

Altres disposicions

Decret 268/2024, del 26-6-2024, pel qual s'aprova el pla d'estudis del bàtxelor en comunicació de la Universitat Carlemany.

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 Universitat Carlemany al Ministeri de Relacions Institucionals, Educació i Universitats;

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 26 de juny del 2024, a proposta del ministre de Relacions Institucionals, Educació i Universitats 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 del bàtxelor en comunicació 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 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 26 unitats d'ensenyament obligatòries de sis crèdits ECTS cadascuna, el treball de final de bàtxelor de dotze crèdits ECTS, també de caràcter obligatori, i tres unitats d'ensenyament optatives de sis crèdits ECTS cadascuna.

5. La titulació s'imparteix en la modalitat virtual.

6. La llengua vehicular de l'ensenyament és la castellana, a excepció de dos unitats d'ensenyament que es vehiculen en anglès: Anglès tècnic I i Anglès tècnic II, per a les quals es requereix un nivell B1 en llengua anglesa del Marc europeu comú de referència per a les llengües (MECR), tot i que es recomana un nivell B2. L'estudiant té l'opció de seguir un mòdul de formació en història i cultura andorrana, de forma voluntària i de manera extracurricular, impartit en llengua catalana, amb una càrrega de 5 ECTS.

7. El bàtxelor en comunicació és una titulació de nivell 6A del Marc andorrà de qualificacions.

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. Competència comunicativa, oral i per escrit, en la llengua pròpia i en d'altres. Aquesta competència inclou tant la capacitat d'anàlisi com de síntesi del discurs.

CT2. Competències interpersonals i de comunicació. Inclou les habilitats consistents a proporcionar una informació adaptada a les necessitats de l'interlocutor, establir una comunicació fluida, i ser capaç de treballar en equips interdisciplinaris i en xarxa.

CT3. Domini d'estratègies per preveure i resoldre problemes, conflictes i canvis dins del camp professional.

CT4. Competència de gestió de la informació, que implica les capacitats de cerca, gestió, anàlisi, síntesi i ús de la informació de manera autònoma en un entorn professional.

CT5. Saber organitzar i planificar la feina pròpia i els estudis ulteriors.

CT6. Ser capaç d'usar i aplicar les tecnologies de la informació i la comunicació.

CT7. Tenir consciència de les repercussions socioeconòmiques i jurídiques de les activitats professionals.

CT8. Aprendre de manera autònoma, actualitzar-se i poder aprofundir en coneixements permanentment.

CT9. Interpretar i aplicar els coneixements d'acord amb els valors ètics i els codis deontològics, i dins del marc legal.

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, la comunicació i la informació.

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 26 unitats d'ensenyament obligatòries de sis crèdits ECTS cadascuna, el treball de final de bàtxelor de dotze crèdits ECTS, també de caràcter obligatori, i tres unitats d'ensenyament optatives de sis crèdits ECTS cadascuna, que es distribueixen de la forma següent:

Primer curs

Semestre	Unitats d'ensenyament	Crèdits ECTS
1	Llengua espanyola	6
1	Història de la comunicació	6
1	Teories de la comunicació	6
1	Comunicació oral i escrita I	6
1	Introducció a la publicitat i les relacions públiques	6
2	Comunicació i societat: notícies falses i postveritat	6
2	Anglès tècnic I	6
2	Tècniques de redacció periodística	6
2	Narrativa audiovisual	6
2	Tecnologies de la informació i la comunicació	6
Total:		60

Segon curs

Semestre	Unitats d'ensenyament	Crèdits ECTS
3	Comunicació oral i escrita II	6
3	Fonaments tecnològics de l'audiovisual	6
3	Mètodes i fonts d'investigació en comunicació	6
3	Immersió en els mitjans publicitaris	6
3	Estructura i mercats de la comunicació	6
4	Anglès tècnic II	6
4	Creativitat en la comunicació	6
4	Estudi dels perfils i comportament del consumidor	6
4	Comunicació trans mèdia: realitat augmentada, espais virtuals i 3D, i màrqueting d'influenciadors	6
4	Optativa	6
Total:		60

Tercer curs

Semestre	Unitats d'ensenyament	Crèdits ECTS
5	Models i gestió d'empreses de comunicació	6
5	Tècniques de negociació i models de contractació	6
5	Comunicació corporativa i comunicació de crisi	6
5	Ètica en la comunicació, deontologia i responsabilitat social corporativa (RSC)	6
5	Optativa	6
6	Màrqueting digital	6
6	Ciberseguretat i comunicació	6
6	Optativa	6
6	Treball final de bàtxelor	12
Total:		60

4. Les condicions per matricular-se a les unitats d'ensenyament són les següents:

- 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.
- Els estudiants a temps complet s'han de matricular de 60 crèdits per curs acadèmic.
- En casos excepcionals es pot presentar una sol·licitud de matrícula de més crèdits, que és valorada per la Comissió Acadèmica de Programa.
- Els estudiants a temps parcial s'han de matricular d'un mínim de 12 crèdits per curs acadèmic i d'un màxim de 48, excepte el primer curs, que s'han de matricular d'un mínim de 30 crèdits i d'un màxim de 48.

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) L'avaluació es basa en un model d'avaluació contínua de caràcter formatiu i transparent, en un marc flexible, rellevant i integral d'igualtat d'oportunitats per als estudiants.
- b) L'avaluació es desenvolupa al llarg de tot el curs i té una doble finalitat: formativa i sumativa. La unitat d'avaluació és la unitat d'ensenyament. D'aquesta manera, es fa el seguiment directament en cada unitat d'ensenyament, i s'extreu una síntesi de l'acompliment mostrat en cada unitat.
- c) Els principals tipus d'activitats avaluables són:
 - i. Estudi del material i els recursos d'aprenentatge: reflexió, anàlisi, síntesi i valoració de documents d'estudi.
 - ii. Estudi i anàlisi de casos: proposta, elaboració i cerca de solucions per als casos d'estudi proposats.
 - iii. Participació en fòrums i debats: intercanvi d'opinions, d'experiències i de recursos entre els estudiants, proposats i moderats pel docent.
 - iv. Elaboració de projectes: disseny grupal o individual de les diverses fases d'un projecte.
 - v. Presentació oral: a través de videoconferència individual o grupal, o bé una gravació en vídeo individual o grupal.
- d) Totes les activitats es qualifiquen amb un valor numèric en una escala de l'1 al 10.
- e) 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 hauria de millorar.
- f) 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 de finalització ordinària dels ensenyaments de bàtxelor de cinc cursos acadèmics.
- b) L'alumnat amb dedicació a temps parcial disposa d'un dret de permanència i de finalització ordinària dels ensenyaments de bàtxelor de vuit cursos acadèmics.
- c) Tanmateix, es poden analitzar situacions especials amb la sol·licitud corresponent a la Comissió Acadèmica de Programa, que s'encarrega d'analitzar i resoldre el cas.

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 publiquen als webs del ministeri responsable de l'ensenyament superior i de la Universitat Carlemany.

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, 26 de juny del 2024

P. d. Conxita Marsol Riart
Ministra de Presidència, Economia, Treball i Habitatge

Annex

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

Primer curs

Primer semestre

UE 1. Llengua espanyola	– Identificar les estructures gramaticals -incloent-hi sintaxi, concordança verbal i nominal-, així com utilitzar correctament els temps verbals en comunicació. – Relacionar i aplicar un vocabulari adequat per a la comunicació escrita i oral en contextos mediàtics, incloent-hi expressions idiomàtiques i modismes comuns. – Identificar i corregir errors ortogràfics en comunicació, aplicant-hi les regles ortogràfiques fonamentals i utilitzant adequadament els signes de puntuació. – Desenvolupar una interpretació crítica dels missatges escrits, analitzant críticament textos literaris i periodístics.
UE 2. Història de la comunicació	– Identificar les formes primitives de comunicació, els desenvolupaments en les primeres civilitzacions i la influència de l'escriptura, l'oralitat i altres mitjans al llarg de la història. – Relacionar la comunicació en cultures antigues amb el context polític i social de cada període. – Comprendre el paper de l'Església en la difusió d'informació, diferenciant els mitjans de comunicació utilitzats en l'edat mitjana, des de manuscrits fins a la impremta. – Analitzar críticament el desenvolupament dels mitjans moderns (periòdics, ràdio, cinema, televisió, Internet i xarxes socials), avaluant-ne l'impacte en la societat.
UE 3. Teories de la comunicació	– Identificar les principals teories de la comunicació, diferenciant entre enfocaments clàssics i moderns, i relacionar-les amb el seu context sociocultural i les metodologies de recerca associades. – Analitzar críticament les teories de la comunicació de masses, avaluant els conceptes <i>agulla hipodèrmica</i>, <i>efectes limitats</i>, <i>establiment de l'agenda</i> i <i>usos i gratificacions</i> en contextos específics de comunicació mediàtica. – Aplicar teories de la comunicació interpersonal, dissenyant estratègies comunicatives basades en la comprensió de la comunicació simbòlica, relacional, no verbal i de l'intercanvi social. – Demostrar un coneixement crític de les teories contemporànies i emergents de la comunicació, avaluant-ne l'impacte en l'era digital, la comunicació intercultural, la teoria crítica i les tendències emergents.
UE 4. Comunicació oral i escrita I	– Demostrar un coneixement crític sobre tècniques d'expressió, pronunciació i dicció, identificant els principis teòrics de la comunicació oral. – Demostrar coneixements i habilitats per estructurar i redactar textos clars i concisos, relacionant entre si els principis fonamentals de la comunicació escrita. – Desenvolupar estratègies per adaptar el missatge a diverses audiències, identificant i analitzant el públic objectiu de manera crítica i aplicant-hi principis d'empatia i comprensió. – Analitzar críticament la comunicació multimodal, avaluant l'ús efectiu d'elements visuals i auditius, així com dissenyant presentacions multimèdia persuasives.
UE 5. Introducció a la publicitat i relacions públiques	– Demostrar un coneixement crític sobre el concepte, l'evolució i la funció de la publicitat en la comunicació, identificant els fonaments de la publicitat. – Demostrar coneixements sobre el procés creatiu i la planificació estratègica en campanyes publicitàries. Relacionar entre si els rols d'anunciants, agències i mitjans de comunicació en la publicitat. – Diferenciar els conceptes i els rols en relacions públiques, i demostrar coneixements sobre la definició, l'abast, les funcions i els rols dels professionals en aquesta disciplina. – Analitzar críticament les sinergies entre publicitat i relacions públiques, dissenyant estratègies integrades a partir de l'estudi de casos d'èxit.

Primer curs

Segon semestre

UE 6. Comunicació i societat: notícies falses i postveritat	– Identificar les transformacions socials generades per la cultura digital i la influència de la intel·ligència artificial en la comunicació, i comprendre'n l'impacte en la societat actual. – Relacionar entre si les característiques, les causes i les conseqüències de les notícies falses i la desinformació, aplicant-hi estratègies de detecció i verificació d'informació. – Analitzar críticament el concepte de postveritat i la manipulació emocional en la comunicació, avaluant-ne les implicacions ètiques. – Dissenyar mesures preventives i educatives contra la manipulació informativa.
UE 7. Anglès tècnic I	– Identificar els principis fonamentals de l'anglès tècnic, aplicar la gramàtica essencial a la comunicació tècnica i comprendre textos tècnics. – Relacionar entre si termes tècnics específics del camp de la comunicació, utilitzant argot professional en situacions d'entrevistes i converses tècniques. – Diferenciar estratègies per a la preparació i la realització de presentacions tècniques, utilitzant mitjans visuals i responnent a preguntes en context tècnic. – Demostrar habilitats gramaticals i aplicar tècniques de redacció específiques, analitzant críticament situacions professionals mitjançant simulacions.
UE 8. Tècniques de redacció periodística	– Identificar amb precisió els gèneres periodístics i comprendre les estructures narratives associades. – Relacionar de manera efectiva el procés de recerca periodística amb la pràctica de la redacció, i aplicar-ho a entrevistes i a la recopilació d'informació. – Diferenciar amb claredat les tècniques de redacció per a mitjans digitals de les utilitzades en premsa escrita, ràdio i televisió. – Analitzar críticament el procés d'edició i revisió periodística, aplicant-hi eines i tècniques específiques.
UE 9. Narrativa audiovisual	– Identificar amb precisió els conceptes fonamentals de la narrativa audiovisual, incloent-hi elements clau del llenguatge cinematogràfic. – Relacionar de manera efectiva el desenvolupament de personatges i l'arc narratiu amb la narrativa trans mèdia, explorant l'adaptació d'històries a diferents formats audiovisuals. – Analitzar críticament les tendències actuals en narrativa audiovisual, aplicant-hi tècniques de crítica cinematogràfica i televisiva. – Avaluat l'impacte cultural i social de la narrativa audiovisual, interpretant-ne les repercussions en la societat.
UE 10. Tecnologies de la informació i la comunicació	– Reconèixer fonaments i conceptes clau de les TIC, així com principis de seguretat i privacitat. – Analitzar críticament la comunicació digital i els continguts produïts en xarxes socials. – Demostrar coneixements en innovació en mitjans, analitzant tendències tecnològiques. – Dissenyar estratègies ètiques i responsables per a l'ús de les TIC en la comunicació, aplicant-hi habilitats tecnològiques per a una comunicació efectiva.

Segon curs

Tercer semestre

UE 11. Comunicació oral i escrita II	– Identificar diferents teories de persuasió per construir missatges efectius. – Distingir i posar en pràctica tècniques d'argumentació per comunicar idees persuasives i lògiques. – Desenvolupar una perspectiva analítica de la comunicació intercultural. – Demostrar un coneixement sòlid de l'ètica en la persuasió, identificant pràctiques comunicatives responsables i ètiques.
---	--

UE 12. Fonaments tecnològics de l'audiovisual	– Identificar els components essencials de la producció audiovisual, incloent-hi equipament tècnic, il·luminació i so, per a una comprensió integral del procés creatiu. – Identificar i aplicar tècniques d'edició de vídeo, disseny de so i correcció de color en situacions pràctiques de l'àmbit professional. – Avaluar i seleccionar apropiadament formats, còdecs i requisits tècnics per a la distribució digital, reconeixent-ne l'impacte en la producció audiovisual. – Analitzar de manera crítica qüestions ètiques relacionades amb la captura d'imatges i so, així com en l'edició i la postproducció.
UE 13. Mètodes i fonts d'investigació en comunicació	– Identificar els conceptes fonamentals de recerca en comunicació, incloent-hi enfocaments metodològics i consideracions ètiques. – Relacionar entre si i de manera efectiva els dissenys experimentals i no experimentals en recerca en comunicació, abordant el mostreig, els instruments de recollida i l'anàlisi de dades. – Diferenciar de manera clara les fonts primàries i les secundàries en recerca en comunicació, abordant tècniques com la revisió bibliogràfica i l'ús d'arxius i recursos audiovisuals. – Analitzar críticament les tendències actuals en recerca en comunicació, considerant aspectes com la recerca participativa, l'acció, l'ús d'intel·ligència artificial i els mètodes mixtos.
UE 14. Immersió en els mitjans publicitaris	– Identificar les estratègies aplicades en mitjans publicitaris convencionals, com la premsa, la ràdio, la televisió i la publicitat exterior. – Relacionar les tècniques de màrqueting digital i xarxes socials amb els objectius publicitaris, incloent-hi SEM, SEO i publicitat <i>display</i>. – Diferenciar les qüestions ètiques i les responsabilitats associades amb la publicitat, avaluant-ne l'impacte en la societat. – Analitzar críticament les innovacions en mitjans publicitaris, incloent-hi la integració de la IA i les noves tecnologies.
UE 15. Estructura i mercats de la comunicació	– Identificar les característiques i els rols dels mitjans de comunicació, analitzant-ne la influència en els contextos locals. – Relacionar el marc regulador dels mitjans de comunicació amb el panorama mediàtic, destacant la influència de la regulació en l'estructura mediàtica. – Diferenciar les dinàmiques globals de mitjans i comunicació, avaluant com els factors internacionals influeixen en l'estructura mediàtica a escala mundial. – Analitzar críticament la innovació tecnològica i els desafiaments globals en la comunicació, avaluant-ne l'impacte en l'estructura i els mercats dels mitjans.

Segon curs

Quart semestre

UE 16. Anglès tècnic II	– Identificar i utilitzar amb precisió termes tècnics en anglès per a la redacció tècnica en comunicació audiovisual. – Relacionar el llenguatge tècnic en anglès amb les estratègies de comunicació publicitària. – Analitzar críticament la documentació tècnica en anglès en l'àmbit dels mitjans socials. – Aplicar els principis de traducció tècnica en anglès en el context de la indústria tecnològica.
UE 17. Creativitat en la comunicació	– Identificar teories de la creativitat i aplicar-les de manera ètica a la generació d'idees innovadores en projectes de comunicació. – Relacionar tècniques de pluja d'idees i generació d'idees amb l'adaptació creativa a diferents mitjans de comunicació. – Diferenciar dinàmiques de treball col·laboratiu, aplicant-les de manera efectiva en equips creatius de comunicació. – Analitzar críticament tendències creatives, avaluant-ne l'impacte en projectes comunicatius, considerant aspectes ètics i socioeconòmics.

UE 18. Estudi dels perfils i comportament del consumidor	– Identificar les teories fonamentals sobre el comportament del consumidor. – Relacionar entre si la influència de classes socials, l'estratificació social i els factors econòmics en les decisions de consum. – Analitzar críticament les tendències emergents i el seu impacte en el comportament del consumidor. – Aplicar coneixements adquirits en estratègies de comunicació i màrqueting, adaptant-se a tendències i fomentant pràctiques sostenibles.
UE 19. Comunicació transmèdia: realitat augmentada, espais virtuals i 3D, i màrqueting d'influenciadors	– Comprendre les seves aplicacions i potencialitats en l'àmbit de la comunicació transmèdia, identificar els principis essencials de la realitat augmentada. – Relacionar i aplicar tecnologies emergents en la creació d'entorns virtuals, demostrant una comprensió avançada de les eines i la seva integració en narratives transmèdia. – Diferenciar i aplicar estratègies ètiques en col·laboracions amb influenciadors, avaluant-ne l'impacte i la transparència en el màrqueting d'influenciadors. – Desenvolupar un coneixement crític sobre el disseny i la creació d'entorns 3D, analitzant críticament les narratives immersives en espais virtuals.

Tercer curs

Cinquè semestre

UE 20. Models i gestió d'empreses de comunicació	– Comprendre les estructures financeres i les estratègies de programació, analitzant els models de negoci utilitzats en mitjans de comunicació. – Relacionar les estratègies de producció en empreses de comunicació, establint vincles entre la gestió financera, la coordinació de projectes i les estratègies de monetització. – Demostrar coneixements sobre les implicacions ètiques en la gestió financera, analitzant críticament els desafiaments ètics específics en mitjans de comunicació i agències. – Demostrar coneixements en la gestió financera de metodologies de recerca i avaluació d'impacte financer, aplicant mètodes de mesurament en projectes de recerca en comunicació.
UE 21. Tècniques de negociació i models de contractació	– Identificar i distingir models de contractació en comunicació, abastant serveis en mitjans, agències, professionals <i>freelance</i> i projectes de recerca. – Vincular la internacionalització i la contractació, avaluant aspectes legals i financers en contractes globals i aplicant-hi estratègies en col·laboració internacional. – Demostrar habilitats persuasives, de gestió de conflictes i de resolució de disputes, aplicant tècniques de negociació en contractes d'alt impacte. – Avaluat críticament aspectes ètics i financers en contractació global, dissenyant contractes que promoguin pràctiques transparents i ètiques en comunicació.
UE 22. Comunicació corporativa i comunicació de crisi	– Identificar els principis fonamentals de la comunicació corporativa, incloent-hi la seva evolució històrica i la seva importància en la gestió empresarial. – Relacionar les principals teories de la comunicació amb casos pràctics en l'àmbit corporatiu, tant en la comunicació externa com interna. – Diferenciar les estratègies i eines de comunicació externa i interna, així com gestionar canvis i desenvolupar líders interns. – Analitzar críticament la gestió integral de la comunicació de crisi, la comunicació en situacions de risc, la gestió de l'opinió pública i la recuperació postcrisi.
UE 23. Ètica en la comunicació, deontologia i responsabilitat social corporativa (RSC)	– Identificar i aplicar principis ètics en la recerca i la recopilació d'informació. – Relacionar els principis ètics en la gestió de crisi i comunicació corporativa. – Aplicar conceptes fonamentals de responsabilitat social corporativa en l'àmbit comunicatiu. – Analitzar críticament l'ètica en les relacions internacionals i la globalització des d'una perspectiva comunicativa.



Tercer curs

Sisè semestre

UE 24. Màrqueting digital	– Avaluar eines i plataformes clau en màrqueting digital per seleccionar les més adequades en funció dels objectius de la campanya. – Relacionar tècniques de segmentació d'audiències amb la personalització de missatges i estratègies de màrqueting digital. – Diferenciar i avaluar aplicacions pràctiques de la intel·ligència artificial en estratègies de màrqueting digital. – Analitzar críticament les implicacions ètiques i responsabilitats en l'ús de dades en estratègies de màrqueting digital.
UE 25. Ciberseguretat i comunicació	– Identificar els principis fonamentals de la seguretat informàtica. – Relacionar les vulnerabilitats i amenaces específiques en entorns de comunicació digital. – Analitzar la relació entre tecnologies emergents i les pràctiques de ciberseguretat. – Analitzar críticament la gestió de crisi i la resposta a incidents de seguretat.
UE 26. Treball final de bàtxelor	– Aplicar de manera efectiva els coneixements adquirits durant el programa, evidenciant una comprensió profunda dels conceptes fonamentals en l'àmbit de la comunicació. – Demostrar habilitats en àrees específiques de la comunicació, com la redacció, el disseny gràfic, la producció audiovisual o altres disciplines rellevants, destacant la seva competència en la creació de productes comunicatius d'alta qualitat. – Dissenyar i dur a terme recerques independents, aplicant metodologies apropiades i fent una anàlisi crítica de la informació i els resultats obtinguts. – Demostrar habilitats de presentació i comunicació oral, podent exposar de manera clara i persuasiva els resultats del TFB en diferents contextos.