

Altres disposicions

Decret 416/2022, del 12 d'octubre del 2022

Decret 416/2022, del 12-10-2022 pel qual s'aprova el pla d'estudis del bàtxelor en comunicació de la Universitas Europaea IMF.

Exposició de motius

La Llei 14/2018, del 21 de juny, de l'ensenyament superior preveu que els plans d'estudis de les titulacions estatals siguin elaborats per les universitats i aprovats pel Govern, amb l'acreditació prèvia de l'Agència de Qualitat de l'Ensenyament Superior d'Andorra (AQUA).

Vist que les titulacions andorranes de caràcter estatal, d'acord amb els principis que regeixen l'Espai Europeu d'Ensenyament Superior, s'estructuren en tres cicles: el primer cicle condueix al títol de bàtxelor; el segon cicle, al de màster; i el tercer cicle, al de doctor;

Vist el Decret del 12-5-2010 pel qual s'estableix el títol estatal de bàtxelor en comunicació;

Vista la proposta de creació del pla d'estudis del títol estatal de bàtxelor en comunicació, presentada per la *sto Europaea IMF* al Ministeri d'Educació i Ensenyament Superior;

Vista l'acreditació favorable del pla d'estudis del bàtxelor en comunicació emesa per l'Agència de Qualitat de l'Ensenyament Superior d'Andorra;

D'acord amb aquestes consideracions, el Govern, en la sessió del 12 d'octubre del 2022, a proposta de la ministra d'Educació i Ensenyament Superior i amb l'objectiu de donar caràcter estatal al pla d'estudis presentat, aprova aquest Decret amb el contingut següent:

Article 1. *Pla d'estudis*

1. El pla d'estudis té una càrrega de treball de 180 crèdits europeus o crèdits ECTS (sistema europeu de transferència de crèdits), l'assoliment dels quals s'acredita amb el títol de bàtxelor en comunicació.
2. La durada dels estudis per obtenir el títol de bàtxelor en comunicació és de tres cursos acadèmics a temps complet dividits en sis semestres. Aquests estudis també es poden cursar a temps parcial, adequant-ne la durada.
3. La unitat de mesura de cadascuna de les unitats d'ensenyament és el crèdit europeu, d'acord amb el que estableix l'article 8 de la Llei 14/2018, del 21 de juny, de l'ensenyament superior.
4. Els 180 crèdits europeus del programa de formació es desglossen en 14 unitats d'ensenyament obligatòries de 12 crèdits, i 12 crèdits de lliure elecció.
5. La titulació s'imparteix en la modalitat virtual. No obstant, si els 12 crèdits ECTS de lliure elecció s'obtenen mitjançant estades formatives externes no curriculars, aquestes estades formatives seran en modalitat presencial.
6. La llengua vehicular de l'ensenyament pot ser la catalana, la castellana o l'anglesa. Per a l'admissió en aquest bàtxelor es requereix acreditar un nivell B2 del Marc europeu comú de referència per a les llengües (MCERL) de la llengua vehicular escollida. Els recursos documentals de les activitats formatives, ja siguin textuais o audiovisuals, s'incorporen en la seva llengua original i sense traducció. Per tant, es recomana a l'estudiant disposar de les competències lingüístiques del nivell B2 del MCERL de les altres dues llengües distintes a la llengua vehicular escollida.
7. El bàtxelor en comunicació és una titulació de nivell 6A del Marc andorrà de qualificacions (MAQ).

Article 2. *Requisits*

L'obtenció del títol de bàtxelor en comunicació requereix:

- a) Haver superat tots els crèdits del pla d'estudis corresponent, aprovat pel Govern, d'acord amb les disposicions d'aquest Decret.
- b) Haver pagat els drets d'expedició del títol corresponent.

Article 3. *Perfil i competències*

1. Perfil professional

Les persones titulades són capaces de desenvolupar tasques en les vessants principals de l'activitat comunicativa, atenent la diversitat de mitjans i suports, i la diversitat d'objectius estratègics de les empreses.

2. Competències

Els estudiants han de desenvolupar les competències transversals i específiques següents:

a) Competències transversals

- CT1. Dominar la comunicació en diferents llengües per expressar i entendre missatges en diferents contextos i situacions personals, socials i professionals.
- CT2. Treballar com a membre d'un equip, de forma col·laborativa i amb responsabilitat compartida.
- CT3. Gestionar la informació i comunicar el coneixement, resolent situacions en una societat en evolució constant.
- CT4. Actuar segons l'ètica i la responsabilitat social com a ciutadà i com a professional.
- CT5. Dissenyar i desenvolupar projectes i processos emprenedors des d'una perspectiva d'equilibri sostenible per a la transformació de l'entorn.

b) Competències específiques

- CE1. Conèixer el mercat, l'entorn professional i el món empresarial i institucional (processos i funcions de les organitzacions).
- CE2. Capacitat d'anàlisi crítica del context social i de les organitzacions.
- CE3. Capacitat d'anàlisi dels fluxos d'informació a tots els nivells.
- CE4. Utilitzar i aplicar les tècniques i els llenguatges propis que s'utilitzen als mitjans de comunicació.
- CE5. Conèixer la producció, la gestió i la difusió del producte editorial, gràfic o audiovisual i els mitjans tècnics emprats.
- CE6. Capacitat bàsica per concebre, planificar, executar i avaluar projectes comunicatius.
- CE7. Conèixer i aplicar les normatives legals que afecten els sectors de la creació, de la comunicació i de la informació.
- CE8. Capacitat per conèixer i donar a conèixer els ODS en un entorn social genèric i en un entorn professional especialitzat en l'àmbit de la comunicació.

Article 4. *Requisits d'accés*

Per accedir al bàtxelor en comunicació cal complir les condicions que estableix el Decret del 17-6-2020 pel qual s'aprova el Reglament de l'accés als nivells de l'ensenyament superior estatal.

Article 5. *Estructura del pla d'estudis*

1. El pla d'estudis s'estructura en sis semestres al llarg de tres cursos acadèmics a temps complet.
2. Cada semestre té 30 crèdits europeus. Aquest pla d'estudis té 180 crèdits europeus. Un crèdit europeu equival a 30 hores de càrrega de treball per a l'estudiant.
3. El pla d'estudis està format per unitats d'ensenyament, que es distribueixen de la forma següent:

Primer curs

Semestre	Unitats d'ensenyament	Tipus	Crèdits ECTS
1	Elements de sociologia i de comunicació	Obligatòria	12
1	Elements de psicologia i de relacions públiques	Obligatòria	12
1	Elements de publicitat i de màrqueting I	Obligatòria	6
2	Elements de publicitat i de màrqueting II	Obligatòria	6
2	Elements de periodisme i d'informació	Obligatòria	12
2	Expressió escrita i audiovisual	Obligatòria	12
Total:			60

Segon curs

Semestre	Unitats d'ensenyament	Tipus	Crèdits ECTS
3	Estratègia i tècniques publicitàries	Obligatòria	12
3	Estratègia i tècniques de relacions públiques	Obligatòria	12
3	Comunicació especialitzada I	Obligatòria	6
4	Comunicació especialitzada II	Obligatòria	6
4	Documentació i recerca	Obligatòria	12
4	Dret de la informació i la comunicació	Obligatòria	12
Total:			60

Tercer curs

Semestre	Unitats d'ensenyament	Tipus	Crèdits ECTS
5	Mitjans i campanyes publicitàries	Obligatòria	12
5	Campanyes de relacions públiques i organització d'esdeveniments	Obligatòria	12
5	Organització i gestió de l'empresa I	Obligatòria	6
6	Organització i gestió de l'empresa II	Obligatòria	6
6	Publicitat i màrqueting digital	Obligatòria	12
6	Crèdits de lliure elecció	Lliure elecció	12
Total:			60

4. Totes les unitats d'ensenyament estan assignades a un semestre lectiu i tenen una durada d'impartició de dos mesos. Les unitats d'ensenyament que no poden impartir-se en un únic semestre s'articulen en dos parts iguals de 6 crèdits cadascuna i s'assignen a dos semestres seguits.

5. Condicions per a la matriculació a les unitats d'ensenyament.

a) Els estudiants poden seguir els estudis a temps parcial o bé a temps complet en funció del nombre de crèdits als quals es matriculin per curs acadèmic.

b) Els estudiants a temps complet s'han de matricular de 60 crèdits per curs acadèmic.

c) Els estudiants a temps parcial s'han de matricular d'un mínim de 12 crèdits per curs acadèmic i d'un màxim de 48.

d) En casos excepcionals es pot presentar una sol·licitud de matrícula de més crèdits, que serà valorada per la coordinació acadèmica dels estudis.

Article 6. Resultats d'aprenentatge

1. Els resultats d'aprenentatge són les fites que l'estudiant ha d'assolir al final de cada unitat d'ensenyament i sobre les quals recau la qualificació.

2. Els resultats d'aprenentatge de les competències específiques de cada unitat d'ensenyament són els que figuren a l'annex.

Article 7. Avaluació i règim de permanència**1. Avaluació**

- a) El sistema d'avaluació és continu i finalitza amb cada unitat d'ensenyament. La superació d'una matèria requereix un mínim del 66% del total de la ponderació establerta per al conjunt de les activitats formatives.
- b) Per a la consecució dels resultats d'aprenentatge i de les competències assignades, totes les matèries han de desenvolupar les activitats acadèmiques formatives previstes (teòriques, pràctiques, participatives i de recerca) com es detalla a continuació:
- i. Activitats formatives teòriques de cada matèria: examen test de, com a mínim, 80 preguntes amb quatre opcions de resposta, de les quals només una és vàlida. Per superar l'examen test d'una matèria es requereix respondre correctament un mínim de 60 preguntes. La ponderació d'aquesta avaluació teòrica sobre la qualificació final de la matèria és del 30%.
 - ii. Activitats formatives pràctiques de cada matèria: l'avaluació consisteix a desenvolupar sis qüestions pràctiques, corresponents a sis casos o exercicis diferents de cada matèria. Es requereixen quatre respostes correctes i completes per aprovar l'examen pràctic. La ponderació d'aquesta avaluació pràctica sobre la qualificació final de la matèria és del 30%.
 - iii. Activitats formatives participatives: l'avaluació consisteix en una valoració objectiva del nivell de participació activa en les sis discussions plantejades en cada matèria. Per superar l'avaluació cal obtenir la valoració positiva en un mínim de set dels deu indicadors de l'informe d'avaluació, que es fan públics i que l'alumnat coneix prèviament. Els paràmetres d'avaluació són públics i coneguts pels estudiants abans de participar en el fòrum. La ponderació d'aquesta avaluació sobre la qualificació final de la matèria és del 10%.
 - iv. Activitats formatives de recerca: l'avaluació consisteix en una valoració objectiva de la presentació (individual o en grup) d'un treball acadèmic de recerca que segueix la metodologia establerta a aquest efecte. Per superar l'avaluació cal obtenir la valoració positiva en un mínim de set dels deu indicadors de l'informe d'avaluació, que es fan públics i que l'alumnat coneix prèviament. Els paràmetres d'avaluació són públics i coneguts pels estudiants abans d'iniciar el treball. La ponderació d'aquesta avaluació sobre la qualificació final de la matèria és del 30%.
- c) Totes les activitats es qualificaran amb un valor numèric en una escala de l'1 al 10, incloent-hi com a màxim un decimal.
- d) L'estudiant rep, a més, un comentari qualitatiu que li permet comprendre com podia haver millorat l'activitat efectuada i quins aspectes del seu procés d'aprenentatge ha de millorar.
- e) La ponderació del pes de cadascuna de les activitats d'avaluació es publica al pla docent de la unitat d'ensenyament.

2. Règim de permanència

- a) L'alumnat amb dedicació a temps complet disposa d'un dret de permanència i finalització ordinària dels ensenyaments de bàtxelor de 5 cursos acadèmics.
- b) L'alumnat amb dedicació a temps parcial disposa d'un dret de permanència i finalització ordinària dels ensenyaments de bàtxelor de 6 cursos acadèmics.

Disposició addicional

El pla d'estudis complet, l'acreditació de l'Agència de Qualitat de l'Ensenyament Superior d'Andorra i els informes que regulen l'ordenament jurídic es publicaran als webs del ministeri responsable de l'ensenyament superior i de la *Universitas Europaea IMF*.

Disposició final

Aquest Decret entrarà en vigor l'endemà de ser publicat al *Butlletí Oficial del Principat d'Andorra*.

Cosa que es fa pública per a coneixement general.

Andorra la Vella, 12 d'octubre del 2022

Xavier Espot Zamora
Cap de Govern

Annex

Resultats d'aprenentatge de les competències específiques de les unitats d'ensenyament (UE)

Primer curs. Primer semestre.

UE 1. Elements de sociologia i de comunicació	- Conèixer els conceptes fonamentals de la sociologia. - Conèixer els elements constitutius de la sociologia de la comunicació. - Conèixer els elements constitutius de la teoria de l'opinió pública. - Conèixer els elements constitutius dels mitjans de comunicació social. - Conèixer els elements constitutius de la sociologia del consum. - Conèixer els elements constitutius de la sociologia política i electoral. - Conèixer els conceptes fonamentals de la comunicació. - Conèixer les principals teories de la comunicació. - Conèixer els elements constitutius de la comunicació grupal. - Conèixer els elements constitutius de la comunicació de masses. - Conèixer els elements constitutius de la comunicació corporativa. - Conèixer els elements constitutius de la comunicació intercultural.
UE 2. Elements de psicologia i de relacions públiques	- Conèixer els conceptes fonamentals de la psicologia. - Conèixer els elements constitutius de la psicologia social. - Conèixer els elements constitutius de la psicologia del consumidor. - Conèixer els elements bàsics sobre el llenguatge, el pensament i la creativitat. - Conèixer els elements bàsics de la comunicació en la interacció social. - Conèixer els elements bàsics de les relacions interpersonals i socials. - Conèixer els elements constitutius de les relacions públiques. - Conèixer els elements bàsics que configuren els sistemes i els processos de les relacions públiques. - Conèixer els elements bàsics que configuren els mitjans i les tècniques de les relacions públiques. - Conèixer els elements constitutius que configuren els sectors de les relacions públiques. - Conèixer els elements constitutius que configuren la planificació estratègica de les relacions públiques. - Conèixer els elements bàsics que configuren el protocol i l'organització d'esdeveniments.
UE 3. Elements de publicitat i de màrqueting I	- Conèixer els conceptes fonamentals de la publicitat. - Conèixer els elements constitutius de la marca publicitària. - Conèixer els elements constitutius de l'agència publicitària. - Conèixer els elements constitutius dels mitjans publicitaris. - Conèixer els elements que configuren la planificació i l'estratègia publicitària. - Conèixer els elements que configuren el règim jurídic de la publicitat.

Primer curs. Segon semestre.

UE 3. Elements de publicitat i de màrqueting II	- Conèixer els conceptes fonamentals del màrqueting. - Conèixer els elements constitutius de l'anàlisi del mercat i de la competència. - Conèixer els elements constitutius de les polítiques de producte i de servei. - Conèixer els elements constitutius de les polítiques de preus. - Conèixer els elements constitutius de les polítiques de distribució comercial. - Conèixer els elements constitutius de les polítiques de comunicació.
UE 4. Elements de periodisme i d'informació	- Comprendre la naturalesa especial de la relació entre la informació i el periodisme. - Identificar els diferents rols professionals implicats en el procés periodístic. - Identificar les rutines productives del procés periodístic. - Conèixer el paper del periodisme i dels mitjans de comunicació com a generadors d'agenda mediàtica, política i pública. - Comprendre com els nous formats trenquen amb les barreres tradicionals dels gèneres periodístics. - Comprendre el pes de l'ètica en el periodisme, en la generació d'opinió pública. - Identificar el marc legal de la professió periodística. - Conèixer la tasca de periodista en l'elaboració de la notícia. - Conèixer l'exercici periodístic en un mitjà imprès. - Conèixer l'exercici periodístic als mitjans audiovisuals. - Conèixer l'exercici periodístic i els reptes de l'entorn digital. - Conèixer l'exercici periodístic a Andorra.

UE 5. Expressió escrita i audiovisual	- Identificar els perfils professionals dels redactors periodístics, publicitaris i de relacions públiques. - Conèixer els elements de la redacció comunicativa. - Conèixer les diferents tècniques de redacció en mitjans impresos i audiovisuals. - Conèixer els elements presents en la relació entre redacció i imatge audiovisual. - Conèixer les diferents tècniques de redacció en relacions públiques. - Conèixer les diferents tècniques de redacció en línia en publicitat i relacions públiques. - Identificar els trets característics de la narrativa audiovisual en la comunicació. - Identificar els elements que participen en la construcció del relat audiovisual (<i>storytelling</i>). - Identificar les funcionalitats del so en la dimensió comunicativa. - Conèixer els elements que participen en el muntatge audiovisual. - Conèixer els elements que participen en la postproducció audiovisual. - Identificar les estructures narratives interactives.
--	---

Segon curs. Tercer semestre.

UE 6. Estratègia i tècniques publicitàries	- Conèixer el concepte d'estratègia aplicat a l'activitat publicitària. - Definir l'estratègia publicitària en el pla de màrqueting. - Comprendre els conceptes estratègics bàsics: <i>briefing</i>, objectius de comunicació i mitjans de comunicació. - Identificar els elements de l'estratègia publicitària: <i>target</i>, àmbit geogràfic, cobertura, afinitat, estacionalitat i intensitat. - Dominar els mecanismes estratègics de base conductista, motivacional i cognitiva. - Identificar les tipologies d'estratègies segons l'orientació al canal de distribució o al consumidor final: <i>push</i> i <i>pull</i>. - Identificar les fases de la gestió de patrocinis. - Conèixer el disseny de programes de CRM. - Identificar les característiques de la publicitat en el punt de venda. - Conèixer els conceptes d'<i>advertainment</i> i <i>advergaming</i>. - Identificar les característiques de la publicitat de "guerrilla". - Usar les tècniques publicitàries especialitzades més comunes.
---	---

UE 7. Estratègia i tècniques de relacions públiques	- Conèixer els conceptes adoptats de la filosofia gerencial a les relacions públiques. - Dominar els elements de l'auditoria de relacions públiques. - Definir el mapa de públics en les relacions públiques. - Dominar els models per a l'establiment de les fites i els objectius de les relacions públiques. - Conèixer els elements d'un pressupost, l'estructura dels recursos humans i les tècniques de gestió del temps. - Dominar els models de control de qualitat dels serveis de relacions públiques. - Comprendre les diferents contextualitzacions de les tècniques de relacions públiques. - Conèixer les tècniques de coorientació entre les organitzacions i els seus públics. - Conèixer les tècniques de relacions internes. - Conèixer les tècniques de relacions externes. - Conèixer les tècniques de relacions públiques de suport al màrqueting i a la comunicació política. - Conèixer les tècniques d'avaluació de l'eficàcia de les tècniques de relacions públiques.
---	---

UE 8. Comunicació especialitzada I	- Comprendre la naturalesa de les crisis i la seva projecció comunicativa. - Identificar els trets característics de la comunicació especialitzada en crisis. - Identificar els elements i els agents que participen i actuen en les situacions de crisi. - Identificar els trets característics de les crisis en línia. - Identificar els elements bàsics de la gestió comunicativa de les crisis. - Conèixer les estratègies comunicatives de resposta a les crisis.
--	--

Segon curs. Quart semestre.

UE 8. Comunicació especialitzada II	- Conèixer el rol del portaveu en el capital relacional de les organitzacions. - Identificar els models de portaveus dins de les organitzacions. - Dominar les tècniques per a una presentació eficaç del portaveu. - Dominar les tècniques per assegurar entrevistes i compareixences eficaçes davant els mitjans de comunicació. - Identificar els trets característics de les funcions dels portaveus en la comunicació en línia. - Identificar els trets característics de les funcions dels portaveus en els processos de negociació.
--	--

UE 9. Documentació i recerca	- Conèixer les especificitats de la documentació aplicada a la comunicació. - Conèixer els models de centres de documentació en les empreses de comunicació. - Identificar les principals fonts documentals per a la comunicació. - Conèixer els models de gestió d'Internet com a font d'informació i de documentació. - Comprendre el concepte de capital intel·lectual de les organitzacions. - Conèixer els models de gestió del coneixement en les organitzacions. - Conèixer les especificitats de les fonts d'informació per a la recerca. - Descriure els processos i els dissenys de la recerca. - Identificar les tècniques de recerca qualitatives. - Identificar les tècniques de recerca quantitatives. - Aplicar la teoria i la pràctica del mostreig. - Elaborar una anàlisi de dades i l'informe de resultats corresponent.
UE 10. Dret de la informació i la comunicació	- Identificar els principals subjectes de la comunicació i de la informació i els seus posicionaments. - Identificar els elements constitucionalitzats dels drets a la comunicació i a la informació a Andorra i al seu entorn. - Comprendre la naturalesa social i jurídica de la conflictivitat associada a la llibertat d'expressió. - Conèixer els mecanismes legals de protecció i de tutela dels drets a la comunicació i la informació a nivell andorrà i internacional. - Conèixer els continguts jurídics i materials dels drets a l'honor, la intimitat i la pròpia imatge a nivell andorrà i internacional. - Conèixer el contingut jurídic i material del dret de creació i de direcció de mitjans de comunicació. - Identificar els elements bàsics de l'estatut jurídic de l'informador a nivell andorrà i internacional. - Dominar el règim jurídic de les finalitats publicitàries a nivell andorrà i internacional. - Dominar el règim jurídic dels mitjans publicitaris a nivell andorrà i internacional. - Dominar el règim jurídic específic del sector audiovisual de la comunicació a nivell andorrà i internacional. - Dominar el règim jurídic de la comunicació i la informació dels poders públics a nivell andorrà i internacional. - Conèixer el marc internacional del dret a la comunicació i la informació i la seva concreció andorrana.

Tercer curs. Cinquè semestre.

UE 11. Mitjans i campanyes publicitàries	- Comprendre els conceptes bàsics sobre mitjans, espais i formats publicitaris. - Identificar els actors en la planificació de mitjans publicitaris. - Conèixer els models d'anàlisi dels mitjans publicitaris. - Dominar les fonts i les eines per a la recerca sobre els mitjans publicitaris. - Conèixer els models d'estratègia de mitjans publicitaris. - Conèixer les tècniques de planificació, de negociació i de gestió de les campanyes de mitjans publicitaris. - Conèixer els elements del <i>briefing</i> i el <i>contrabriefing</i>. - Dominar l'anàlisi DAFO. - Conèixer els elements del disseny de l'estratègia creativa: to i forma, concepte creatiu, <i>insight</i>, <i>reason way</i>, <i>copy</i>, <i>slogan</i>, USP. - Conèixer els elements del pla de mitjans i suports publicitaris. - Dominar les tècniques pre-test i post-test de la recerca publicitària. - Dominar les fases i els conceptes de la pressupostació, calendarització i control de la campanya publicitària.
UE 12. Campanyes de relacions públiques i d'organització d'esdeveniments	- Identificar les claus del posicionament corporatiu. - Identificar els models i les tècniques aplicables a les campanyes orientades a la gestió del canvi en la cultura organitzacional. - Conèixer els fonaments de la campanya de comunicació interna. - Conèixer els fonaments de la campanya de comunicació en el sector públic. - Conèixer els fonaments de la campanya de comunicació corporativa. - Conèixer les bases diferencials de les campanyes de comunicació política i electoral. - Planificació i gestió dels esdeveniments. - Plans de comunicació dels esdeveniments. - Dominar les regles del protocol oficial. - Dominar les regles del protocol social. - Dominar les regles del protocol empresarial. - Conèixer els elements del programa de protocol.
UE 13. Organització i gestió de l'empresa I	- Comprendre la naturalesa econòmica i social de l'empresa i de les seves tipologies. - Identificar els elements que configuren l'entorn de l'activitat empresarial i forneixen dels recursos per al seu funcionament. - Conèixer els elements que constitueixen l'estructura bàsica d'una organització empresarial. - Conèixer els conceptes i les tècniques bàsiques de la gestió de la comunicació a l'empresa. - Conèixer els conceptes i les tècniques bàsiques de la gestió de la comptabilitat de l'empresa. - Conèixer els conceptes i les tècniques bàsiques de la gestió dels recursos humans de l'empresa.

Tercer curs. Sisè semestre.

UE 13. Organització i gestió de l'empresa II	- Conèixer els conceptes i les tècniques bàsiques de la gestió de les finances de l'empresa. - Conèixer els conceptes i les tècniques bàsiques de la gestió del màrqueting a l'empresa. - Conèixer els conceptes i les tècniques bàsiques de la gestió comercial de l'empresa. - Conèixer els conceptes i les tècniques bàsiques de la gestió de la comunicació a l'empresa. - Conèixer els conceptes i les tècniques bàsiques de la gestió logística de l'empresa. - Conèixer els conceptes i les tècniques bàsiques de la gestió estratègica a l'empresa.
UE 14. Publicitat i màrqueting digital	- Conèixer els fonaments de la publicitat en línia. - Identificar els suports i els formats audiovisuals publicitaris d'Internet. - Conèixer el funcionament de la publicitat en els cercadors d'Internet. - Conèixer el funcionament de la publicitat en la telefonia mòbil. - Conèixer les tècniques de planificació de la inserció publicitària en línia. - Identificar els ratis <i>display</i>, <i>search</i>, <i>email-marketing</i>. - Comprendre la definició, els objectius i la utilitat del màrqueting digital. - Conèixer les tècniques del màrqueting digital. - Identificar els motors de cerca del màrqueting digital (SEO). - Conèixer el sistema de mesurament del màrqueting digital KPIs. - Conèixer les fases i els conceptes del pla de màrqueting digital. - Identificar les tendències de futur del màrqueting digital a partir de la informació actual.