

Altres disposicions

Decret 427/2025, del 26-11-2025, pel qual s'aprova el pla d'estudis del bàtxelor en comunicació de la Western Europe University.

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 institucions d'ensenyament superior i aprovats pel Govern, amb l'acreditació prèvia de l'Agència de Qualitat de l'Ensenyament Superior d'Andorra (AQUA).

Vist que la Llei 7/2023, del 19 de gener, de text consolidat de creació del Marc andorrà de qualificacions estableix un marc de vuit nivells;

Vist el Decret del 12-05-2010 pel qual s'estableix el títol estatal de bàtxelor en comunicació;

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

Vista la proposta de creació del pla d'estudis del títol estatal de bàtxelor en comunicació presentada per la Western Europe University al Ministeri de Relacions Institucionals, Educació i Universitats;

D'acord amb aquestes consideracions, el Govern, en la sessió del 26 de novembre del 2025, a proposta del ministre de Relacions Institucionals, Educació i Universitats, i amb l'objectiu de donar validesa acadèmica 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).

1. La durada dels estudis és de tres cursos acadèmics a temps complet, dividits en sis semestres. Cada semestre té 30 crèdits ECTS. Aquests estudis també es poden cursar a temps parcial, adequant-ne la durada.

2. Els 180 crèdits europeus del pla d'estudis es reparteixen en 18 unitats d'ensenyament de 10 crèdits ECTS cadascuna, inclòs el treball final de bàtxelor.

3. La titulació s'imparteix en la modalitat no presencial.

4. S'imparteixen 160 crèdits ECTS en llengua castellana i 20 crèdits ECTS en llengua anglesa.

Article 2. Requisits d'accés

Per accedir a aquest bàtxelor 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 3. Competències transversals i específiques

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 capacitat 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.
- CT10. Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- CT11. Capacitat de resolució de problemes.
- CT12. Capacitat d'organitzar i planificar el treball en equip.
- CT13. Capacitat d'aplicar coneixements a la pràctica.
- CT14. Capacitat per generar noves idees (creativitat).
- CT15. Capacitat per treballar amb estàndards de qualitat.
- CT16. Gestionar projectes en l'àmbit de comunicació aplicant metodologies àgils.

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. Aplicar i gestionar plataformes de comunicació digital (xarxes socials, blogs, pòdcasts i canals de vídeo) per a la comunicació professional efectiva.
- CE9. Crear contingut digital atractiu i efectiu, adaptat a diferents formats (text, imatge, vídeo, àudio) i audiències, tenint en compte les tendències i els algorismes de les plataformes digitals.
- CE10. Desenvolupar estratègies de comunicació digital per a marques, organitzacions i personalitats, incloent-hi la definició d'objectius, la planificació de continguts, la gestió de comunitats en línia i l'anàlisi de resultats.
- CE11. Gestionar la reputació en línia i les relacions amb els influenciadors, identificant oportunitats de col·laboració i desenvolupant estratègies de comunicació d'influència efectives i ètiques.
- CE12. Analitzar dades i mètriques per avaluar l'impacte de les campanyes de comunicació, comercials i de màrqueting digital i prendre decisions informades, utilitzant eines d'anàlisi de dades i mètriques de rendiment.
- CE13. Aplicar coneixements de narrativa, relats de marca (*storytelling*) i disseny per crear contingut digital impactant, utilitzant tècniques de redacció persuasiva, disseny gràfic i edició de vídeo i àudio.
- CE14. Aplicar les noves tecnologies emergents (intel·ligència artificial, realitat virtual i augmentada) a la comunicació i el màrqueting.
- CE15. Considerar l'impacte social i ecològic dels desenvolupaments informàtics i la tecnologia en general i integrar-lo en els dissenys.
- CE16. Conèixer i utilitzar les tecnologies corrents per al treball professional i personal, tant per a la creació de materials com per a l'anàlisi i la gestió.
- CE17. Planificar i desenvolupar accions de màrqueting digital, gestionant pàgines web i sistemes de comunicació a través d'Internet, per assolir els objectius de màrqueting i de la política de comerç electrònic de l'empresa.
- CE18. Desenvolupar un pla d'investigació comercial, organitzant grups d'enquestadors i investigadors, planificant el treball de camp i utilitzant les tècniques i els procediments establerts.

CE19. Elaborar el pla de mitjans publicitaris de l'empresa, combinant-los adequadament, i fer-ne el seguiment i control per assolir-ne l'execució i l'eficàcia.

CE20. Desenvolupar i executar estratègies de comunicació per al llançament i la implantació de productes o serveis en el mercat, aplicant principis de màrqueting i tècniques promocionals efectives.

CE21. Elaborar materials publipromocionals i informatius, respectant la normativa vigent en matèria de publicitat i utilitzant tècniques i aplicacions informàtiques d'edició i disseny en diversos suports, per difondre'ls segons els plans programats.

Article 4. *Perfil professional*

Les persones titulades tenen les competències professionals per desenvolupar tasques en les vessants principals de l'activitat comunicativa, atenent la diversitat d'objectius estratègics de les empreses.

Article 5. *Estructura del pla d'estudis*

1. El pla d'estudis està format per les unitats d'ensenyament següents:

Primer curs

Semestre	Unitats d'ensenyament	Tipus	Crèdits ECTS
1	Tecnologies digitals aplicades	Obligatòria	10
1	Teories i història de la comunicació	Obligatòria	10
1	Comunicació visual i disseny gràfic	Obligatòria	10
2	Xarxes socials	Obligatòria	10
2	Mitjans de comunicació tradicionals i periodisme	Obligatòria	10
2	Creació de contingut digital	Obligatòria	10
Total			60

Segon curs

Semestre	Unitats d'ensenyament	Tipus	Crèdits ECTS
3	Intel·ligència artificial aplicada	Obligatòria	10
3	Màrqueting i publicitat	Obligatòria	10
3	Planificació estratègica de la comunicació	Obligatòria	10
4	Psicologia de la comunicació i la persuasió	Obligatòria	10
4	Relat de marca (<i>storytelling</i>) i narrativa digital	Obligatòria	10
4	Comunicació i màrqueting en plataformes emergents	Obligatòria	10
Total			60

Tercer curs

Semestre	Unitats d'ensenyament	Tipus	Crèdits ECTS
5	Comunicació corporativa institucional	Obligatòria	10
5	Fonts d'informació i comunicació basada en l'evidència	Obligatòria	10
5	Deontologia de la comunicació i règims jurídics	Obligatòria	10
6	Relacions públiques i gestió de crisi Comunicació política i opinió pública Oratòria i presentacions eficaces Gestió de projectes	Opcional	10
6	Pràctiques externes	Opcional	10
6	Treball final de bàtxelor	Obligatòria	10
Total			60

2. Condicions per matricular-se a les unitats d'ensenyament:

a) Els estudiants poden seguir els estudis a temps parcial, a temps complet o bé fer una matrícula personalitzada, en funció del nombre de crèdits de què es matriculin per curs acadèmic.

b) Els estudiants a temps complet s'han de matricular de 60 crèdits, llevat dels casos de finalització d'estudis.

c) Els estudiants a temps parcial són els que es matriculen d'entre 24 i 60 crèdits, llevat dels casos de finalització d'estudis.

d) Els estudiants amb una matrícula personalitzada són els que es matriculen de menys de 24 crèdits, llevat dels casos de finalització d'estudis. Aquest tipus de matrícula pot estar limitat.

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 d'aquest pla d'estudis figuren a l'annex.

Article 7. Avaluació i règim de permanència

1. Avaluació

a) L'avaluació combina elements d'avaluació formativa i sumativa per garantir un procés d'aprenentatge continu i efectiu.

a. Avaluació formativa; inclou:

- i. Retroalimentació detallada sobre les activitats d'avaluació.
- ii. Autoavaluacions i avaluacions entre iguals en fòrums i projectes en grup per fomentar la reflexió crítica.
- iii. Seguiment continu del progrés dels estudiants en projectes en grup per fomentar la reflexió crítica.

b. Avaluació sumativa; inclou:

- i. Exàmens finals que avaluen la comprensió global dels continguts. Lliurament de projectes finals i memòries pràctiques que demostren l'aplicació pràctica dels coneixements adquirits.
- ii. Defenses orals finals que permeten als estudiants demostrar la seva capacitat de síntesi i comunicació.

b) Cada mètode d'avaluació és personalitzat a cada activitat formativa, d'aquesta manera:

- a. Lectura/estudi autònom: s'avalua mitjançant exàmens individuals de tipus test o de preguntes de problemes o desenvolupament. També es poden demanar lliuraments de resums, mapes conceptuels o altres treballs individuals per avaluar la comprensió de continguts.
- b. Discussió: s'avalua la participació en fòrums i debats amb rúbriques centrades en la qualitat de les intervencions i l'aportació als diàlegs.
- c. Projecte: s'apliquen rúbriques per avaluar el procés i els resultats dels projectes individuals i en grup. Els estudiants han de lliurar memòries o informes dels projectes. També fan defenses orals per videoconferència en què presenten el treball i responen preguntes.
- d. Problema: els alumnes lliuren un informe escrit amb la solució plantejada o fan una defensa oral per videoconferència.
- e. Pràctiques externes: les empreses qualifiquen les pràctiques a través de rúbriques. L'alumne elabora una memòria final de pràctiques.

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 anys, tres anys per finalitzar els estudis de màster i quatre anys per finalitzar els estudis de doctorat.

b) L'alumnat amb dedicació a temps parcial disposa d'un dret de permanència i de finalització ordinària dels ensenyaments de bàtxelor de sis anys, quatre anys per finalitzar els estudis de màster i sis anys per finalitzar els estudis de doctorat.

c) Excepcionalment, quan concorrin causes extraordinàries que ho justifiquin, el Rectorat pot autoritzar l'ampliació del període de permanència.

Article 8. Requisits per obtenir el títol

L'obtenció d'aquest títol requereix:

1. Haver superat tots els crèdits del pla d'estudis que estableix aquest Decret.
2. Haver pagat els drets d'expedició del títol corresponent.

Disposició adicional

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 llocs web del ministeri responsable de l'ensenyament superior i de la Western Europe University.

Disposició final

Aquest Decret entra 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 novembre del 2025

Xavier Espot Zamora
Cap de Govern

Annex. Resultats d'aprenentatge de les competències específiques de les unitats d'ensenyament

Tecnologies digitals aplicades	- Comprendre els fonaments de les tecnologies digitals i el seu impacte en la societat i la vida quotidiana. - Utilitzar de manera avançada eines d'ofimàtica per a la creació, la gestió i la col·laboració en documents, fulls de càlcul, presentacions i bases de dades. - Conèixer els conceptes bàsics, les aplicacions pràctiques i les implicacions ètiques de la intel·ligència artificial i l'aprenentatge automàtic. - Protegir les dades personals i mantenir la seguretat en línia aplicant pràctiques per a la vida digital. - Comprendre les tecnologies emergents i la seva rellevància per a diverses professions. - Aplicar principis informàtics per resoldre problemes en diversos àmbits professionals i personals.
Teories i història de la comunicació	- Comprendre les principals teories de la comunicació i la seva aplicació en diversos contextos històrics. - Analitzar els desenvolupaments clau en la història de la comunicació i el seu impacte en la societat. - Identificar i avaluar els efectes de les tecnologies de la informació i la comunicació en la cultura i la societat. - Desenvolupar habilitats crítiques per analitzar textos i mitjans de comunicació des d'una perspectiva històrica. - Aplicar coneixements teòrics per interpretar fenòmens comunicatius contemporanis. - Reflexionar sobre les implicacions ètiques i deontològiques de la pràctica comunicativa. - Investigar i presentar estudis de cas sobre moments significatius en la història de la comunicació. - Comprendre la relació entre comunicació, política i propaganda al llarg de la història. - Avaluar les teories de la recepció i l'audiència en diversos contextos històrics. - Desenvolupar una perspectiva crítica sobre el paper dels mitjans de comunicació en el canvi social.
Comunicació visual i disseny gràfic	- Analitzar i interpretar els elements fonamentals del llenguatge visual i la seva aplicació en la comunicació. - Aplicar els principis del disseny gràfic en la creació de projectes visuals efectius. - Utilitzar adequadament la tipografia, el color i la composició per transmetre missatges visuals. - Desenvolupar habilitats en l'ús d'eines i programari de disseny gràfic. - Crear dissenys editorials coherents i funcionals. - Conceptualitzar i desenvolupar projectes d'identitat visual i brànding. - Aplicar principis de disseny web i d'interfícies d'usuari en projectes digitals. - Analitzar críticament tendències actuals en disseny gràfic i comunicació visual. - Integrar elements visuals i textuais per crear comunicacions efectives. - Desenvolupar projectes de disseny que responguin a necessitats comunicatives específiques.
Xarxes socials	- Analitzar l'estructura i el funcionament de les principals plataformes de xarxes socials. - Desenvolupar estratègies efectives de comunicació i màrqueting en xarxes socials. - Avaluar l'impacte psicològic de les xarxes socials en diversos grups demogràfics. - Aplicar principis ètics en la gestió de la informació i la interacció en línia. - Utilitzar eines analítiques per mesurar l'efectivitat de les campanyes en xarxes socials. - Preveure tendències futures en la tecnologia de xarxes socials i preparar-se per a canvis rupturistes.

Mitjans de comunicació tradicionals i periodisme	- Analitzar críticament l'estructura i el funcionament dels mitjans de comunicació tradicionals. - Aplicar les tècniques de redacció i els gèneres periodístics en diversos formats. - Avaluar les implicacions ètiques en la pràctica periodística. - Comprendre l'impacte de la transformació digital en els mitjans tradicionals. - Desenvolupar habilitats d'investigació i reporterisme. - Interpretar la relació entre els mitjans de comunicació, la política i la societat. - Produir continguts periodístics adaptats a diverses plataformes i audiències. - Analitzar críticament la producció informativa i identificar biaixos. - Identificar i aplicar noves tendències en el periodisme. - Avaluar l'impacte de les xarxes socials en la pràctica periodística tradicional.
Creació de contingut digital	- Comprendre els fonaments de la creació de continguts digitals. - Utilitzar eines i programari per crear continguts digitals. - Dissenyar elements gràfics atractius per a diverses plataformes digitals. - Editar vídeos i àudios per distribuir-los en línia. - Crear continguts efectius per a xarxes socials. - Desenvolupar estratègies de màrqueting de continguts. - Optimitzar continguts digitals per a motors de cerca (SEO). - Mesurar i analitzar l'efectivitat dels continguts digitals. - Aplicar principis ètics i legals en la creació de continguts. - Fer projectes pràctics de creació de continguts digitals.
Intel·ligència artificial aplicada	- Identificar les aplicacions de la IA en la vida quotidiana i la seva influència en les decisions personals. - Utilitzar eines d'IA en dispositius mòbils i ordinadors per millorar l'eficiència en tasques diàries. - Reconèixer les implicacions ètiques i de privacitat en l'ús de la IA. - Desenvolupar estratègies per protegir la privacitat i la seguretat en entorns amb IA. - Aplicar coneixements d'IA per millorar l'experiència personal en l'oci, la salut i l'educació.
Màrqueting i publicitat	- Comprendre i aplicar els conceptes fonamentals del màrqueting i la publicitat. - Analitzar el comportament del consumidor i aplicar tècniques d'investigació de mercats. - Desenvolupar estratègies de segmentació, <i>targeting</i> i posicionament. - Dissenyar i implementar plans de màrqueting mix. - Planificar i executar campanyes publicitàries efectives. - Aplicar tècniques de màrqueting digital i analitzar-ne l'impacte. - Avaluar l'eficàcia de les estratègies de màrqueting i publicitat. - Aplicar principis ètics i legals en la pràctica del màrqueting i la publicitat. - Adaptar estratègies de màrqueting a contextos internacionals i multiculturals. - Desenvolupar habilitats de presentació i comunicació de propostes de màrqueting.
Planificació estratègica de la comunicació	- Fer anàlisis exhaustives de l'entorn comunicatiu utilitzant eines com Pestel i DAFO. - Aplicar tècniques avançades d'investigació per informar les estratègies de comunicació. - Definir objectius de comunicació SMART i identificar públics objectius específics. - Dissenyar estratègies i tàctiques de comunicació innovadores i efectives. - Desenvolupar plans de comunicació integrada complets i coherents. - Gestionar campanyes de comunicació simulades en temps real. - Utilitzar eines digitals avançades per a la planificació i l'execució estratègiques. - Crear i implementar plans de comunicació de crisi i gestió de la reputació. - Avaluar l'efectivitat de les estratègies i les campanyes de comunicació utilitzant mètriques avançades. - Presentar i defensar un pla de comunicació estratègica complet davant un panel d'experts.
Psicologia de la comunicació i la persuasió	- Articular els principals conceptes teòrics que connecten la psicologia i la comunicació, demostrant una comprensió profunda d'aquesta intersecció disciplinària. - Aplicar coneixements sobre els processos cognitius en la interpretació de missatges comunicatius, demostrant com la percepció i la memòria influeixen en la comprensió dels missatges. - Analitzar com les emocions influeixen en la comunicació i com s'expressen en diversos contextos, amb un enfocament crític sobre els efectes emocionals. - Aplicar habilitats de comunicació interpersonal, incloent-hi la influència i la persuasió, en diverses situacions, demostrant una comprensió pràctica de les dinàmiques comunicatives. - Analitzar les dinàmiques de la comunicació en entorns de grup i organitzacionals, aplicant principis psicològics per comprendre la presa de decisions, la resolució de conflictes i altres aspectes. - Comprendre com la psicologia s'entrellaça amb la comunicació digital, incloent-hi l'ús de xarxes socials i els efectes psicològics de la comunicació en línia.

Relat de marca (<i>storytelling</i>) i narrativa digital	- Comprendre i aplicar els principis fonamentals del relat de marca (<i>storytelling</i>) i la narrativa digital. - Crear històries digitals estructurades i atractives per a diverses plataformes. - Desenvolupar personatges complexos i trames convincent per a narratives digitals. - Aplicar tècniques de relat de marca (<i>storytelling</i>) visual utilitzant imatges i vídeos. - Dissenyar i produir narratives interactives i no lineals. - Adaptar històries per a diversos formats i plataformes digitals. - Utilitzar eines i tecnologies específiques per a la creació de narratives digitals. - Implementar estratègies de relat de marca efectives per a xarxes socials. - Avaluar i aplicar consideracions ètiques en la creació de narratives digitals. - Analitzar i criticar narratives digitals des d'una perspectiva tècnica i creativa.
Comunicació i màrqueting en plataformes emergents	- Comprendre els fonaments del màrqueting digital i les plataformes emergents. - Desenvolupar i implementar estratègies de màrqueting en xarxes socials. - Crear i gestionar campanyes de publicitat digital en diverses plataformes. - Produir continguts digitals atractius i efectius per a diverses audiències. - Optimitzar continguts per a motors de cerca (SEO) i millorar la visibilitat en línia. - Analitzar dades web i mètriques per avaluar el rendiment de les campanyes. - Gestionar la reputació en línia i respondre a crisis de comunicació. - Col·laborar amb influenciadors i gestionar campanyes de màrqueting d'influència. - Utilitzar eines d'automatització del màrqueting per millorar l'eficiència. - Identificar i aplicar tendències emergents en màrqueting digital.
Comunicació corporativa i institucional	- Comprendre i aplicar els principis fonamentals de la comunicació corporativa i institucional. - Desenvolupar estratègies efectives per gestionar la identitat, la imatge i la reputació corporativa. - Dissenyar i implementar plans de comunicació corporativa integral. - Gestionar la comunicació interna i promoure una cultura organitzacional positiva. - Establir i mantenir relacions efectives amb els mitjans de comunicació. - Desenvolupar protocols i estratègies per a la comunicació de crisi. - Integrar la responsabilitat social corporativa en l'estratègia de comunicació. - Elaborar informes i presentacions per a la comunicació financera i amb inversors. - Implementar estratègies de comunicació digital i gestió de xarxes socials corporatives. - Comprendre i aplicar tècniques de lobbisme i relacions institucionals.
Fonts d'informació i comunicació basada en l'evidència	- Comprendre els principis de la investigació basada en l'evidència. - Identificar i avaluar críticament diversos tipus de fonts d'informació. - Aplicar mètodes de recerca qualitativa i quantitativa en projectes de comunicació. - Utilitzar bases de dades acadèmiques i professionals per obtenir informació fiable. - Desenvolupar habilitats de cerca avançada d'informació. - Analitzar i interpretar dades de manera rigorosa. - Comunicar resultats de recerca de manera clara i efectiva. - Aplicar principis ètics en la recerca i la comunicació de dades. - Fer estudis de cas aplicant la recerca basada en l'evidència. - Desenvolupar una mentalitat crítica i analítica en la utilització de fonts d'informació.
Deontologia de la comunicació i règims jurídics	- Analitzar críticament els dilemes ètics en la comunicació contemporània. - Aplicar principis deontològics en la presa de decisions comunicatives. - Interpretar i aplicar les lleis i regulacions rellevants en el camp de la comunicació. - Desenvolupar estratègies de comunicació ètiques i socialment responsables. - Avaluar les implicacions ètiques de les noves tecnologies en la comunicació. - Implementar pràctiques de protecció de dades i privacitat en projectes de comunicació. - Crear campanyes de comunicació que respectin la diversitat cultural i promoguin la inclusió. - Dissenyar polítiques de comunicació corporativa alineades amb principis ètics. - Gestionar crisis de comunicació de manera ètica i efectiva. - Argumentar i defensar posicions ètiques en debats sobre comunicació i mitjans.

Relacions públiques i gestió de crisi	- Desenvolupar estratègies de relacions públiques efectives per a diversos tipus d'organitzacions. - Analitzar i gestionar la reputació corporativa en diversos contextos. - Dissenyar i implementar plans de comunicació interna i externa. - Establir i mantenir relacions positives amb els mitjans de comunicació. - Organitzar esdeveniments corporatius i aplicar protocols adequats. - Integrar la responsabilitat social corporativa en les estratègies de relacions públiques. - Desenvolupar plans de prevenció i gestió de crisi. - Implementar estratègies de comunicació de crisi en entorns digitals. - Avaluar les situacions de crisi per aprendre'n i millorar la resposta futura. - Aplicar principis ètics en la pràctica de les relacions públiques i la gestió de crisi.
Comunicació política i opinió pública	- Analitzar críticament les estratègies de comunicació política en diversos contextos. - Comprendre els processos de formació de l'opinió pública i la seva influència en la política. - Dissenyar i implementar campanyes de comunicació política efectives. - Avaluar l'impacte dels mitjans de comunicació en els processos polítics. - Aplicar tècniques d'anàlisi del discurs polític i de retòrica. - Interpretar i utilitzar dades d'enquestes d'opinió en la comunicació política. - Desenvolupar estratègies de gestió de crisi en l'àmbit polític. - Utilitzar eficaçment les xarxes socials en la comunicació política. - Aplicar principis ètics en la pràctica de la comunicació política. - Comprendre i analitzar les dinàmiques del lobbisme i els grups d'interès.
Oratòria i presentacions eficaces	- Estructurar i organitzar discursos i presentacions de manera efectiva. - Aplicar tècniques de comunicació verbal i no verbal per millorar l'impacte del missatge. - Adaptar l'estil de presentació a diversos contextos i audiències. - Utilitzar recursos audiovisuals de manera efectiva per reforçar el missatge. - Gestionar eficaçment sessions de preguntes i respostes. - Aplicar tècniques d'improvisació en situacions de comunicació planificades. - Analitzar i avaluar críticament presentacions pròpies i d'altres. - Desenvolupar un estil personal d'oratòria autèntic i efectiu. - Aplicar tècniques de persuasió i argumentació en diversos tipus de discursos. - Demostrar confiança i presència en parlar en públic.
Gestió de projectes	- Conèixer els aspectes de la gestió empresarial. - Capacitat d'entendre de manera bàsica el llenguatge financer. - Capacitat d'entendre les necessitats de comunicació i de màrqueting i vendes i de plantejar projectes en aquestes àrees. - Capacitat per plantejar el procés d'operacions de l'empresa. - Planificar un projecte. - Dirigir un projecte. - Avaluar un projecte en diverses etapes del seu cicle de vida. - Treballar amb tecnologies de gestió de projectes àgils.
Pràctiques externes	- Aplicar els coneixements teòrics i pràctics adquirits en la titulació a situacions reals de treball. - Integrar-se amb èxit en un entorn professional i col·laborar amb altres professionals del camp. - Desenvolupar habilitats pràctiques i professionals específiques del camp de la comunicació. - Fer tasques i projectes assignats amb eficàcia i eficiència. - Reflexionar sobre l'experiència pràctica i identificar àrees de millora i creixement professional.
Treball final de bàtxelor	- Aplicar els coneixements teòrics i pràctics adquirits en la titulació a situacions reals de treball. - Desenvolupar habilitats pràctiques i professionals específiques del camp del bàtxelor. - Fer tasques i projectes assignats amb eficàcia i eficiència. - Reflexionar sobre l'experiència pràctica i identificar àrees de millora i creixement professional.