Storytelling: recursos narrativos
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	12
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 2. Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 2
Profesor/a 30: Rosales Climent, Andrea	
Ámbito o área de conocimiento	775 SOCIOLOGÍA
Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado en Tecnologías de la Información, comunicación y medios audiovisuales
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2018) Acreditación investigación (AQU, 2021)
Materias o asignaturas en las que participará	Comunicación y contenidos en social media
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	6
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 1. Sexenio vivo: Si
Profesor/a 31: Sanz Martos, Sandra	
Ámbito o área de conocimiento	040 BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN
Categoría	<i>Permanente 1 AGREGADO/A</i>
Doctorado	Si Doctorado en Sociedad de la Información y el Conocimiento
Acreditación	Si Acreditación lector (AQU, 2020)
Materias o asignaturas en las que participará	Comunicación persuasiva en medias digitales Expresión oral y escrita

	Llengua i comunicació
Créditos ECTS totales que impartirá en el título	18
Principales méritos de investigación y/o docencia	Línea de investigación: Tramos de investigación: 1. Sexenio vivo: Si Tramos docentes : 3

5.2.b) Méritos docentes del profesorado no acreditado y/o méritos de investigación del profesorado no doctor

Nota previa: Esta dimensión incluye la información del profesorado propio y profesorado experto profesional, vinculado a la titulación.

Profesorado doctor no acreditado. A continuación se facilita el listado del profesorado, así como enlace al currículum donde constan los méritos docentes y de investigación del profesorado doctor no acreditado.

Nombre profesor/a	Años de experiencia docente universitaria	Otros méritos docentes relevantes (Proyectos de innovación docente, dirección académica o subdirección)	Enlace al currículum*
Foglia Romero, Efrain	18	Fundador y director de la Xarxa de Ràdios Comunitàries de Barcelona. XRCB.cat Miembro fundador de guifi.net Fundador de Associació Expansió de la Xarxa Oberta, Exo.cat y director de proyectos culturales en Barcelona. 18 años de docencia en diversas Universidades y Escuelas de Diseño: Universitat de Vic (2004-2019), Universitat de Barcelona (2014-2019) y Escuela Universitaria Elisava (2018-actualidad).	https://efrainfoglia.net/ https://talent.uoc.edu/es/efrain-foglia-romero.html
Martins Macedo, Ines	15	Tutora de Proyectos Finales del grado de diseño de la Escuela Superior de Diseño (ESDI) de la Universitat Ramon Llull (URL); Coordinadora académica de los grados de diseño de ESDi y de UNIBA (UB); directora académica del Máster en Comisariado de Arte Digital en ESDI. Miembro del comité de los procesos de acreditación del grado y del máster de ESDI. Miembro de la comisión de Calidad de ESDi, Responsable del programa Docencia de evaluación del profesorado del grado y del Máster de ESDI. Miembro del comité de planificación y gestión de los cursos de formación para el profesorado de UNIBA. Miembro del grupo de Evaluación e Innovación Docente de ECIC.	https://talent.uoc.edu/es/ines-martins-macedo.html
Massaguer Busqueta, Maria de Lluç	16	Directora del Máster en Diseño Gráfico (EINA 2010-actualidad)	https://lucmassaguer.com/ https://talent.uoc.edu/es/luc-massaguer-busqueta.html
Robbins, Jacqueline	12	Participación en proyecto de innovación docente PENZA (Erasmus+)	https://talent.uoc.edu/es/jacqueline-robbins.html

		2 cursos para el Colegio oficial de doctores y licenciados en filosofía y letras y en ciencias de Cataluña. Miembro del equipo de expertos del European Centre for Modern Languages "ICT-REV" que proporciona talleres sobre el uso de la tecnología en la enseñanza de idiomas	tml
--	--	--	---------------------

Profesorado no doctor. A continuación se facilita listado del profesorado y el enlace al currículum donde constan los méritos de investigación del profesorado que no dispone del título de doctorado.

Nombre profesor/a	Enlace currículum*	Participación en proyectos de investigación	Participación en proyectos de investigación- NÚMERO	Número de publicaciones indexadas: N
Blasco Soplón, Laia	https://talent.uoc.edu/es/laia-blasco-soplon.html	PIPES (Participatory Investigation of Public Engaging Spaces)	1	
Hopkins , Joseph	https://talent.uoc.edu/es/joseph-hopkins.html	Proyectos R+D+I Competitivos: NanoMOOC ECO4LEARN Otros proyectos competitivos TANDEM Otros proyectos MQD_07_PODCAST	4	51

5.2.c) Perfil del profesorado necesario y no disponible y plan de contratación

Las estimaciones sobre las necesidades de profesorado para la puesta en marcha del Grado en Comunicación permiten prever que no será necesario el incremento de profesorado propio y experto profesional.

En lo relativo al personal docente de apoyo a la docencia, en el momento del diseño de la asignatura/programa, se define el perfil en términos de requisitos: titulación, experiencia académica y/o profesional adecuados al ámbito de la asignatura/programa, y otros méritos relevantes si cabe (acorde al proceso PO11 del SGIQ). Se estima que este programa contará con 9 asociados y 205 profesores colaboradores.

Cabe mencionar que el número final de profesorado colaborador participante en la titulación está relacionado con los estudiantes matriculados, de acuerdo a la ratio establecida (ver apartado 6.1). El perfil del profesorado colaborador necesario se determina cada curso y, a partir de la definición de los perfiles académicos y profesionales previstos por los estudios, se inicia la convocatoria de selección, dando publicidad tanto en medios públicos como en el propio sitio Web de la Universidad.

5.2.d) Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios

Este programa cuenta con un modelo de tutoría que consiste en:

- El tutor o tutora de inicio, que es la persona que, de forma individualizada, acoge, acompaña y guía al estudiante durante el proceso de incorporación al grado y también a lo largo de sus dos primeros semestres. Orienta sobre la carga lectiva y adecuación de las primeras matrículas, prepara al

estudiante para la docencia y realiza un seguimiento exhaustivo del grupo asignado. Este programa cuenta con 3 tutores de inicio.

- El tutor o tutora de seguimiento, quien asesora al estudiante en relación al diseño y especialización de su trayectoria curricular a partir del tercer semestre y hasta la graduación. El grado cuenta con 10 tutores de seguimiento.

- [Plan de acción tutorial](#)
- [¿Cómo te acompaña el tutor o tutora de la UOC?](#)

- Personal de gestión de los estudios adscrito a este programa, compuesto por:

Posición	Número personas	Categoría convenio UOC	según laboral	Nivel de titulación/ Experiencia en gestión universitaria
Mánager de Programa. Planificación, control y seguimiento de la viabilidad económica, el marketing, la comercialización, la gestión académica de los programas y el aseguramiento de su calidad. Coordinación del equipo de técnicos de gestión de programa.	1	Técnico 1		Máster Universitario en Marketing Digital. Licenciada en Ciencias de la Información y de la Comunicación 27 años
Técnico de gestión de programa. Aseguramiento del desarrollo operativo de los programas (ejecución, revisión y corrección) y su gestión académica.	1	Técnico 2		Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas 9 años
Administradora de estudios. Aseguramiento del funcionamiento de las actividades de investigación, docencia, transferencia y difusión desarrollados en el marco de los estudios.	1	Técnico 3		Máster Universitario en Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos. Licenciada en Comunicación Audiovisual 13 años

- [Equipo de gestión de la universidad](#): Permite dar respuesta a la gestión y organización administrativa de los diferentes programas. La gestión se realiza tanto en relación directa con los programas desde diferentes equipos de gestión –Área de Servicios Académicos, Área de Biblioteca y recursos de aprendizaje, Área de Planificación y calidad, entre otros– como de forma indirecta en ámbitos como el mantenimiento de los sistemas de información o los aspectos de gestión económica.
- [eLinc](#): Ofrece [formación y apoyo](#) experto, técnico y pedagógico para la actividad docente en la UOC.

6. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE: MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

6.1. Recursos materiales y servicios

La UOC ofrece formación a distancia y utiliza las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) a través de su Campus Virtual, para facilitar espacios, herramientas y recursos que permiten el desarrollo de la actividad de aprendizaje, así como información y realización de trámites.

En él, el aula virtual permite acceder a las asignaturas matriculadas y consultar su plan docente, recursos, actividades, registro de resultados de evaluación, así como facilitar la relación entre profesorado y estudiantado. Cuenta con dos espacios de comunicación básicos: el tablón del profesor y el foro.

La tipología de aulas puede ser para:

- Asignaturas estándar: la acción docente sigue un plan de aprendizaje común. La atención se realiza por medio de los buzones personales de cada estudiante, buzones grupales y la dinamización del colaborador docente. El ratio de estudiantes por aula es de un máximo de 70.
- Asignaturas con especial dedicación: priman los elementos de individualización de manera que cada estudiante o grupos reducidos de estudiantes siguen un itinerario de aprendizaje diferenciado. La ratio de estudiantes se propone de un máximo de 50 por aula. En asignaturas de Proyectos, es recomendable no superar los 40 estudiantes por aula.
- TF precisa realizar un trabajo de seguimiento y tutoría individualizado y personalizado. La ratio de estudiantes por aula en estas asignaturas es de 10 a 15 como máximo, siendo comúnmente inferior a 10.

Para más información consultar:

- [“Por qué la UOC?”](#)
- [El aula y el campus virtual](#)

Los estudiantes cuentan además, con los siguientes servicios:

- [Biblioteca](#)
- Servicios de información y orientación para estudiantes:
 - [Guía del estudiante](#)
 - [Contacto y sedes](#)
 - Servicios de atención a los estudiantes. [Vídeo ¿Cómo te atenderemos si tienes dudas?](#)
 - Tutoría personalizada:
 - [Plan de acción tutorial](#)
 - [¿Cómo te acompaña el tutor o tutora de la UOC?](#)
 - [Atención a estudiantes con discapacidad](#)
- [Servicios de orientación profesional](#)

6.2 Procedimiento para la gestión de las prácticas académicas externas

La información sobre cómo se gestionan las prácticas académicas externas en la universidad se encuentra en el siguiente enlace:

<https://www.uoc.edu/portal/es/universitat/serveis/practiques-mobilitat/curriculars/index.html>

6.3. Previsión de dotación de recursos materiales y servicios

Las estimaciones sobre las necesidades de recursos materiales y servicios para la puesta en marcha del Grado en Comunicación permiten prever que se dispondrá de la dotación necesaria cuando se inicie la impartición del título.

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1. Cronograma de implantación del título

El título está implantado desde el curso 2009-2010, la tabla muestra solo el curso y semestre de implantación de las nuevas asignaturas propuestas.

Curso lectivo 2023-2024	
Semestre 1	Semestre 2
Taller de fotografía publicitaria	Estrategia y gestión de la marca Información y expresión sonora Taller de fotografía documental y fotoperiodismo
6 ECTS	18 ECTS

El despliegue de las asignaturas optativas quedará sujeto al volumen de estudiantes que accedan al programa. En el proceso de seguimiento del programa, y en función del número de matriculados y su ritmo de estudio, se determinará qué asignaturas se desplegarán el curso siguiente.

7.2 Procedimiento de adaptación

La implantación de éste plan de estudios supuso la extinción de la Licenciatura de 2º ciclo en Comunicación Audiovisual con código de Registro: 3065000 y Licenciatura 2º ciclo en Publicidad y Relaciones Públicas con código de Registro 3042000, la adaptación al nuevo plan de estudios se llevará a cabo según tabla de equivalencias recogida en el anexo III.

7.3 Enseñanzas que se extinguen

No aplica.

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

8.1. Sistema Interno de Garantía de la Calidad

El centro UOC de la Universidad dispone de la acreditación institucional, tal y como puede comprobarse en el RUCT:

[Registro de Universidades, Centros y Títulos \(RUCT\) - Ministerio de Educación, Cultura y Deporte \(educacion.gob.es\)](https://educacion.gob.es)

Puede consultarse el sello de certificación del Sistema Interno de Garantía de Calidad, así como el Manual del Sistema en este enlace:

[Sistema de garantía interna de la calidad - Calidad - UOC](#)

Se puede consultar el informe realizado por AQU para la certificación del Sistema en este otro enlace:

[Lista universitats | AQU - Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya](#)

8.2. Medios para la información pública

[Portal de la UOC](#): es el principal canal de información pública de la la universidad

[Web de presentación de los Estudios](#): con información sobre su equipo docente y de gestión, su oferta formativa y la investigación y transferencia en la que se trabaja

[Portal de transparencia](#)

[Espacio web para las titulaciones](#): el contenido público de cada titulación muestra la información relativa a cada titulación en concreto.

Campus Virtual de la UOC: todos los estudiantes que se matriculan en la UOC o que solicitan el acceso disponen de acceso al Campus Virtual, donde en el espacio Trámites encuentran toda la información sobre las gestiones académicas.

[Canal UOC de YouTube](#):. Los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación cuentan con una lista de reproducción específica .

Además se fomenta la presencia en las redes sociales:

- Blog [ECIC](#)
- Twitter [ECIC](#)
- Facebook [ECIC](#)
- LinkedIn [ECIC](#)

El repositorio institucional de documentos abiertos [O2](#), es también un sistema para publicar y difundir los trabajos finales de estudiantes.

[Espacio Calidad](#): muestra la información relativa a la calidad de las titulaciones (indicadores de resultados académicos y satisfacción; perfil del profesorado e indicadores de calidad de la actividad docente y de investigación; informes internos y externos de evaluación de las titulaciones).

ANEXO I. PRÁCTICAS

El Practicum es una asignatura optativa del plan de estudios del grado de Comunicación de 12 ECTS que está fundamentalmente orientada a la integración de los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos. En el Practicum el estudiante podrá aplicar, con criterio profesional, creativo e innovador, las competencias adquiridas a lo largo de su formación en el Grado de Comunicación en el desarrollo de una actividad o proyecto profesional real.

Con el fin de dar respuesta a las diferentes situaciones personales y profesionales de nuestros estudiantes, se ofrecen diferentes opciones de prácticas: prácticas en empresas externas, prácticas virtuales en entornos colaborativos, e implementación de un proyecto práctico / emprendedor.

Opción 1. Prácticas en empresas: Los estudiantes que opten por la modalidad de prácticas en empresas externas realizarán un periodo de actividad profesional (presencial, semipresencial o no presencial) en una empresa que haya firmado un convenio de prácticas curriculares con la universidad. Este convenio incluirá en todos los casos un plan formativo en el que se especifican los objetivos y condiciones de las prácticas. Las prácticas en empresas externas se llevan a cabo dentro del marco temporal docente de la asignatura.

Los estudiantes podrán optar por llevar a cabo las prácticas en su lugar de trabajo, siempre que éstas estén claramente orientadas a la implementación de un proyecto de innovación, emprendeduría o mejora de su entorno profesional. Esta alternativa tiene como finalidad fomentar aptitudes innovadoras e impulsar el crecimiento profesional del estudiantado en su contexto laboral.

Durante la realización de las prácticas el estudiante contará con el apoyo y la orientación de un tutor externo (que es la persona de referencia formalmente vinculada a la empresa o institución donde tienen lugar las prácticas) y con el apoyo y la orientación personalizada de un docente experto en el área de conocimiento concreta donde se inscriben las prácticas.

Opción 2. Prácticas en entornos virtuales colaborativos: Los estudiantes que hayan optado por esta modalidad de prácticas la realizarán en el marco de un entorno virtual de trabajo colaborativo. Las prácticas virtuales se llevan a cabo dentro del marco temporal docente de la asignatura. Al iniciar la asignatura, el estudiante se incorpora a un equipo de trabajo con el que interactúa de manera remota en el diseño, desarrollo e implementación de proyectos comunicativos reales. La UOC cuenta con un entorno virtual propio especialmente diseñado para la realización de prácticas virtuales en el ámbito de la comunicación. Durante todo el desarrollo de las prácticas el estudiante contará con el apoyo y la orientación personalizada de un docente experto en el área de conocimiento concreta en la que se inscriben las prácticas.

En el plan de estudios del grado se establecen los requisitos de formación necesarios para que el estudiante pueda formalizar la matrícula correspondiente a las prácticas. Asimismo, la universidad pone a disposición del estudiantado, a través de diferentes canales y medios (Portal UOC, tutoría, herramienta de solicitud de prácticas, entre otros canales), información completa y actualizada sobre el proceso específico que hay que seguir para solicitar y matricular esta asignatura, seleccionar la modalidad de prácticas, y elegir o proponer un centro de prácticas. Concretamente, la información detallada sobre cómo se gestionan las prácticas académicas externas en la universidad se encuentra en el siguiente enlace:

<https://www.uoc.edu/portal/es/universitat/serveis/practiques-mobilitat/curriculars/index.html>

Las prácticas cuentan con un amplio equipo profesional dedicado a la gestión de las prácticas y a su seguimiento académico. La gestión de las prácticas, incluido el proceso de gestión de convenios, lo realizan equipos técnicos de gestión programas de los Estudios y del área de prácticas y movilidad de la universidad. El seguimiento académico de la asignatura lo realiza un equipo docente formado por una profesora del equipo propio, el equipo de profesores colaboradores vinculados a la asignatura, y una profesora asociada de soporte transversal a las prácticas en los Estudios.

Desde el segundo semestre del curso 2016 (20162), 314 centros han publicado ofertas de prácticas curriculares para estudiantes del Grado de Comunicación. De estos, 9 centros de prácticas tienen un acuerdo estable de colaboración (convenio marco) y 305 han tenido convenios individuales de cooperación educativa que se firman de manera individual.

ANEXO II. CRITERIOS PARA EL RECONOCIMIENTO DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

ROL PROFESIONAL	ASIGNATURAS CONVALIDABLES (Hasta un máximo de 36 ECTS)	REQUISITOS	Documentación
Redactor periodístico / editor periodístico / jefe de sección en un medio de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> • Lengua y comunicación • Expresión oral y escrita • Introducción al periodismo • Ejercicio de la profesión periodística • Técnicas de redacción periodística • Practicum 	Mínimo de 2 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.	<p>Autoinforme de la actividad profesional desarrollada en el ámbito del perfil solicitado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Original o fotocopia del certificado oficial de vida laboral. En caso de trabajador autónomo o por cuenta propia, original o fotocopia del certificado de la Tesorería General de la Seguridad Social en el régimen especial correspondiente y facturas como proveedor de servicios profesionales en el ámbito del perfil solicitado. • Certificado firmado por la empresa que acredite la experiencia profesional desarrollada. En caso de trabajador autónomo el certificado puede ser emitido por el principal cliente. • 5 ejemplos de trabajos realizados por el solicitante en el perfil solicitado (formato PDF, showreel o web). Si la autoría no consta en los ejemplos, ésta deberá estar certificada por la empresa / cliente.
Guionista / presentador / productor de programas periodísticos audiovisuales	<ul style="list-style-type: none"> • Lengua y comunicación • Expresión oral y escrita • Introducción al periodismo • Ejercicio de la profesión periodística • Guión audiovisual • Practicum 	Mínimo de 2 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.	<p>Autoinforme de la actividad profesional desarrollada en el ámbito del perfil solicitado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Original o fotocopia del certificado oficial de vida laboral. En caso de trabajador autónomo o por cuenta propia, original o fotocopia del certificado de la Tesorería General de la Seguridad Social en el régimen especial correspondiente y facturas como proveedor de servicios profesionales en el ámbito del perfil solicitado. • Certificado firmado por la empresa que acredite la experiencia profesional desarrollada. En caso de trabajador autónomo el certificado puede ser emitido por el principal cliente. • 5 ejemplos de trabajos realizados por el solicitante en el perfil solicitado (formato PDF, showreel o web). Si la autoría no consta en los ejemplos, ésta deberá estar certificada por la empresa / cliente.
Fotoperiodista	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción al periodismo • Ejercicio de la profesión periodística • Taller de fotografía documental y fotoperiodismo • Practicum 	Mínimo de 2 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.	<p>Autoinforme de la actividad profesional desarrollada en el ámbito del perfil solicitado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Original o fotocopia del certificado oficial de vida laboral. En caso de trabajador autónomo o por cuenta propia, original o fotocopia del certificado de la Tesorería General de la Seguridad Social en el régimen especial correspondiente y facturas como proveedor de servicios profesionales en el ámbito del perfil solicitado. • Certificado firmado por la empresa que acredite la experiencia profesional desarrollada. En caso de trabajador autónomo el certificado puede ser emitido por el principal cliente. • 5 ejemplos de trabajos realizados por el solicitante en el perfil solicitado (formato PDF, showreel o web). Si la autoría no consta en los ejemplos, ésta deberá estar certificada por la empresa / cliente.
Director de cuentas / responsable de tareas estratégicas o de producción en proyectos publicitarios.	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la publicidad • Sistemas y procesos de la publicidad • Dirección de cuentas y planificación estratégica • Practicum • Estrategia y gestión de la marca 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.	<p>Autoinforme de la actividad profesional desarrollada en el ámbito del perfil solicitado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Original o fotocopia del certificado oficial de vida laboral. En caso de trabajador autónomo o por cuenta propia, original o fotocopia del certificado de la Tesorería General de la Seguridad Social en el régimen especial correspondiente y facturas como proveedor de servicios profesionales en el ámbito del perfil solicitado. • Certificado firmado por la empresa que acredite la experiencia profesional desarrollada. En caso de trabajador autónomo el certificado puede ser emitido por el principal cliente. • 5 ejemplos de trabajos realizados por el solicitante en el perfil solicitado (formato PDF, showreel o web). Si la autoría no consta en los ejemplos, ésta deberá estar certificada por la empresa / cliente.
Director de arte / responsable de tareas creativas en proyectos publicitarios	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la publicidad • Sistemas y procesos de la publicidad • Creatividad publicitaria • Diseño visual y expresión gráfica • Dirección de arte 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.	<p>Autoinforme de la actividad profesional desarrollada en el ámbito del perfil solicitado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Original o fotocopia del certificado oficial de vida laboral. En caso de trabajador autónomo o por cuenta propia, original o fotocopia del certificado de la Tesorería General de la Seguridad Social en el régimen especial correspondiente y facturas como proveedor de servicios profesionales en el ámbito del perfil solicitado. • Certificado firmado por la empresa que acredite la experiencia profesional desarrollada. En caso de trabajador autónomo el certificado puede ser emitido por el principal cliente. • 5 ejemplos de trabajos realizados por el solicitante en el perfil solicitado (formato PDF, showreel o web). Si la autoría no consta en los ejemplos, ésta deberá estar certificada por la empresa / cliente.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Practicum ● Taller de fotografía publicitaria 	equivalente en caso de tiempo parcial.
Redactor publicitario / responsable de tareas creativas en proyectos publicitarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Introducción a la publicidad ● Sistemas y procesos de la publicidad ● Creatividad publicitaria ● Taller de redacción publicitaria ● Comunicación persuasiva en medios digitales ● Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Planificador de medios publicitarios	<ul style="list-style-type: none"> ● Introducción a la publicidad ● Sistemas y procesos de la publicidad ● Dirección de cuentas y planificación estratégica ● Comunicación persuasiva en medios digitales ● Planificación de medios publicitarios ● Practicum ● Estrategia y gestión de la marca 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Realizador audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura de la imagen ● Introducción al sector audiovisual ● Realización audiovisual ● Teoría y práctica de montaje audiovisual ● Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Diseñador visual	<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura de la imagen ● Diseño visual y expresión gráfica ● Infografía y visualización ● Prácticum 	Mínimo de 2 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Técnico / editor de video y sonido	<ul style="list-style-type: none"> ● Diseño y creación sonora ● Información y expresión sonora ● Montaje audiovisual ● Guión audiovisual ● Practicum 	Mínimo de 2 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.
Director / responsable de	<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura de la imagen ● Audiencias y consumos 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo

de contenidos audiovisuales	<ul style="list-style-type: none"> ● Introducción al sector audiovisual ● Guión audiovisual ● Producción y distribución multiplataforma ● Prácticum 	completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.	
Productor audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura de la imagen ● Introducción al sector audiovisual ● Proyectos audiovisuales ● Montaje audiovisual ● Producción y distribución multiplataforma ● Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.	
Executive / director / de comunicación integral corporativa	<ul style="list-style-type: none"> ● Empresa y marketing ● Lengua y comunicación ● Introducción a las relaciones públicas ● Sistemas y procesos de las relaciones públicas ● Técnicas de relaciones públicas ● Dirección de cuentas y planificación estratégica ● Practicum ● Estrategia y gestión de la marca 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.	
Responsable de comunicación corporativa especializado en organización de eventos	<ul style="list-style-type: none"> ● Lengua y comunicación ● Introducción a las relaciones públicas ● Sistemas y procesos de las relaciones públicas ● Técnicas de relaciones públicas ● Organización de eventos y protocolo ● Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.	
Responsable de comunicación corporativa con el título de técnico en Relaciones Públicas para la Escuela Superior de Relaciones Públicas de Barcelona (ESRP)	<ul style="list-style-type: none"> ● Lengua y comunicación ● Introducción a las relaciones públicas ● Sistemas y procesos de las relaciones públicas ● Técnicas de relaciones públicas ● Organización de eventos y protocolo ● Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial. En este perfil la presentación del título de técnico en Relaciones Públicas por la Escuela Superior de Relaciones Públicas de Barcelona	

		(ESRP) exige al candidato de presentar ejemplos de trabajos realizados por el solicitante. La demás documentación sigue siendo requerida.	
Responsable de comunicación / asesor en el ámbito de la comunicación política e institucional	<ul style="list-style-type: none"> ● Lengua y comunicación ● Expresión oral y escrita ● Introducción a las relaciones públicas ● Sistemas y procesos de las relaciones públicas ● Comunicación política e institucional ● Lobbismo y grupos de influencia ● Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.	
Guionista audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura de la imagen ● Introducción al sector audiovisual ● Guión audiovisual ● Storytelling y recursos narrativos ● Practicum 	Mínimo de 3 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.	
Grafista / infografista en un medio de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ● Introducción al periodismo (6 créditos) ● Ejercicio de la profesión periodística (6 créditos) ● Infografía y visualización (6 créditos) ● Diseño visual y expresión gráfica (6 créditos) ● Practicum 	Mínimo de 2 años de experiencia profesional acreditada a tiempo completo o período proporcionalmente equivalente en caso de tiempo parcial.	

ANEXO III. ADAPTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES PROCEDENTES DE PLANES DE ESTUDIO EXISTENTES

La implantación de éste plan de estudios supone la extinción de la Licenciatura de 2º ciclo en Comunicación Audiovisual con código de Registro: 3065000 y Licenciatura 2º ciclo en Publicidad y Relaciones Públicas con código de Registro 3042000, la adaptación al nuevo plan de estudios se llevará a cabo según la siguiente tabla de equivalencias.

(*) A partir del tràmite de modificació (2022)

Licenciatura Publicidad y RP	Caràcter	Créditos	Grado de Comunicación	Grado de Comunicación (*)	Caràcter	Créditos
Inglés y comunicación	O	4,5	Idioma moderno I:Inglés	Inglés B2.1	B	6
			Idioma moderno II:Inglés	Inglés B2.2	O	6
Teoría y técnicas de las Relaciones Públicas I + Teoría técnicas de las relaciones públicas II	T	5	Introducción a las relaciones públicas	Introducción a las relaciones públicas	O	6
Publicidad y Relaciones Públicas II	P	6		Introducción a las relaciones públicas	O	6
Arte y estética digital	P	4,5	Estética digital y media art	Taller de audiovisual experimental	P	6
Comunicación de crisis	P	4,5	Comunicación de crisis	Comunicación de crisis i RSC	P	6
Comunicación del patrimonio cultural	P	4,5	Comunicación del patrimonio cultural		P	6
Comunicación e información audiovisuales I	P	6	Introducción a la comunicación audiovisual	Introducción al sector audiovisual	O	6
Comunicación e información audiovisuales II	P	6	Expresión audiovisual	Cultura de la imagen	O	6
Comunicación persuasiva en los medios digitales	P	6	Comunicación persuasiva en medios digitales	Comunicación persuasiva en medios digitales	P	6
Comunicación política y de instituciones Públicas	P	4,5	Comunicación política e institucional	Comunicación política e institucional	P	6
Creatividad publicitaria I	T	5	Creatividad publicitaria I		P	6
Creatividad publicitaria II	T	5	Creatividad publicitaria II	Creatividad publicitaria	P	6
Dirección de cuentas	P	4,5	Dirección de cuentas	Dirección de cuentas y planificación estratégica	P	6
Diseño visual	P	4,5	Diseño visual y expresión gráfica	Diseño visual y expresión gráfica	O	6
Economía de la empresa	P	6	Introducción a la empresa	Empresa y marketing	B	6
Estrategias de producción y distribución multiplataforma	P	4,5	Producción y Distribución multiplataforma	Producción y Distribución multiplataforma	P	6
Estructura del sistema audiovisual	P	4,5	Estructura del sector audiovisual		O	6
Ética y régimen jurídico de la publicidad i las R. Públicas	P	6	Derecho de la publicidad	Régimen jurídico de la comunicación	B	6
Fundamentos de tecnología audiovisual	P	4,5	Tecnología de los medios audiovisuales		O	6
Investigació de mercats I	P	4,5	Investigación de mercados		P	6
La era de la información y los medios de comunicación	O	4,5	Estructura de la Comunicación	Comunicación y sociedad	B	6

Lenguaje, expresión y comunicación	P	8	Lengua y Comunicación	Lengua y Comunicación	O	6
Lenguaje publicitario	P	4,5	Lenguajes publicitarios	Taller de redacción publicitaria	P	6
Lobbismo y grupos de influencia	P	4,5	Lobbismo y grupos de influencia	Lobbismo y grupos de influencia	P	6
Marketing, distribución y Publicidad audiovisual	P	4,5	Distribución audiovisual		O	6
Marketing I	O	6	Fundamentos del marketing	Empresa y marketing	B	6
Marketing II	P	6	Dirección de marketing		P	6
Medios de comunicación digital	P	4,5		Introducción al periodismo	O	6
Planificación y medios publicitarios I	T	5	Fundamentos de la planificación de medios	Planificación de medios publicitarios	P	6
Planificación y medios publicitarios II	T	5	Planificación de medios	Planificación de medios publicitarios	P	6
Protocolo y organización de eventos	P	4,5	Organización de eventos y protocolo	Organización de eventos y protocolo	P	6
Psicología de la comunicación	P	4,5	Psicología de la Comunicación		B	6
Publicidad y Relaciones Públicas I	P	6	Introducción a la publicidad	Introducción a la publicidad	O	6
Redacción periodística	P	4,5	Redacción periodística	Técnicas de redacción periodística	P	6
Sistemas y procesos de la Publicidad y de las R.P. I	T	5	Sistemas y procesos de las relaciones públicas	Sistemas y procesos de las relaciones públicas	O	6
Sistemas y procesos de la Publicidad y de las R.P. II	T	5	Sistemas y procesos de las relaciones públicas	Sistemas y procesos de las relaciones públicas	O	6
Sociología de la comunicación de masas	P	5	Sociología de la Comunicación	Comunicación y sociedad	B	6
Técnicas de edición electrónica	P	4,5		Competencias TIC en Comunicación	B	6
Teoría de la comunicación y la información	P	5	Teorías de la Comunicación	Teorías de la comunicación	O	6
Teoría y técnicas de las Relaciones Públicas II	T	5	Técnicas de relaciones públicas	Técnicas de relaciones públicas	O	6
Practicum I	O	6	Practicum			
Documentació audiovisual	P	4,5		Fuentes de información y documentación digital	B	6

(*) A partir del trámite de modificación (2022)

Licenciatura CAV	Carácter	Créditos	Grado de Comunicación	Grado de Comunicación (*)	Carácter	Créditos
Inglés y comunicación	O	4,5	Idioma moderno II:Inglés	Inglés B2.1	O	6
			Idioma moderno I:Inglés	Inglés B2.2	O	6
Derecho de la información	T	4,5	Régimen jurídico de la comunicación	Régimen jurídico de la comunicación	O	6
Ética y régimen jurídico de la comunicación	T	4,5		Régimen jurídico de la comunicación		
Arte interactivo	P	4,5	Estética digital y media art	Taller de audiovisual experimental	P	6
Comunicación y información audiovisuales I	P	6	Introducción a la comunicación audiovisual	Introducción al sector audiovisual	O	6
Comunicación y información audiovisuales I	P	6	Expresión audiovisual	Cultura de la imagen	O	6
Sistemas de audio digital	P	4,5	Diseño y creación sonora	Diseño y creación sonora	P	6
Diseño multimedia	P	4,5	Diseño visual y expresión gráfica	Diseño visual y expresión gráfica	O	6
Estrategias de producción y distribución multiplataforma	P	4,5	Producción y distribución multiplataforma	Producción y Distribución multiplataforma	P	6
Estructura del sistema audiovisual	T	4,5	Estructura del sector audiovisual	Estructura del sector audiovisual	P	3
Fundamentos de búsqueda y recuperación de información	P	6	Búsqueda y recuperación de la información	Fuentes de información y documentación digital	O	6
Fundamentos de tecnología audiovisual	T	4,5	Tecnología de los medios audiovisuales		O	6
Gestión de una empresa audiovisual	T	4,5	Introducción a la empresa	Empresa y marketing	O	6
Guión audiovisual - T	T	6	Guión audiovisual	Guión audiovisual	O	6
La era de la información y los medios de comunicación	O	4,5	Estructura de la comunicación	Comunicación y sociedad	O	6
Lenguaje, expresión y comunicación	P	8	Lengua y comunicación	Lengua y Comunicación	O	6
Marketing, distribución y publicidad audiovisual	P	4,5	Distribución audiovisual		P	3
Medios de comunicación digital	O	4,5		Introducción al periodismo	O	6
Narrativa audiovisual	T	6	Narrativa audiovisual	Storytelling y recursos narrativos	O	6
Periodismo digital	P	4,5	Periodismo digital	Periodismo de investigación y datos	P	6
Producción audiovisual	T	4,5	Producción audiovisual	Proyectos audiovisuales	O	6
Propiedad intelectual en el audiovisual	P	4,5	Propiedad intelectual		P	3

Psicología de la comunicación	O	4,5	Psicología de la comunicación	Audiencias y consumos	B	6
Realización audiovisual	T	4,5	Realización audiovisual	Realización audiovisual	P	6
Sociología de la comunicación de masas	P	5	Sociología de la comunicación	Comunicación y sociedad	B	6
Técnicas de edición electrónica	O	4,5		Competencias TIC en Comunicación	B	6
Teoría de la comunicación y la información	P	5	Teorías de la comunicación	Teorías de la comunicación	O	6
Teoría y práctica del montaje audiovisual	P	4,5	Teoría y práctica del montaje audiovisual	Montaje audiovisual	P	6
Vídeo digital de creación	P	4,5	Video de creación	Taller de audiovisual experimental	P	6
Cine y vídeo de animación	P	4,5		Animación	P	6
Documentació audiovisual	P	4,5		Fonts d'informació i documentació audiovisual	B	6