

Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales

Universitat Abat Oliba CEU

Memoria para la verificación 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.

1.1. Descripción

TABLA 1. Descripción del título

1.1. Denominación del título:	Graduado o Graduada en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales por la Universitat Abat Oliba CEU
1.2.a) Rama de conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
1.2.b) Ámbito de conocimiento:	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas
1.3.a) Menciones y especialidades:	
1.3.b) Mencion Dual:	No
1.4.a) Universidad responsable:	Universitat Abat Oliba CEU
1.4.b) Universidades participantes:	• Universitat Abat Oliba CEU
1.4.c.1) Conjunto:	No
1.5) Número total de plazas:	40
Otras Características:	
Agencia	Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya

Tabla 1.a Distribución de Créditos

Créditos de Formación Básica	60
Créditos de Prácticas Externas	6
Créditos Optativos	0
Créditos Obligatorios	168
Créditos de Trabajo Final	6
Créditos Totales	240

TABLA 2. Centros

Universidad:	Universitat Abat Oliba CEU
Centro:	08073235 - Facultad de Comunicación, Educación y Humanidades
Centro Responsable:	Si

Centro Acreditado Institucionalmente:	No
Modalidad de impartición / Nº plazas:	• Presencial: 40
Número total de plazas ofertadas en el centro	160
Número de plazas de nuevo ingreso para primer curso	40
Idiomas de impartición:	• castellano • catalan • ingles

1.10 Justificación del Título

En la siguiente página, se muestra idéntica información que la contenida en el archivo [1.10_justificacion_GCCCD.pdf](#)



1.10. Justificación del interés del título

La revolución digital y el auge de las nuevas tecnologías han transformado radicalmente el paisaje de la comunicación y la creación de contenidos. Este cambio de paradigma demanda profesionales capacitados no solo en las teorías tradicionales de la comunicación, sino también en el uso estratégico de las nuevas plataformas digitales para la creación, distribución y análisis de contenidos. El Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales de la Universitat Abat Oliba CEU responde a esta necesidad emergente, preparando a los estudiantes para liderar en un entorno mediático en constante evolución.

Desde una perspectiva académica, este grado incorpora un enfoque innovador en el estudio de la comunicación y la formación de comunicadores, integrando disciplinas como el marketing digital, la analítica web y el diseño multimedia, con el objetivo de proporcionar una comprensión holística y actualizada de la comunicación digital. La incorporación de metodologías como el método expositivo, el estudio y resolución de casos prácticos, el aprendizaje basado en problemas, el trabajo de síntesis, el aprendizaje basado en proyectos y, al mismo tiempo, el uso de tecnologías avanzadas garantiza que nuestros graduados apliquen prácticamente sus conocimientos en contextos reales, promoviendo una formación integral y orientada a la resolución de problemas a partir de 9 tipos de actividades formativas.

En el ámbito profesional, la demanda de creadores de contenidos digitales y estrategias de comunicación digital ha experimentado un crecimiento exponencial. Empresas de todos los sectores buscan activamente profesionales capaces de adaptarse a las nuevas formas de comunicación online, crear contenidos relevantes y gestionar comunidades virtuales.

Un estudio de la Asociación Española de Universidades con Titulaciones de Información y Comunicación (ATIC) del año 2016 enfatiza que, entre los posibles estudios de las universidades españolas pueden ofrecer, un camino fundamental al futuro es el de la comunicación digital. Los estudios de comunicación deben integrar claramente la formación en resultados de aprendizaje para la comunicación en entornos digitales y con herramientas que permiten la comunicación digital.

El Grado de la UAO CEU, al enfocarse en las competencias digitales más solicitadas por el mercado laboral, asegura una alta empleabilidad, preparando a sus estudiantes para contribuir significativamente en campos como el marketing digital, la gestión de redes sociales, el periodismo digital y la producción audiovisual.

El título tiene una relevancia social incuestionable. En una era donde la información y el contenido digital se producen y consumen a un ritmo sin precedentes, formar profesionales éticos, críticos y creativos en el ámbito de la comunicación digital es fundamental para garantizar una sociedad informada, inclusiva y participativa. Este grado contribuye al desarrollo de una conciencia crítica sobre el impacto de la tecnología en la sociedad y fomenta la creación de contenidos que promuevan valores positivos y el bienestar colectivo.

El Grado está estratégicamente diseñado para satisfacer las necesidades actuales y futuras del sector de la comunicación digital, respaldando por el compromiso institucional con la innovación educativa y la excelencia académica. Con este Grado, la UAO CEU opta para una





formación de profesionales altamente cualificados y responsables, capaces de navegar y moldear el futuro de la comunicación digital.

Del mismo modo, el Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales se sustenta en un marco científico sólido, derivado de disciplinas como la teoría de la comunicación, los estudios sobre medios digitales y la cultura digital, que cuentan con una extensa tradición académica y un desarrollo continuo. Este ámbito de estudio ha sido profundamente abordado por referentes internacionales como Manuel Castells, con su teoría sobre la sociedad red, que resalta el papel crucial de las tecnologías de la información y la comunicación en la reconfiguración de las estructuras sociales y económicas globales, y Henry Jenkins, pionero en los estudios sobre cultura participativa y convergencia de medios, lo que refuerza el enfoque interdisciplinario del grado.

Asimismo, el diseño del grado se alinea con los avances recientes en áreas como los estudios de producción de contenidos digitales, estrategias transmedia y la creación de narrativas interactivas, aspectos ampliamente estudiados por investigadores como Lev Manovich, con su trabajo sobre el nuevo lenguaje de los medios y el análisis de la convergencia entre cultura visual y software, y Jussi Parikka, destacado por sus estudios sobre los aspectos materialistas y ecológicos de los medios digitales.

El plan de estudios de este Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales de la UAO CEU se ha confeccionado teniendo como referencia estudios ofertados tanto en España como en el extranjero que se detallan en el Anexo 1 y prepara al futuro egresado/a para las nuevas necesidades que demanda un mercado laboral muy dinámico y globalizado. Este plan de estudios se encuentra en consonancia con marcos académicos internacionales, como los definidos por la European Communication Research and Education Association (ECREA) y el Digital Humanities at Stanford University, instituciones que promueven la investigación en las intersecciones entre los medios, la tecnología y las humanidades. Estos referentes no solo subrayan la relevancia teórica del grado, sino que también lo sitúan en un contexto académico de vanguardia, potenciando su incardinación internacional.

Por otro lado, el grado se inserta en los objetivos globales establecidos por el Marco Europeo de Cualificaciones (EQF por sus siglas en inglés) y el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), lo que asegura su homologación internacional y refuerza su proyección en redes académicas y profesionales, asegurando que los graduados puedan integrarse en investigaciones y proyectos colaborativos a nivel mundial.



1.11 Objetivos Formativos

1.11.a) Principales objetivos formativos del título

El Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales de la Universitat Abat Oliba CEU está diseñado para formar profesionales capaces de responder a los desafíos del panorama mediático actual, dominado por el contenido digital. Este programa busca:

- Formar expertos/as en comunicación digital y creación de contenidos, preparándolos para adaptarse a la evolución constante de la tecnología y las tendencias mediáticas.
- Desarrollar en los estudiantes la capacidad de aplicar conocimientos teóricos en la resolución de problemas prácticos dentro del ámbito de la comunicación digital, el marketing digital y la creación de contenidos digitales, fomentando un aprendizaje basado en la experiencia y en la innovación.
- Promover la interacción directa con profesionales del sector y el trabajo en proyectos reales, garantizando una formación que combina el conocimiento teórico con la experiencia práctica.
- Desarrollar habilidades técnicas en áreas como la edición de video, el diseño gráfico y la estrategia en comunicación digital.
- Fomentar el pensamiento crítico y analítico, capacitando a los estudiantes para analizar tendencias, evaluar estrategias de comunicación y comprender el impacto social de los medios digitales, e identificar los contextos económicos y estructurales de las industrias culturales y comunicativas para el desarrollo de la capacidad para elaborar, diseñar y planificar.

1.11.b) Objetivos formativos de las menciones o especialidades

El programa del Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales no especifica menciones o especialidades formales dentro de su estructura curricular.

1.14 Perfiles de egreso

1.14.a) Perfiles fundamentales de egreso

especialista en comunicación digital, creador de contenidos, analista de medios sociales, gestor de proyectos digitales, desarrollador multimedia

1.14.b) Actividad profesional regulada habilitada por el título

Habilita para profesión regulada	No
Condición de acceso para título profesional	No

2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje

2.1. Conocimientos o contenidos

Código	Descripción
RA10	Relacionar los conceptos de la teoría de comunicación con los respectivos procesos comunicativos tanto en entornos tradicionales como digitales.
RA11	Identificar las principales tecnologías de la información y la comunicación, para su uso como herramientas de creación y gestión de contenido digital, plataformas de redes sociales, y edición de audio y vídeo.
RA12	Relacionar las bases del marketing digital con las estrategias de comunicación y los procesos comunicativos del marketing, el periodismo y la publicidad.
RA13	Reconocer diferentes formas y formatos de contar historias en medios tradicionales y digitales, incluyendo la narrativa transmedia.
RA14	Asociar las implicaciones éticas y legales con la producción y distribución de contenidos digitales, incluyendo derechos de autor, privacidad, y el respeto por los estándares éticos en la comunicación digital.
RA15	Identificar los procesos sobre la recopilación, análisis, e interpretación de datos digitales para informar decisiones estratégicas en el ámbito de la comunicación y el marketing digital.
RA16	Interpretar, desde una visión global, la evolución de los medios digitales y las tendencias en la industria de la comunicación, estando preparado para anticipar y adaptarse a los cambios en el sector.
RA17	Relacionar los fundamentos de diseño gráfico sus diferentes usos en la creación de contenidos digitales, con el fin de mejorar la eficacia comunicativa y estética de los proyectos digitales.
RA18	Seleccionar las soluciones tecnológicas y los recursos necesarios para el desarrollo y la ejecución de proyectos de gestión y análisis de datos en el ámbito de la comunicación digital.
RA19	Describir los conceptos de la programación más habituales en la comunicación y la explotación de datos.
RA3	Identificar interrelaciones entre el ámbito de comunicación digital, la producción de contenidos digitales y otras áreas de conocimiento para promover el trabajo transdisciplinar del comunicador en proyectos académicos o profesionales.
RA6	Demostrar un compromiso ético en las diferentes dimensiones de la comunicación, basado en la conciencia y reflexión personal, en coherencia con los principios deontológicos de la comunicación y respetando la integridad de la persona.

RA7	Identificar los principios de promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluyendo la responsabilidad social ante cuestiones de sostenibilidad y cambio climático, para aplicarlos efectivamente en el desempeño profesional dentro del ámbito de la comunicación digital.
RA8	Identificar los principios propios de una cultura de paz y no violencia, basados en los derechos humanos y los valores democráticos, en sus análisis y reflexiones sobre la comunicación digital.

2.2. Habilidades o destrezas

Código	Descripción
RA1	Utilizar de manera eficaz e integradora las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos relacionados con el ámbito de la creación de contenidos digitales.
RA2	Comunicar eficazmente, de forma oral o escrita en catalán, castellano e inglés en el desempeño de la actividad profesional y académica relacionada con la comunicación digital.
RA20	Producir contenidos digitales de alta calidad, incluyendo texto, imágenes, audio y vídeo, empleando herramientas de edición avanzadas.
RA21	Aplicar la creatividad y la innovación en la creación de contenido que capte la atención y comprometa a la audiencia.
RA22	Comunicar ideas y conceptos de manera clara y efectiva a través de diferentes plataformas digitales, adaptando el mensaje al medio y al público objetivo, y utilizando el lenguaje y las estrategias de comunicación más apropiados para cada canal.
RA23	Planificar el proceso integral de implementación y monitoreo de estrategias en redes sociales, entendiendo las dinámicas de cada plataforma y sabiendo cómo fomentar la interacción, el compromiso y la construcción de comunidades en línea.
RA24	Analizar datos digitales a partir de su recolección e interpretación a través del uso de herramientas de analítica web, con el objetivo de optimizar estrategias de marketing y comunicación y tomar decisiones basadas en evidencia.
RA25	Evaluar de forma objetiva los contenidos digitales y las estrategias de comunicación para identificar problemas, plantear soluciones innovadoras y tomar decisiones informadas.
RA26	Adaptar los planes de comunicación a las rápidas evoluciones tecnológicas y a los cambios en las tendencias de comunicación digital en un sector en constante evolución.
RA27	Ejecutar, a partir de su planificación y evaluación, proyectos digitales, aplicando metodologías de gestión de proyectos y herramientas digitales para garantizar la entrega a tiempo, dentro del presupuesto y conforme a los objetivos establecidos.
RA5	Participar en la generación de propuestas de emprendimiento basadas en la innovación y el liderazgo, que pueden promover el cambio, el progreso y la mejora en el campo de la comunicación digital.
RA9	Generar contenidos comunicativos digitales que presten especial atención a la equidad, la inclusión social, la igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, y los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas.

2.3. Competencias

Código	Descripción
RA28	Comunicar de manera efectiva en la variedad de contextos digitales, empleando los diversos formatos y canales existentes para alcanzar y fidelizar a audiencias específicas, manteniendo siempre un alto grado de profesionalismo y ética.
RA29	Gestionar la información de manera eficiente, utilizando herramientas digitales avanzadas para el análisis de datos, la gestión y la toma de decisiones basadas en evidencia en el campo de la comunicación y el marketing y la publicidad digitales.
RA30	Resolver problemas complejos de manera creativa y efectiva, aplicando un pensamiento crítico y estratégico para tomar decisiones informadas que impulsen el éxito de proyectos y estrategias de comunicación.
RA31	Construir proyectos de comunicación digital desde la concepción hasta la implementación y evaluación, asegurando que se cumplan los objetivos, se mantengan los plazos y se optimicen los recursos.
RA32	Idear propuestas y proyectos profesionales relativos a la comunicación digital en el ámbito de una empresa o institución, nacional o internacional, con autonomía y responsabilidad social.
RA33	Crear un proyecto de investigación del ámbito de la comunicación digital, de carácter teórico y normativo o de orientación práctica y aplicada, contemplando las etapas y recursos metodológicos adecuados, con cierta independencia, así como honestidad intelectual, e integridad científica.
RA4	Trabajar de manera colaborativa en entornos multidisciplinarios, promoviendo la comunicación efectiva, el respeto mutuo y la gestión de proyectos compartidos.

3. Admisión, reconocimiento y movilidad

3.1. Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes

3.1.a) Normativa y procedimiento general de acceso

De acuerdo con el artículo 4 de la Ley 20/2003, de 4 de julio, de reconocimiento de la Universitat Abat Oliba CEU, la admisión a los estudios implantados se somete al cumplimiento de los requisitos que establece la normativa vigente para acceder a las enseñanzas universitarias. La universidad regula el sistema de acceso del alumnado a sus centros y vela para que, tanto en la regulación como en la aplicación de esta regulación, se reconozca el derecho de acceso y el de permanencia, observándose los principios de igualdad, mérito y capacidad, sin ningún tipo de discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, disminución física o sensorial, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.

El acceso a las enseñanzas de grado está regulado por el Real Decreto 534/2024, de 11 de junio, por el que se regulan los requisitos de acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, las características básicas de la prueba de acceso y la normativa básica de los procedimientos de admisión. Dentro de este marco, el acceso de estudiantes a las titulaciones de grado de la UAO CEU se realiza según la Normativa de Gestión Académica, disponible en este enlace:

<https://uaoceu.es/sites/default/files/calidad/normativa-gest-acad.pdf>

En este espacio web se resume el procedimiento general previsto en la normativa:

<https://www.uaoceu.es/proceso-de-admision?modal=admision#admision>

La universidad también cuenta con un reglamento específico del programa de apoyo a estudiantes con discapacidad para facilitar la accesibilidad a dicho alumnado. En los

siguientes enlaces se puede consultar el reglamento (1) y el folleto informativo del programa (2):

1. <https://uaoceu.es/sites/default/files/calidad/reglamento-paed.pdf>
2. <https://uaoceu.es/sites/default/files/calidad/diptic.pdf>

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

La **Prueba General de Admisión** se estructura en tres partes, ordenadas a valorar la adecuación del candidato/a al perfil de ingreso en los estudios solicitados. En el anexo 3 se puede consultar el detalle de cada una de estas partes.

3.2. Criterios para el reconocimiento y transferencias de créditos

Requisitos	Si
Reconocimiento de créditos ECTS de Enseñanza Superior Oficial	
Mínimo	0
Máximo	0
Reconocimiento de créditos ECTS de Títulos Propio	
Mínimo	0
Máximo	0
Reconocimiento de créditos ECTS de Experiencia Laboral y Profesional	
Mínimo	0
Máximo	36

El reconocimiento y la transferencia de créditos están regulados por el art. 10 del RD 822/2021 del 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad. Dentro de este marco, la UAO CEU establece los criterios generales y la normativa de reconocimiento y transferencias de créditos en la Normativa de Gestión Académica:

<https://uaoceu.es/sites/default/files/calidad/normativa-gest-acad.pdf>

3.3. Movilidad de los estudiantes propios y de acogida

A nivel institucional la movilidad se regula según la [Normativa de Movilidad Internacional del Alumnado de Grado de la Universitat Abat Oliba CEU](#) y se planifica y gestiona a través de los siguientes procesos del SGIC (se enlaza el texto al documento público de cada proceso):

- [PC 07 Proceso de planificación de la movilidad](#)
- [PC 08 Proceso de gestión de la movilidad](#)

En cuanto a los destinos de movilidad específicos para el Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales, se toma como punto de partida todos aquellos convenios de colaboración ya firmados con instituciones extranjeras de educación superior que incluyan en su oferta académica estudios equivalentes a dicho Grado en el área de Comunicación. La relación completa y actualizada de estas instituciones puede verse en:

<https://www.uaoceu.es/movilidad-internacional> (sección convenios internacionales).

Destacamos especialmente Murdoch University (Australia), EWHA Women's University (Corea), Coventry University (Reino Unido), Universidad Sacre Cuore (Italia), Universidad Iberoamericana (Mexico), Universidad de Bonn (Alemania).

Se recomienda la movilidad durante el primer semestre del tercer o cuarto curso, considerando que la posibilidad de encontrar ofertas formativas en universidades conveniadas que permiten la convalidación de resultados de aprendizaje del itinerario de la UAO CEU es más fácil.

4. Planificación de las enseñanzas

4.1. Estructura básica de las enseñanzas

4.1.a) Documento de Planificación

En la siguiente página, se muestra idéntica información que la contenida en el archivo [4.1_plan_de_estudios_GCCCD \(2\).pdf](#)



4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1. Estructura básica de las enseñanzas

Distribución de los estudios en créditos ECTS, por tipo de materia:

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS ECTS
Formación básica	60
Materias obligatorias	168
Materias optativas	0
Prácticas externas	6
Trabajo fin de Grado	6
Total	240

Distribución de materias básicas por el plan de estudios

Los créditos de Formación Básica son 60 distribuidos entre los 30 vinculados al mismo ámbito de conocimiento en el que se inscribe el título* y los 30 relacionados con otros ámbitos de conocimiento diferentes al que se ha inscrito el título:

ÁMBITO DE CONOCIMIENTO RD 822 /2021	MATERIAS DONDE SE UBICAN LAS ASIGNATURAS DE FORMACIÓN BÁSICA	ASIGNATURAS DE FORMACIÓN BÁSICA VINCULADAS AL ÁMBITO DE LA TITULACIÓN	ECTS	CURSO	SEMESTRE
Filología, estudios clásicos, traducción y lingüística	Materia 1: Expresión Lingüística	Lengua para comunicadores I	6	1	1
Filología, estudios clásicos, traducción y lingüística	Materia 1: Expresión Lingüística	Lengua para comunicadores II	6	1	2
Historia, arqueología, geografía, filosofía y humanidades	Materia 2: Fundamentos humanísticos y sociales	Persona y Mundo Moderno	6	1	1
Filología, estudios clásicos, traducción y lingüística	Materia 1: Expresión Lingüística	Fundamentos de Escritura I	6	2	1
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas*	Materia 3: Fundamentos disciplinarios de la Comunicación	Comunicación I	6	1	1
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas*	Materia 3: Fundamentos disciplinarios de la Comunicación	Comunicación II	6	1	2





Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas*	Materia 3: Fundamentos disciplinarios de la Comunicación	Introducción a la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing	6	1	1
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas*	Materia 3: Fundamentos disciplinarios de la Comunicación	Fundamentos de la Comunicación Audiovisual	6	2	1
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas*	Materia 3: Fundamentos disciplinarios de la Comunicación	Fundamentos del Periodismo	6	2	2
Industrias culturales: diseño, animación, cinematografía y producción audiovisual	Materia 3: Fundamentos disciplinarios de la Comunicación	Diseño Gráfico	6	1	2
		Total Créditos	60		

4.1.a) Resumen del plan de estudios

Plan de estudios resumido (por materia)

Nº MT	Materia	Asignatura	Tipo	Semestre	ECTS
1	Expresión Lingüística	Lengua para comunicadores I	FB	1 semestre	6
		Lengua para comunicadores II	FB	2 semestre	6
		Fundamentos de Escritura	FB	3 semestre	6
2	Fundamentos humanísticos y sociales	Persona y Mundo Moderno	FB	1 semestre	6
		Claves de Historia Contemporánea	OB	4 semestre	6
		Doctrina Social de la Iglesia	OB	5 semestre	6
		Grandes Libros	OB	1 semestre	3
		Ética y Deontología Profesional	OB	7 semestre	3
		Emprendimiento y Creación de Empresas	OB	4 semestre	6
		Derecho Digital y de las TIC	OB	5 semestre	6
3	Fundamentos disciplinarios de la Comunicación	Comunicación I	FB	1 semestre	6
		Introducción a la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing	FB	1 semestre	6
		Comunicación II	FB	2 semestre	6
		Fotografía	OB	2 semestre	6





		Diseño Gráfico	FB	2 semestre	6
		Fundamentos de la Comunicación Audiovisual	FB	3 semestre	6
		Fundamentos del Periodismo	FB	4 semestre	6
		Comunicación Institucional y Corporativa	OB	5 semestre	6
		Inbranding y Comunicación Interna no Convencional	OB	8 semestre	3
4	Bases de la Comunicación Digital	Innovación y Creatividad Digital	OB	2 semestre	3
		Lenguajes y Narrativas Digitales	OB	3 semestre	6
		Narrativas de Videojuegos y Gamificación	OB	7 semestre	6
		Marca y Reputación Online	OB	6 semestre	3
		Psicología del Consumidor	OB	6 semestre	3
5	Práctica de la Comunicación Digital	Producción Audiovisual en Entornos Digitales	OB	4 semestre	6
		Técnicas Audiovisuales de Edición y Postproducción Digitales	OB	5 semestre	6
		Arquitectura de la Información y Usabilidad: UX/UI	OB	6 semestre	3
		Estrategias SEO y SEM	OB	6 semestre	6
		Metodología para Proyectos de Investigación en Comunicación	OB	6 semestre	3
		Comunicación Especializada I	OB	7 semestre	6
		Comunicación Especializada II	OB	8 semestre	6
		Diseño de Producto para Plataformas Digitales	OB	7 semestre	3
6	Análisis de Datos y Estadística	Introducción al Big Data Aplicado a la Comunicación Digital	OB	6 semestre	3
		Estadística para comunicadores	OB	3 semestre	3
		Análisis de Datos y Métricas Digitales	OB	8 semestre	6
		Diseño y Visualización de Datos	OB	8 semestre	3
7	Entornos Multimedia	Social Media y Community Management	OB	2 semestre	3
		Estrategias y Métricas Social Media	OB	3 semestre	6
		Comercio Electrónico	OB	6 semestre	3
		Innovaciones Tecnológicas en la Comunicación I	OB	6 semestre	6





		Innovaciones Tecnológicas en la Comunicación II	OB	7 semestre	6
		Plan de Medios	OB	8 semestre	6
8	Metodologías y Tecnologías de Programación	Introducción a la Tecnología de Internet	OB	1 semestre	3
		Fundamentos de Programación	OB	3 semestre	3
		Entorno Web y Aplicaciones I: Programación y Desarrollo	OB	4 semestre	6
		Entorno Web y Aplicaciones II: Edición y Administración de Contenidos	OB	5 semestre	6
9	Prácticas Externas / Practicum	Prácticas en Empresa	PR	7 semestre	6
10	Trabajo Fin de Grado	Trabajo Fin de Grado	TFG	8 semestre	6

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

	Semestre 1	Semestre 2
Curso 1	ECTS: 30 Asignaturas: Comunicación I (Materia3/FB/Semestral/6ECTS) Lengua para comunicadores I (Materia1/FB/Semestral/6ECTS) Introducción a la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing (Materia3/FB/Semestral/6ECTS) Introducción a la Tecnología de Internet (Materia8/OB/Semestral/3ECTS) Persona y Mundo Moderno (Materia2/FB/Semestral/6ECTS) Grandes Libros (Materia2/OB/Semestral/3ECTS)	ECTS: 30 Asignaturas: Comunicación II (Materia3/FB/Semestral/6ECTS) Lengua para comunicadores II (Materia1/FB/Semestral/6ECTS) Fotografía (Materia3/OB/Semestral/6ECTS) Diseño Gráfico (Materia3/FB/Semestral/6ECTS) Social Media y Community Management (Materia7/OB/Semestral/3ECTS) Innovación y Creatividad Digital (Materia4/OB/Semestral/3ECTS)
	Semestre 3	Semestre 4
Curso 2	ECTS: 30 Asignaturas: Fundamentos de Programación (Materia8/OB/Semestral/3ECTS)	ECTS: 30 Asignaturas: Fundamentos del Periodismo (Materia3/FB/Semestral/6ECTS)





	<p>Fundamentos de Escritura (Materia1/FB/Semestral/6ECTS)</p> <p>Estadística para comunicadores (Materia6/OB/Semestral/3ECTS)</p> <p>Fundamentos de la Comunicación Audiovisual (Materia3/FB/Semestral/6ECTS)</p> <p>Estrategias y Métricas Social Media (Materia7/OB/Semestral/6ECTS)</p> <p>Lenguajes y Narrativas Digitales (Materia4/OB/Semestral/6ECTS)</p>	<p>Entorno Web y Aplicaciones I: Programación y Desarrollo (Materia8/OB/Semestral/6ECTS)</p> <p>Claves de Historia Contemporánea (Materia2/OB/Semestral/6ECTS)</p> <p>Producción Audiovisual en Entornos Digitales (Materia5/OB/Semestral/6ECTS)</p> <p>Emprendimiento y Creación de Empresas (Materia2/OB/Semestral/6ECTS)</p>
	Semestre 5	Semestre 6
Curso 3	<p>ECTS: 30</p> <p>Asignaturas:</p> <p>Técnicas Audiovisuales de Edición y Postproducción Digitales (Materia5/OB/Semestral/6ECTS)</p> <p>Comunicación Institucional y Corporativa (Materia3/OB/Semestral/6ECTS)</p> <p>Entorno Web y Aplicaciones II: Edición y Administración de Contenidos (Materia8/OB/Semestral/6ECTS)</p> <p>Derecho Digital y de las TIC (Materia2/OB/Semestral/6ECTS)</p> <p>Doctrina Social de la Iglesia (Materia2/OB/Semestral/6ECTS)</p>	<p>ECTS: 30</p> <p>Asignaturas:</p> <p>Arquitectura de la Información y Usabilidad: UX-UI (Materia5/OB/Semestral/3ECTS)</p> <p>Introducción al Big Data Aplicado a la Comunicación Digital (Materia6/OB/Semestral/3ECTS)</p> <p>Psicología del Consumidor (Materia4/OB/Semestral/3ECTS)</p> <p>Estrategias SEO y SEM (Materia5/OB/Semestral/6ECTS)</p> <p>Marca y Reputación Online (Materia4/OB/Semestral/3ECTS)</p> <p>Metodología para Proyectos de Investigación en Comunicación (Materia5/OB/Semestral/3ECTS)</p> <p>Innovaciones Tecnológicas en la Comunicación I (Materia7/OB/Semestral/6ECTS)</p> <p>Comercio Electrónico (Materia7/OB/Semestral/3ECTS)</p>
	Semestre 7	Semestre 8
Curso 4	<p>ECTS: 30</p> <p>Asignaturas:</p> <p>Comunicación Especializada I (Materia5/OB/Semestral/6ECTS)</p> <p>Ética y Deontología Profesional (Materia2/OB/Semestral/3ECTS)</p> <p>Diseño de Producto para Plataformas Digitales</p>	<p>ECTS:30</p> <p>Asignaturas:</p> <p>Comunicación Especializada II (Materia5/OB/Semestral/6ECTS)</p> <p>Inbranding y Comunicación Interna no Convencional (Materia3/OB/Semestral/3ECTS)</p> <p>Análisis de Datos y Métricas Digitales</p>





(Materia5/OB/Semestral/3ECTS) Innovaciones Tecnológicas en la Comunicación II	(Materia6/OB/Semestral/6ECTS) Plan de Medios
(Materia7/OB/Semestral/6ECTS) Narrativas de Videojuegos y Gamificación	(Materia7/OB/Semestral/6ECTS) Diseño y Visualización de Datos
(Materia4/OB/Semestral/6ECTS) Prácticas en Empresa	(Materia6/OB/Semestral/3ECTS) Trabajo Fin de Grado
(Materia9/PR/Semestral/6ECTS)	(Materia10/TFG/Semestral/6ECTS)

4.1.b) Plan de estudios detallado

Tabla 5. Plan de estudios detallado

Materia 1: Expresión Lingüística	
Número de créditos ECTS	18
Tipología	<i>Básico</i>
Organización temporal	<i>Semestre nº 1,2,3</i>
Modalidad	Presencial
Resultados del aprendizaje	<p>Al acabar la titulación el/la estudiante será capaz de:</p> <p>RA-M1. Expresarse adecuadamente en lengua catalana sabiendo transmitir conceptos e ideas siguiendo las normas gramaticales con profundidad de ideas y riqueza de vocabulario para su uso en el ámbito de la comunicación.</p> <p>RA-M2. Expresarse adecuadamente en lengua castellana sabiendo transmitir conceptos e ideas siguiendo las normas gramaticales con profundidad de ideas y riqueza de vocabulario para su uso en el ámbito de la comunicación.</p> <p>RA-M3. Identificar las normas básicas de corrección gramatical y estilística en lengua catalana.</p> <p>RA-M4. Identificar las normas básicas de corrección gramatical y estilística en lengua castellana.</p> <p>RA-M5. Crear textos inteligibles, coherentes y bien estructurados del ámbito de la comunicación.</p> <p>RA-M6. Relacionar ideas y conceptos en textos escritos en prosa sabiendo incluir matices del lenguaje y desplegando estructuras sintácticas complejas.</p> <p>RA-M7. Sintetizar ideas de manera escrita extrayendo las cuestiones más relevantes de temas o contextos específicos.</p> <p>RA-M8. Aplicar los diferentes géneros narrativos de la comunicación conociendo su naturaleza y singularidad, y haciendo uso adecuado dependiendo del contexto.</p>





Asignaturas	Asignatura 1 Denominación: Lengua para comunicadores I Tipología: Básica Semestre 1 Créditos: 6 ECTS
--------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------





	<p>Idioma: Castellano</p> <p>Asignatura 2 Denominación: Lengua para comunicadores II Tipología: Básica Semestre 2 Créditos: 6 ECTS Idioma: Catalán</p> <p>Asignatura 3 Denominación: Fundamentos de Escritura Tipología: Básica Semestre 3 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Materia 2: Fundamentos humanísticos y sociales

Número de créditos ECTS	36
Tipología	Mixta
Organización temporal	Semestre nº 1,4,5,7
Modalidad	Presencial
Resultados del aprendizaje	<p>Al acabar la titulación el/la estudiante será capaz de:</p> <p>RA-M1. Identificar los principales acontecimientos de la historia contemporánea y su impacto en los procesos de cambio político, social y cultural de países y comunidades.</p> <p>RA-M2. Analizar las situaciones personales, profesionales y sociales que se presentan en el ámbito de la comunicación, aplicando una reflexión ética y antropológica basada en el humanismo.</p> <p>RA-M3. Identificar los comportamientos humanos, los valores culturales, los patrones de consumo y los sistemas de creencias que rigen las sociedades y su impacto en los diferentes formatos y medios de comunicación.</p> <p>RA-M4. Proporcionar una información cualitativa y contextual que complemente la perspectiva técnica de la comunicación digital.</p> <p>RA-M5. Identificar los factores determinantes de la innovación empresarial y su relación con el emprendimiento.</p> <p>RA-M6. Evaluar el funcionamiento global de una empresa determinada y de sus subsistemas funcionales a partir de la comunicación.</p> <p>RA-M7. Desarrollar un plan de negocio para una empresa incipiente conociendo la normativa básica aplicable.</p> <p>RA-M8. Reconocer la normativa aplicable al ámbito de la comunicación.</p>





	<p>RA-M9. Relacionar los conceptos jurídicos de distintos ámbitos del derecho con la praxis de la comunicación digital.</p> <p>RA-M10. Identificar la normativa legal, general y específica, en materia de tratamiento, protección de datos y ciberseguridad en el ámbito de la comunicación.</p> <p>RA-M11. Reconocer las principales grandes obras de la literatura y su contexto cultural</p> <p>RA-M12. Discutir en torno a los conceptos fundamentales de la literatura universal, sus relaciones con el mundo moderno y su valor para la comunicación.</p> <p>RA-M13. Proporcionar conocimiento crítico de la tradición humanística y de la procedente de las ciencias sociales para poder aplicar dicho conocimiento al análisis de los temas propios de la comunicación social, también en relación a la defensa y promoción de la igualdad.</p>
<p>Asignaturas</p>	<p>Asignatura 1 Denominación: Persona y Mundo Moderno Tipología: Básica Semestre 1 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 2 Denominación: Claves de Historia Contemporánea Tipología: Obligatoria Semestre 4 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 3 Denominación: Doctrina Social de la Iglesia Tipología: Obligatoria Semestre 5 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 4 Denominación: Grandes Libros Tipología: Obligatoria Semestre 1 Créditos: 3 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 5 Denominación: Derecho Digital y de las TIC</p>





	<p>Tipología: Obligatoria Semestre 5 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 6 Denominación: Emprendimiento y Creación de Empresas Tipología: Obligatoria Semestre 4 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 7 Denominación: Ética y Deontología Profesional Tipología: Obligatoria Semestre 7 Créditos: 3 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Materia 3: Fundamentos disciplinarios de la Comunicación	
Número de créditos ECTS	51
Tipología	<i>Mixta</i>
Organización temporal	<i>Semestre nº 1,2,3,4,5,8</i>
Modalidad	Presencial
Resultados del aprendizaje	<p>Al acabar la titulación el/la estudiante será capaz de:</p> <p>RA-M1. Identificar las teorías clásicas y contemporáneas que sustentan los procesos de comunicación, tanto en entornos tradicionales como digitales. Esto incluye el estudio de la comunicación interpersonal, masiva, y corporativa.</p> <p>RA-M2. Aplicar las metodologías de la comunicación en el ejercicio de las profesiones propias de la Comunicación Digital.</p> <p>RA-M3. Desarrollar análisis académicos en el ámbito de la teoría y las tradiciones del ámbito de la comunicación.</p> <p>RA-M4. Emplear las bases teóricas de la comunicación en los entornos de comunicación digital.</p>





	<p>RA-M5. Clasificar los procesos y procedimientos creativos de la publicidad con el fin de aplicarlos a la propuesta, al desarrollo y a la presentación de productos comunicativos propios de la Comunicación Digital.</p> <p>RA-M6. Aplicar los conceptos del diseño gráfico a contenidos informativos, materiales corporativos, contenidos comerciales y contenidos de entretenimiento a través de soportes digitales, especialmente los de expresión multimedia o transmedia.</p> <p>RA-M7. Identificar las teorías básicas de la imagen y la fotografía a través de las narrativas visuales.</p> <p>RA-M8. Producir imágenes de calidad comunicativa en entornos de comunicación corporativa institucional ligadas a la comunicación digital.</p> <p>RA-M9. Determinar los procesos de comunicación empresariales e integrarlos en planes estratégicos de comunicación y comunicación digital.</p> <p>RA-M10. Diferenciar los procesos de comunicación externa e interna de las organizaciones en su aplicación en casos empresariales concretos</p>
<p>Asignaturas</p>	<p>Asignatura 1 Denominación: Comunicación I Tipología: Básica Semestre 1 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 2 Denominación: Comunicación II Tipología: Básica Semestre 2 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 3 Denominación: Introducción a la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing Tipología: Básica Semestre 1 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 4 Denominación: Fotografía Tipología: Obligatoria Semestre 2 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p>





	<p>Asignatura 5 Denominación: Diseño Gráfico Tipología: Básica Semestre 2 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 6 Denominación: Fundamentos de la Comunicación Audiovisual Tipología: Básica Semestre 3 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 7 Denominación: Fundamentos del Periodismo Tipología: Básica Semestre 4 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 8 Denominación: Comunicación Institucional y Corporativa Tipología: Obligatoria Semestre 5 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 9 Denominación: Inbranding y Comunicación Interna no Convencional Tipología: Obligatoria Semestre 8 Créditos: 3 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Materia 4: Bases de la Comunicación Digital

Número de créditos ECTS	21
Tipología	<i>Obligatoria</i>
Organización temporal	<i>Semestre nº 2,3,6,7</i>
Modalidad	Presencial





Resultados del aprendizaje	<p>Al acabar la titulación el/la estudiante será capaz de:</p> <p>RA-M1. Definir las formas de contar historias adaptadas a los medios digitales y las narrativas digitales, incluyendo la narrativa transmedia y sus múltiples plataformas y formatos para desarrollar historias complejas y envolventes.</p> <p>RA-M2. Identificar los aspectos específicos de los sistemas de información tanto desde el punto de vista conceptual como práctico.</p> <p>RA-M3. Describir las metodologías de innovación y creatividad ligadas a la comunicación y la publicidad.</p> <p>RA-M4. Aplicar la innovación y la creatividad digital a los procesos de definición de campañas de comunicación y marketing digital.</p> <p>RA-M5. Guionizar y narrativizar historias siguiendo los principales géneros de videojuegos.</p> <p>RA-M6. Aplicar la gamificación como herramienta de captación de atención y compromiso de las audiencias en las campañas de publicidad y marketing.</p> <p>RA-M7. Definir los conceptos de marca y reputación en los contextos digitales.</p> <p>RA-M8. Preparar planes de consolidación de marca y reputación online a través de las plataformas de comunicación digital.</p> <p>RA-M9. Aplicar los métodos y técnicas del marketing, la planificación de los medios y la estadística.</p> <p>RA-M10. Desarrollar planes de actuación estratégicos de marketing y planificar el plan de comunicación en los diferentes medios de comunicación.</p>
Asignaturas	<p>Asignatura 1</p> <p>Denominación: Innovación y Creatividad Digital</p> <p>Tipología: Obligatoria</p> <p>Semestre 2</p> <p>Créditos: 3 ECTS</p> <p>Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 2</p> <p>Denominación: Lenguajes y Narrativas Digitales</p> <p>Tipología: Obligatoria</p> <p>Semestre 3</p> <p>Créditos: 6 ECTS</p> <p>Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 3</p> <p>Denominación: Narrativas de Videojuegos y Gamificación</p> <p>Tipología: Obligatoria</p> <p>Semestre 7</p> <p>Créditos: 6 ECTS</p> <p>Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 4</p>





	<p>Denominación: Marca y Reputación Online</p> <p>Tipología: Obligatoria</p> <p>Semestre 6</p> <p>Créditos: 3 ECTS</p> <p>Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 5</p> <p>Denominación: Psicología del Consumidor</p> <p>Tipología: Obligatoria</p> <p>Semestre 6</p> <p>Créditos: 3 ECTS</p> <p>Idioma: Castellano/Catalán</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Materia 5: Práctica de la Comunicación Digital	
Número de créditos ECTS	39
Tipología	<i>Obligatoria</i>
Organización temporal	<i>Semestre nº 4,5,6,7,8</i>
Modalidad	Presencial
Resultados del aprendizaje	<p>Al acabar la titulación el/la estudiante será capaz de:</p> <p>RA-M1. Relacionar las bases del marketing digital con el posicionamiento en buscadores (SEO y SEM), marketing en redes sociales (SMM), y marketing de contenidos. Se enfatiza la importancia de la analítica web para la evaluación de estrategias de comunicación y marketing.</p> <p>RA-M2. Reconocer las principales tecnologías de la información y la comunicación, enfocado en herramientas de creación y gestión de contenido digital, plataformas de redes sociales, y software específico para la edición de audio y vídeo.</p> <p>RA-M3. Producir contenidos audiovisuales para plataformas digitales siguiendo los formatos que establecen cada una de las plataformas a través de las narrativas digitales.</p> <p>RA-M4. Editar y postproducir contenidos audiovisuales para plataformas digitales siguiendo los formatos que establecen cada una de las plataformas a través de las narrativas digitales.</p> <p>RA-M5. Aplicar las principales teorías, elaboraciones conceptuales, y enfoques regulatorios de la comunicación interactiva.</p> <p>RA-M6. Utilizar cualquier tipo de contenido propio del sector profesional de la comunicación a través de los canales que proporciona la tecnología digital.</p> <p>RA-M7. Emplear las bases teóricas de la publicidad, las relaciones públicas, el marketing, la comunicación corporativa, el periodismo y la narrativa audiovisual aplicadas a los entornos de comunicación digital.</p>





	<p>RA-M8. Ilustrar visualmente documentación e información, tanto de fuentes primarias como secundarias, para cualquier tipo de plataforma digital evitando cualquier tipo de sesgo.</p> <p>RA-M9. Aplicar los conceptos del diseño gráfico a contenidos informativos, materiales corporativos, contenidos comerciales y contenidos de entretenimiento a través de soportes digitales, especialmente los de expresión multimedia o transmedia.</p> <p>RA-M10. Estructurar la arquitectura de la información de páginas web, aplicaciones móviles o estructuras de información digital ligada a la usabilidad, la accesibilidad, la experiencia de usuario y la interface del usuario.</p> <p>RA-M11. Construir distintos géneros, formatos y plataformas de la Comunicación Audiovisual adaptados a la cultura digital.</p> <p>RA-M12. Desarrollar contenidos periodísticos, en los distintos géneros y en los formatos propios de la comunicación digital.</p> <p>RA-M13. Desarrollar proyectos de comunicación digital desde su conceptualización, su prototipado, su desarrollo, su aplicación y su monitorización a través de la analítica de datos.</p> <p>RA-M14. Distinguir las diferencias de los sectores de la comunicación especializada conociendo sus singularidades y aprendiendo a implementarlas.</p> <p>RA-M15. Identificar la afectación de todas las fases de la producción de un producto comunicativo y su impacto en el plan estratégico de comunicación.</p>
<p>Asignaturas</p>	<p>Asignatura 1 Denominación: Producción Audiovisual en Entornos Digitales Tipología: Obligatoria Semestre 4 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 2 Denominación: Técnicas Audiovisuales de Edición y Postproducción Digitales Tipología: Obligatoria Semestre 5 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 3 Denominación: Arquitectura de la Información y Usabilidad: UX/UI Tipología: Obligatoria Semestre 6 Créditos: 3 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 4 Denominación: Estrategias SEO y SEM Tipología: Obligatoria</p>





	<p>Semestre 6 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 5 Denominación: Metodología para Proyectos de Investigación en Comunicación Tipología: Obligatoria Semestre 6 Créditos: 3 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 6 Denominación: Comunicación Especializada I Tipología: Obligatoria Semestre 7 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 7 Denominación: Comunicación Especializada II Tipología: Obligatoria Semestre 8 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 8 Denominación: Diseño de Producto para Plataformas Digitales Tipología: Obligatoria Semestre 7 Créditos: 3 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Materia 6: Análisis de Datos y Estadística	
Número de créditos ECTS	15
Tipología	<i>Obligatoria</i>
Organización temporal	<i>Semestre nº 3,6,8</i>
Modalidad	Presencial
Resultados del aprendizaje	Al acabar la titulación el/la estudiante será capaz de:





	<p>RA-M1. Identificar los conceptos básicos para la administración de bases de datos.</p> <p>RA-M2. Conocer los conceptos básicos de la estadística y su aplicación en casos concretos del ámbito de la comunicación.</p> <p>RA-M3. Diseñar y gestionar bases de datos aplicadas a comunicación.</p> <p>RA-M4. Representar gráficamente información compleja para mostrar los aspectos más importantes de la misma, empleando programas y herramientas de visualización de datos.</p> <p>RA-M5. Seleccionar las herramientas técnicas y estadísticas para el desarrollo del tratamiento de micro y macrodatos.</p> <p>RA-M6. Extraer información y conclusiones relevantes para la toma de decisiones a partir del análisis de micro y macrodatos.</p> <p>RA-M7. Aplicar métodos de aprendizaje automático para obtener indicadores vinculados al área de comercio electrónico y web.</p> <p>RA-M8. Analizar y presentar información para la toma de decisiones sobre la optimización de procesos de comercio electrónico, marketing digital y la analítica web.</p> <p>RA-M9. Aplicar los procesos sobre la recopilación, análisis, e interpretación de datos digitales para informar decisiones estratégicas en el ámbito de la comunicación y el marketing digital.</p> <p>RA-M10. Identificar los fundamentos de la algorítmica y de la complejidad computacional.</p> <p>RA-M11. Desarrollar software que facilite el análisis de datos en el ámbito de la comunicación.</p> <p>RA-M12. Extraer información relevante del lenguaje escrito y oral por medio de técnicas estadísticas y de análisis de datos.</p> <p>RA-M13. Visualizar, a través de técnicas de diseño, bases de datos susceptibles de ser convertidas en información y comunicación.</p>
<p>Asignaturas</p>	<p>Asignatura 1 Denominación: Introducción al Big Data Aplicado a la Comunicación Digital Tipología: Obligatoria Semestre 6 Créditos: 3 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 2 Denominación: Estadística para comunicadores Tipología: Obligatoria Semestre 3 Créditos: 3 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 3 Denominación: Análisis de Datos y Métricas Digitales Tipología: Obligatoria</p>





	<p>Semestre 8 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 4 Denominación: Diseño y Visualización de Datos Tipología: Obligatoria Semestre 8 Créditos: 3 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Materia 7: Entornos Multimedia	
Número de créditos ECTS	30
Tipología	<i>Obligatoria</i>
Organización temporal	<i>Semestre nº 2,3,6,7,8</i>
Modalidad	Presencial
Resultados del aprendizaje	<p>Al acabar la titulación el/la estudiante será capaz de:</p> <p>RA-M1. Conocer el uso de instrumentos tecnológicos necesarios para la creación de productos audiovisuales, publicitarios y periodísticos para las plataformas digitales.</p> <p>RA-M2. Aplicar estrategias de innovación en comunicación a partir del conocimiento de las tendencias tecnológicas.</p> <p>RA-M3. Relacionar los marcos regulatorios de las redes y servicios digitales con su rol en la producción de contenidos propios de la comunicación digital.</p> <p>RA-M4. Aplicar los fundamentos de diseño gráfico a la creación de contenidos digitales, incluyendo principios de composición visual, uso del color, y tipografía, con el fin de mejorar la eficacia comunicativa y estética de los proyectos digitales.</p> <p>RA-M5. Reconocer las capacidades de las plataformas de servicio y de los distintos terminales involucrados en el desarrollo de servicios en redes digitales.</p> <p>RA-M6. Aplicar los conceptos del diseño gráfico a contenidos para las redes sociales y su expresión multimedia o transmedia.</p> <p>RA-M7. Construir un plan de contenidos para páginas web y redes sociales que sea aplicable y monitorizable a partir de métricas.</p> <p>RA-M8. Conocer las bases del comercio electrónico en el entorno digital.</p> <p>RA-M9. Adaptar la comunicación de un producto para ser enfocado en la venta del comercio electrónico.</p> <p>RA-M10. Reconocer el sistema de medios y sus singularidades por países.</p> <p>RA-M11. Aplicar los conocimientos en medios para diseñar un plan de medios para una campaña de comunicación y comunicación digital.</p>





	RA-M12. Crear innovaciones en el sector de la comunicación digital a partir de la evolución de la Comunicación Digital a lo largo del tiempo.
Asignaturas	<p>Asignatura 1 Denominación: Social Media y Community Management Tipología: Obligatoria Semestre 2 Créditos: 3 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 2 Denominación: Estrategias y Métricas Social Media Tipología: Obligatoria Semestre 3 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 3 Denominación: Innovaciones Tecnológicas en la Comunicación I Tipología: Obligatoria Semestre 6 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 4 Denominación: Innovaciones Tecnológicas en la Comunicación II Tipología: Obligatoria Semestre 7 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 5 Denominación: Comercio Electrónico Tipología: Obligatoria Semestre 6 Créditos: 3 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 6 Denominación: Plan de Medios Tipología: Obligatoria Semestre 8 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p>





Materia 8: Metodologías y Tecnologías de Programación	
Número de créditos ECTS	18
Tipología	<i>Mixta</i>
Organización temporal	<i>Semestre nº 1,3,4</i>
Modalidad	Presencial
Resultados del aprendizaje	<p>Al acabar la titulación el/la estudiante será capaz de:</p> <p>RA-M1. Conocer las bases de la tecnología de internet y su estructura de sistemas.</p> <p>RA-M2. Identificar los fundamentos de la algorítmica y de la complejidad computacional.</p> <p>RA-M3. Aplicar lenguajes de programación básicos a desarrollos de proyectos digitales.</p> <p>RA-M4. Desarrollar software que facilite el análisis de datos en el ámbito de la comunicación.</p> <p>RA-M5. Componer una web de manera integral desde su conceptualización a desarrollo e implementación plenos.</p> <p>RA-M6. Extraer información relevante del lenguaje escrito y oral por medio de técnicas estadísticas y de análisis de datos.</p>
Asignaturas	<p>Asignatura 1 Denominación: Introducción a la Tecnología de Internet Tipología: Obligatoria Semestre 1 Créditos: 3 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 2 Denominación: Fundamentos de Programación Tipología: Obligatoria Semestre 3 Créditos: 3 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p> <p>Asignatura 3 Denominación: Entorno Web y Aplicaciones I: Programación y Desarrollo Tipología: Obligatoria Semestre 4 Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán</p> <p>Asignatura 4</p>





	<p>Denominación: Entorno Web y Aplicaciones II: Edición y Administración de Contenidos</p> <p>Tipología: Obligatoria</p> <p>Semestre 5</p> <p>Créditos: 6 ECTS</p> <p>Idioma: Castellano/Catalán</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Materia 9: Prácticas Externas / Practicum	
Número de créditos ECTS	6
Tipología	<i>Prácticas académicas externas</i>
Organización temporal	<i>Semestre nº, Trimestre nº, Anual</i>
Modalidad	Presencial
Resultados del aprendizaje	<p>Al acabar la titulación el/la estudiante será capaz de:</p> <p>RA-M1. Desarrollarse profesionalmente en los distintos ámbitos de la comunicación digital aplicado a un proyecto empresarial concreto y adaptado a la cultura digital.</p> <p>RA-M2. Colaborar con equipos multidisciplinares en el marco de un proyecto profesional de comunicación, integrando criterios de eficacia y la diversidad de puntos de vista.</p> <p>RA-M3. Analizar la situación de la comunicación de una empresa o institución determinada que opera en un entorno global y su proyección futura.</p> <p>RA-M4. Utilizar eficazmente las técnicas de comunicación transmedia, multimedia y crossmedia, y análisis de métricas para el desarrollo de contenido efectivo.</p> <p>RA-M5. Relacionar los principios y métodos de comunicación digital con el desarrollo de un proyecto profesional determinado en el ámbito de la comunicación y la creación de contenidos digitales.</p> <p>RA-M6. Aplicar los conceptos y herramientas del pensamiento estratégico en el análisis del modelo de comunicación de una empresa determinada que opera en un entorno global.</p> <p>RA-M7. Aplicar la normativa jurídica que regula la comunicación de una empresa determinada.</p> <p>RA-M8. Participar en la implementación de un plan de comunicación digital de una empresa.</p>
Asignaturas	<p>Asignatura 1</p> <p>Denominación: Prácticas externas/Practicum</p> <p>Tipología: Obligatoria</p> <p>Semestre 7</p>





	Créditos: 6 ECTS Idioma: Castellano/Catalán/Inglés
--	-------------------------------------------------------

Materia 10: Trabajo Final de Grado	
Número de créditos ECTS	6
Tipología	TFG
Organización temporal	Semestre 8
Modalidad	Presencial
Resultados del aprendizaje	<p>Al acabar la materia el/la estudiante será capaz de:</p> <p>RA-M1. Desarrollar análisis académicos en el ámbito de la teoría y las tradiciones de la Publicidad y el Marketing, de la Comunicación Audiovisual y del Periodismo y la Comunicación Corporativa en el contexto de la Comunicación Digital.</p> <p>RA-M2. Defender adecuadamente la investigación realizada en un acto público de defensa oral ante un tribunal académico especializado en las materias propias de la comunicación y creación de contenidos digitales.</p> <p>RA-M3. Generar un proyecto de investigación con orientación teórica o práctica en el ámbito de la comunicación digital.</p> <p>RA-M4. Formular adecuadamente las hipótesis, los objetivos y las preguntas de investigación.</p> <p>RA-M5. Elegir, de manera razonada, la metodología de investigación más pertinente para confirmar o refutar las hipótesis y conseguir los objetivos de la investigación planteados.</p> <p>RA-M6. Analizar críticamente las fuentes de información especializada del ámbito de la comunicación, especialmente de la comunicación digital, para estructurar y formular argumentos académicos en un trabajo científico.</p> <p>RA-M7. Utilizar eficazmente las metodologías y técnicas de análisis para la representación y tratamiento de información en el desarrollo de un proyecto académico en el campo de la comunicación digital.</p> <p>RA-M8. Proponer resultados basados en el análisis del objeto de estudio seleccionado de manera estructurada y presentados con honestidad intelectual e integridad científica.</p> <p>RA-M9. Formular conclusiones de la investigación que aporten valor en el ámbito de la comunicación digital, reconociendo las limitaciones del alcance del trabajo y de la metodología empleada.</p>
Asignaturas	<p>Asignatura 1</p> <p>Denominación: Trabajo Fin de Grado</p> <p>Tipología: Obligatoria</p> <p>Semestre 8</p> <p>Créditos: 6 ECTS</p> <p>Idioma: Castellano/Catalán/Inglés</p>



4.1.b) Resumen del plan de estudios

Período	Listado de Módulos	Listado de Materias	Listado de Asignaturas
1	• Sin Modulo	<ul style="list-style-type: none"> • Expresión Lingüística (Básica - 6 ECTS) • Fundamentos humanísticos y sociales (Mixta - 9 ECTS) • Fundamentos disciplinarios de la Comunicación (Mixta - 12 ECTS) • Metodologías y Tecnologías de Programación (Obligatoria - 3 ECTS) 	<ul style="list-style-type: none"> • Lengua para comunicadores I (Básica - 6 ECTS) • Persona y Mundo Moderno (Básica - 6 ECTS) • Grandes Libros (Obligatoria - 3 ECTS) • Comunicación I (Básica - 6 ECTS) • Introducción a la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing (Básica - 6 ECTS) • Introducción a la Tecnología de Internet (Obligatoria - 3 ECTS)
2	• Sin Modulo	<ul style="list-style-type: none"> • Expresión Lingüística (Básica - 6 ECTS) • Fundamentos disciplinarios de la Comunicación (Mixta - 18 ECTS) • Bases de la Comunicación Digital (Obligatoria - 3 ECTS) • Entornos Multimedia (Obligatoria - 3 ECTS) 	<ul style="list-style-type: none"> • Lengua para comunicadores II (Básica - 6 ECTS) • Comunicación II (Básica - 6 ECTS) • Fotografía (Obligatoria - 6 ECTS) • Diseño Gráfico (Básica - 6 ECTS) • Innovación y Creatividad Digital (Obligatoria - 3 ECTS) • Social Media y Community Management (Obligatoria - 3 ECTS)
3	• Sin Modulo	<ul style="list-style-type: none"> • Expresión Lingüística (Básica - 6 ECTS) • Fundamentos disciplinarios de la Comunicación (Mixta - 6 ECTS) • Bases de la Comunicación Digital (Obligatoria - 6 ECTS) • Análisis de Datos y Estadística (Obligatoria - 3 ECTS) • Entornos Multimedia (Obligatoria - 6 ECTS) • Metodologías y Tecnologías de Programación (Obligatoria - 3 ECTS) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de Escritura (Básica - 6 ECTS) • Fundamentos de la Comunicación Audiovisual (Básica - 6 ECTS) • Lenguajes y Narrativas Digitales (Obligatoria - 6 ECTS) • Estadística para comunicadores (Obligatoria - 3 ECTS) • Estrategias y Métricas Social Media (Obligatoria - 6 ECTS) • Fundamentos de Programación (Obligatoria - 3 ECTS)
4	• Sin Modulo	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos humanísticos y sociales (Mixta - 12 ECTS) • Fundamentos disciplinarios de la Comunicación (Mixta - 6 ECTS) • Práctica de la Comunicación Digital (Obligatoria - 6 ECTS) • Metodologías y Tecnologías de Programación (Obligatoria - 6 ECTS) 	<ul style="list-style-type: none"> • Claves de Historia Contemporánea (Obligatoria - 6 ECTS) • Emprendimiento y Creación de Empresas (Obligatoria - 6 ECTS) • Fundamentos del Periodismo (Básica - 6 ECTS) • Producción Audiovisual en Entornos Digitales (Obligatoria - 6 ECTS) • Entorno Web y Aplicaciones I: Programación y Desarrollo (Obligatoria - 6 ECTS)

5	<ul style="list-style-type: none"> • Sin Modulo 	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos humanísticos y sociales (Mixta - 12 ECTS) • Fundamentos disciplinarios de la Comunicación (Mixta - 6 ECTS) • Práctica de la Comunicación Digital (Obligatoria - 6 ECTS) • Metodologías y Tecnologías de Programación (Obligatoria - 6 ECTS) 	<ul style="list-style-type: none"> • Doctrina Social de la Iglesia (Obligatoria - 6 ECTS) • Derecho Digital y de las TIC (Obligatoria - 6 ECTS) • Comunicación Institucional y Corporativa (Obligatoria - 6 ECTS) • Técnicas Audiovisuales de Edición y Postproducción Digitales (Obligatoria - 6 ECTS) • Entorno Web y Aplicaciones II: Edición y Administración de Contenidos (Obligatoria - 6 ECTS)
6	<ul style="list-style-type: none"> • Sin Modulo 	<ul style="list-style-type: none"> • Bases de la Comunicación Digital (Obligatoria - 6 ECTS) • Práctica de la Comunicación Digital (Obligatoria - 12 ECTS) • Análisis de Datos y Estadística (Obligatoria - 3 ECTS) • Entornos Multimedia (Obligatoria - 9 ECTS) 	<ul style="list-style-type: none"> • Marca y Reputación Online (Obligatoria - 3 ECTS) • Psicología del Consumidor (Obligatoria - 3 ECTS) • Arquitectura de la Información y Usabilidad: UX/UI (Obligatoria - 3 ECTS) • Estrategias SEO y SEM (Obligatoria - 6 ECTS) • Metodología para Proyectos de Investigación en Comunicación (Obligatoria - 3 ECTS) • Introducción al Big Data Aplicado a la Comunicación Digital (Obligatoria - 3 ECTS) • Comercio Electrónico (Obligatoria - 3 ECTS) • Innovaciones Tecnológicas en la Comunicación I (Obligatoria - 6 ECTS)
7	<ul style="list-style-type: none"> • Sin Modulo 	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos humanísticos y sociales (Mixta - 3 ECTS) • Bases de la Comunicación Digital (Obligatoria - 6 ECTS) • Práctica de la Comunicación Digital (Obligatoria - 9 ECTS) • Entornos Multimedia (Obligatoria - 6 ECTS) • Prácticas Externas / Practicum (Prácticas Externas - 6 ECTS) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ética y Deontología Profesional (Obligatoria - 3 ECTS) • Narrativas de Videojuegos y Gamificación (Obligatoria - 6 ECTS) • Comunicación Especializada I (Obligatoria - 6 ECTS) • Diseño de Producto para Plataformas Digitales (Obligatoria - 3 ECTS) • Innovaciones Tecnológicas en la Comunicación II (Obligatoria - 6 ECTS) • Prácticas en Empresa (Prácticas Externas - 6 ECTS)

8	• Sin Modulo	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos disciplinarios de la Comunicación (Mixta - 3 ECTS) • Práctica de la Comunicación Digital (Obligatoria - 6 ECTS) • Análisis de Datos y Estadística (Obligatoria - 9 ECTS) • Entornos Multimedia (Obligatoria - 6 ECTS) • Trabajo Fin de Grado (Trabajo Fin de Grado / Máster - 6 ECTS) 	<ul style="list-style-type: none"> • Inbranding y Comunicación Interna no Convencional (Obligatoria - 3 ECTS) • Comunicación Especializada II (Obligatoria - 6 ECTS) • Análisis de Datos y Métricas Digitales (Obligatoria - 6 ECTS) • Diseño y Visualización de Datos (Obligatoria - 3 ECTS) • Plan de Medios (Obligatoria - 6 ECTS) • Trabajo Fin de Grado (Trabajo Fin de Grado / Máster - 6 ECTS)
---	--------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.1.c) Plan de estudios detallado

Materias

1 - Expresión Lingüística

Carácter	Ects	Ámbito
Básica	18	Filología, estudios clásicos, traducción y lingüística

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	6
Semestral	3	6
Semestral	2	6

Código	Resultado de Aprendizaje	Tipo
RA1	RA1 - Utilizar de manera eficaz e integradora las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos relacionados con el ámbito de la creación de contenidos digitales.	Habilidades o destrezas
RA13	RA13 - Reconocer diferentes formas y formatos de contar historias en medios tradicionales y digitales, incluyendo la narrativa transmedia.	Conocimientos o contenidos
RA19	RA19 - Describir los conceptos de la programación más habituales en la comunicación y la explotación de datos.	Conocimientos o contenidos
RA2	RA2 - Comunicar eficazmente, de forma oral o escrita en catalán, castellano e inglés en el desempeño de la actividad profesional y académica relacionada con la comunicación digital.	Habilidades o destrezas
RA20	RA20 - Producir contenidos digitales de alta calidad, incluyendo texto, imágenes, audio y vídeo, empleando herramientas de edición avanzadas.	Habilidades o destrezas

RA22	RA22 - Comunicar ideas y conceptos de manera clara y efectiva a través de diferentes plataformas digitales, adaptando el mensaje al medio y al público objetivo, y utilizando el lenguaje y las estrategias de comunicación más apropiados para cada canal.	Habilidades o destrezas
RA9	RA9 - Generar contenidos comunicativos digitales que presten especial atención a la equidad, la inclusión social, la igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, y los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas.	Habilidades o destrezas

Asignaturas

1 - Lengua para comunicadores I

Carácter	Ects	Tipo
Básica	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	6

2 - Lengua para comunicadores II

Carácter	Ects	Tipo
Básica	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	6

3 - Fundamentos de Escritura

Carácter	Ects	Tipo
Básica	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	3	6

2 - Fundamentos humanísticos y sociales

Carácter	Ects	Ámbito
Mixta		Historia, arqueología, geografía, filosofía y humanidades

Ects Básica	Ects Obligatoria	Ects Optativa
6	30	0

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	9
Semestral	7	3
Semestral	5	12
Semestral	4	12

Código	Resultado de Aprendizaje	Tipo
RA10	RA10 - Relacionar los conceptos de la teoría de comunicación con los respectivos procesos comunicativos tanto en entornos tradicionales como digitales.	Conocimientos o contenidos
RA14	RA14 - Asociar las implicaciones éticas y legales con la producción y distribución de contenidos digitales, incluyendo derechos de autor, privacidad, y el respeto por los estándares éticos en la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA18	RA18 - Seleccionar las soluciones tecnológicas y los recursos necesarios para el desarrollo y la ejecución de proyectos de gestión y análisis de datos en el ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA26	RA26 - Adaptar los planes de comunicación a las rápidas evoluciones tecnológicas y a los cambios en las tendencias de comunicación digital en un sector en constante evolución.	Habilidades o destrezas
RA27	RA27 - Ejecutar, a partir de su planificación y evaluación, proyectos digitales, aplicando metodologías de gestión de proyectos y herramientas digitales para garantizar la entrega a tiempo, dentro del presupuesto y conforme a los objetivos establecidos.	Habilidades o destrezas
RA28	RA28 - Comunicar de manera efectiva en la variedad de contextos digitales, empleando los diversos formatos y canales existentes para alcanzar y fidelizar a audiencias específicas, manteniendo siempre un alto grado de profesionalismo y ética.	Competencias
RA3	RA3 - Identificar interrelaciones entre el ámbito de comunicación digital, la producción de contenidos digitales y otras áreas de conocimiento para promover el trabajo transdisciplinar del comunicador en proyectos académicos o profesionales.	Conocimientos o contenidos
RA30	RA30 - Resolver problemas complejos de manera creativa y efectiva, aplicando un pensamiento crítico y estratégico para tomar decisiones informadas que impulsen el éxito de proyectos y estrategias de comunicación.	Competencias
RA32	RA32 - Idear propuestas y proyectos profesionales relativos a la comunicación digital en el ámbito de una empresa o institución, nacional o internacional, con autonomía y responsabilidad social.	Competencias
RA4	RA4 - Trabajar de manera colaborativa en entornos multidisciplinarios, promoviendo la comunicación efectiva, el respeto mutuo y la gestión de proyectos compartidos.	Competencias
RA5	RA5 - Participar en la generación de propuestas de emprendimiento basadas en la innovación y el liderazgo, que pueden promover el cambio, el progreso y la mejora en el campo de la comunicación digital.	Habilidades o destrezas

RA6	RA6 - Demostrar un compromiso ético en las diferentes dimensiones de la comunicación, basado en la conciencia y reflexión personal, en coherencia con los principios deontológicos de la comunicación y respetando la integridad de la persona.	Conocimientos o contenidos
RA7	RA7 - Identificar los principios de promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluyendo la responsabilidad social ante cuestiones de sostenibilidad y cambio climático, para aplicarlos efectivamente en el desempeño profesional dentro del ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA8	RA8 - Identificar los principios propios de una cultura de paz y no violencia, basados en los derechos humanos y los valores democráticos, en sus análisis y reflexiones sobre la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA9	RA9 - Generar contenidos comunicativos digitales que presten especial atención a la equidad, la inclusión social, la igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, y los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas.	Habilidades o destrezas

Asignaturas

1 - Persona y Mundo Moderno

Carácter	Ects	Tipo
Básica	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	6

2 - Claves de Historia Contemporánea

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	4	6

3 - Doctrina Social de la Iglesia

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	5	6

4 - Grandes Libros

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	3

5 - Ética y Deontología Profesional

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	7	3

6 - Emprendimiento y Creación de Empresas

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	4	6

7 - Derecho Digital y de las TIC

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	5	6

3 - Fundamentos disciplinarios de la Comunicación

Carácter	Ects	Ámbito
Mixta		Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas

Ects Básica	Ects Obligatoria	Ects Optativa
36	15	0

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	12
Semestral	8	3

Semestral	5	6
Semestral	4	6
Semestral	3	6
Semestral	2	18

Código	Resultado de Aprendizaje	Tipo
RA1	RA1 - Utilizar de manera eficaz e integradora las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos relacionados con el ámbito de la creación de contenidos digitales.	Habilidades o destrezas
RA10	RA10 - Relacionar los conceptos de la teoría de comunicación con los respectivos procesos comunicativos tanto en entornos tradicionales como digitales.	Conocimientos o contenidos
RA12	RA12 - Relacionar las bases del marketing digital con las estrategias de comunicación y los procesos comunicativos del marketing, el periodismo y la publicidad.	Conocimientos o contenidos
RA14	RA14 - Asociar las implicaciones éticas y legales con la producción y distribución de contenidos digitales, incluyendo derechos de autor, privacidad, y el respeto por los estándares éticos en la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA17	RA17 - Relacionar los fundamentos de diseño gráfico sus diferentes usos en la creación de contenidos digitales, con el fin de mejorar la eficacia comunicativa y estética de los proyectos digitales.	Conocimientos o contenidos
RA18	RA18 - Seleccionar las soluciones tecnológicas y los recursos necesarios para el desarrollo y la ejecución de proyectos de gestión y análisis de datos en el ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA2	RA2 - Comunicar eficazmente, de forma oral o escrita en catalán, castellano e inglés en el desempeño de la actividad profesional y académica relacionada con la comunicación digital.	Habilidades o destrezas
RA28	RA28 - Comunicar de manera efectiva en la variedad de contextos digitales, empleando los diversos formatos y canales existentes para alcanzar y fidelizar a audiencias específicas, manteniendo siempre un alto grado de profesionalismo y ética.	Competencias
RA3	RA3 - Identificar interrelaciones entre el ámbito de comunicación digital, la producción de contenidos digitales y otras áreas de conocimiento para promover el trabajo transdisciplinar del comunicador en proyectos académicos o profesionales.	Conocimientos o contenidos
RA30	RA30 - Resolver problemas complejos de manera creativa y efectiva, aplicando un pensamiento crítico y estratégico para tomar decisiones informadas que impulsen el éxito de proyectos y estrategias de comunicación.	Competencias
RA31	RA31 - Construir proyectos de comunicación digital desde la concepción hasta la implementación y evaluación, asegurando que se cumplan los objetivos, se mantengan los plazos y se optimicen los recursos.	Competencias

RA32	RA32 - Idear propuestas y proyectos profesionales relativos a la comunicación digital en el ámbito de una empresa o institución, nacional o internacional, con autonomía y responsabilidad social.	Competencias
RA33	RA33 - Crear un proyecto de investigación del ámbito de la comunicación digital, de carácter teórico y normativo o de orientación práctica y aplicada, contemplando las etapas y recursos metodológicos adecuados, con cierta independencia, así como honestidad intelectual, e integridad científica.	Competencias
RA4	RA4 - Trabajar de manera colaborativa en entornos multidisciplinares, promoviendo la comunicación efectiva, el respeto mutuo y la gestión de proyectos compartidos.	Competencias
RA6	RA6 - Demostrar un compromiso ético en las diferentes dimensiones de la comunicación, basado en la conciencia y reflexión personal, en coherencia con los principios deontológicos de la comunicación y respetando la integridad de la persona.	Conocimientos o contenidos
RA7	RA7 - Identificar los principios de promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluyendo la responsabilidad social ante cuestiones de sostenibilidad y cambio climático, para aplicarlos efectivamente en el desempeño profesional dentro del ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA8	RA8 - Identificar los principios propios de una cultura de paz y no violencia, basados en los derechos humanos y los valores democráticos, en sus análisis y reflexiones sobre la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA9	RA9 - Generar contenidos comunicativos digitales que presten especial atención a la equidad, la inclusión social, la igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, y los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas.	Habilidades o destrezas
RA15	RA15 - Identificar los procesos sobre la recopilación, análisis, e interpretación de datos digitales para informar decisiones estratégicas en el ámbito de la comunicación y el marketing digital.	Conocimientos o contenidos

Asignaturas

1 - Comunicación I

Carácter	Ects	Tipo
Básica	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	6

2 - Introducción a la Publicidad, las Relaciones Públicas y el

Marketing

Carácter	Ects	Tipo
Básica	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	6

3 - Comunicación II

Carácter	Ects	Tipo
Básica	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	6

4 - Fotografía

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	6

5 - Diseño Gráfico

Carácter	Ects	Tipo
Básica	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	6

6 - Fundamentos de la Comunicación Audiovisual

Carácter	Ects	Tipo
Básica	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	3	6

7 - Fundamentos del Periodismo

Carácter	Ects	Tipo
----------	------	------

Básica	6	Semestral
--------	---	-----------

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	4	6

8 - Comunicación Institucional y Corporativa

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	5	6

9 - Inbranding y Comunicación Interna no Convencional

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	8	3

4 - Bases de la Comunicación Digital

Carácter	Ects	Ámbito
Obligatoria	21	

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	3
Semestral	7	6
Semestral	6	6
Semestral	3	6

Código	Resultado de Aprendizaje	Tipo
RA1	RA1 - Utilizar de manera eficaz e integradora las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos relacionados con el ámbito de la creación de contenidos digitales.	Habilidades o destrezas
RA10	RA10 - Relacionar los conceptos de la teoría de comunicación con los respectivos procesos comunicativos tanto en entornos tradicionales como digitales.	Conocimientos o contenidos
RA13	RA13 - Reconocer diferentes formas y formatos de contar historias en medios tradicionales y digitales, incluyendo la narrativa transmedia.	Conocimientos o contenidos

RA14	RA14 - Asociar las implicaciones éticas y legales con la producción y distribución de contenidos digitales, incluyendo derechos de autor, privacidad, y el respeto por los estándares éticos en la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA16	RA16 - Interpretar, desde una visión global, la evolución de los medios digitales y las tendencias en la industria de la comunicación, estando preparado para anticipar y adaptarse a los cambios en el sector.	Conocimientos o contenidos
RA2	RA2 - Comunicar eficazmente, de forma oral o escrita en catalán, castellano e inglés en el desempeño de la actividad profesional y académica relacionada con la comunicación digital.	Habilidades o destrezas
RA21	RA21 - Aplicar la creatividad y la innovación en la creación de contenido que capte la atención y comprometa a la audiencia.	Habilidades o destrezas
RA22	RA22 - Comunicar ideas y conceptos de manera clara y efectiva a través de diferentes plataformas digitales, adaptando el mensaje al medio y al público objetivo, y utilizando el lenguaje y las estrategias de comunicación más apropiados para cada canal.	Habilidades o destrezas
RA26	RA26 - Adaptar los planes de comunicación a las rápidas evoluciones tecnológicas y a los cambios en las tendencias de comunicación digital en un sector en constante evolución.	Habilidades o destrezas
RA28	RA28 - Comunicar de manera efectiva en la variedad de contextos digitales, empleando los diversos formatos y canales existentes para alcanzar y fidelizar a audiencias específicas, manteniendo siempre un alto grado de profesionalismo y ética.	Competencias
RA3	RA3 - Identificar interrelaciones entre el ámbito de comunicación digital, la producción de contenidos digitales y otras áreas de conocimiento para promover el trabajo transdisciplinar del comunicador en proyectos académicos o profesionales.	Conocimientos o contenidos
RA30	RA30 - Resolver problemas complejos de manera creativa y efectiva, aplicando un pensamiento crítico y estratégico para tomar decisiones informadas que impulsen el éxito de proyectos y estrategias de comunicación.	Competencias
RA23	RA23 - Planificar el proceso integral de implementación y monitoreo de estrategias en redes sociales, entendiendo las dinámicas de cada plataforma y sabiendo cómo fomentar la interacción, el compromiso y la construcción de comunidades en línea.	Habilidades o destrezas
RA24	RA24 - Analizar datos digitales a partir de su recolección e interpretación a través del uso de herramientas de analítica web, con el objetivo de optimizar estrategias de marketing y comunicación y tomar decisiones basadas en evidencia.	Habilidades o destrezas
RA25	RA25 - Evaluar de forma objetiva los contenidos digitales y las estrategias de comunicación para identificar problemas, plantear soluciones innovadoras y tomar decisiones informadas.	Habilidades o destrezas
RA31	RA31 - Construir proyectos de comunicación digital desde la concepción hasta la implementación y evaluación, asegurando que se cumplan los objetivos, se mantengan los plazos y se optimicen los recursos.	Competencias

RA4	RA4 - Trabajar de manera colaborativa en entornos multidisciplinares, promoviendo la comunicación efectiva, el respeto mutuo y la gestión de proyectos compartidos.	Competencias
RA5	RA5 - Participar en la generación de propuestas de emprendimiento basadas en la innovación y el liderazgo, que pueden promover el cambio, el progreso y la mejora en el campo de la comunicación digital.	Habilidades o destrezas
RA6	RA6 - Demostrar un compromiso ético en las diferentes dimensiones de la comunicación, basado en la conciencia y reflexión personal, en coherencia con los principios deontológicos de la comunicación y respetando la integridad de la persona.	Conocimientos o contenidos
RA7	RA7 - Identificar los principios de promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluyendo la responsabilidad social ante cuestiones de sostenibilidad y cambio climático, para aplicarlos efectivamente en el desempeño profesional dentro del ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA8	RA8 - Identificar los principios propios de una cultura de paz y no violencia, basados en los derechos humanos y los valores democráticos, en sus análisis y reflexiones sobre la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA9	RA9 - Generar contenidos comunicativos digitales que presten especial atención a la equidad, la inclusión social, la igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, y los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas.	Habilidades o destrezas

Asignaturas

1 - Innovación y Creatividad Digital

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	3

2 - Lenguajes y Narrativas Digitales

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	3	6

3 - Narrativas de Videojuegos y Gamificación

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	7	6

4 - Marca y Reputación Online

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	6	3

5 - Psicología del Consumidor

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	6	3

5 - Práctica de la Comunicación Digital

Carácter	Ects	Ámbito
Obligatoria	39	

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	4	6
Semestral	8	6
Semestral	7	9
Semestral	6	12
Semestral	5	6

Código	Resultado de Aprendizaje	Tipo
RA1	RA1 - Utilizar de manera eficaz e integradora las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos relacionados con el ámbito de la creación de contenidos digitales.	Habilidades o destrezas

RA11	RA11 - Identificar las principales tecnologías de la información y la comunicación, para su uso como herramientas de creación y gestión de contenido digital, plataformas de redes sociales, y edición de audio y vídeo.	Conocimientos o contenidos
RA12	RA12 - Relacionar las bases del marketing digital con las estrategias de comunicación y los procesos comunicativos del marketing, el periodismo y la publicidad.	Conocimientos o contenidos
RA13	RA13 - Reconocer diferentes formas y formatos de contar historias en medios tradicionales y digitales, incluyendo la narrativa transmedia.	Conocimientos o contenidos
RA14	RA14 - Asociar las implicaciones éticas y legales con la producción y distribución de contenidos digitales, incluyendo derechos de autor, privacidad, y el respeto por los estándares éticos en la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA16	RA16 - Interpretar, desde una visión global, la evolución de los medios digitales y las tendencias en la industria de la comunicación, estando preparado para anticipar y adaptarse a los cambios en el sector.	Conocimientos o contenidos
RA17	RA17 - Relacionar los fundamentos de diseño gráfico sus diferentes usos en la creación de contenidos digitales, con el fin de mejorar la eficacia comunicativa y estética de los proyectos digitales.	Conocimientos o contenidos
RA18	RA18 - Seleccionar las soluciones tecnológicas y los recursos necesarios para el desarrollo y la ejecución de proyectos de gestión y análisis de datos en el ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA2	RA2 - Comunicar eficazmente, de forma oral o escrita en catalán, castellano e inglés en el desempeño de la actividad profesional y académica relacionada con la comunicación digital.	Habilidades o destrezas
RA20	RA20 - Producir contenidos digitales de alta calidad, incluyendo texto, imágenes, audio y vídeo, empleando herramientas de edición avanzadas.	Habilidades o destrezas
RA21	RA21 - Aplicar la creatividad y la innovación en la creación de contenido que capte la atención y comprometa a la audiencia.	Habilidades o destrezas
RA22	RA22 - Comunicar ideas y conceptos de manera clara y efectiva a través de diferentes plataformas digitales, adaptando el mensaje al medio y al público objetivo, y utilizando el lenguaje y las estrategias de comunicación más apropiados para cada canal.	Habilidades o destrezas
RA26	RA26 - Adaptar los planes de comunicación a las rápidas evoluciones tecnológicas y a los cambios en las tendencias de comunicación digital en un sector en constante evolución.	Habilidades o destrezas
RA27	RA27 - Ejecutar, a partir de su planificación y evaluación, proyectos digitales, aplicando metodologías de gestión de proyectos y herramientas digitales para garantizar la entrega a tiempo, dentro del presupuesto y conforme a los objetivos establecidos.	Habilidades o destrezas
RA28	RA28 - Comunicar de manera efectiva en la variedad de contextos digitales, empleando los diversos formatos y canales existentes para alcanzar y fidelizar a audiencias específicas, manteniendo siempre un alto grado de profesionalismo y ética.	Competencias

RA29	RA29 - Gestionar la información de manera eficiente, utilizando herramientas digitales avanzadas para el análisis de datos, la gestión y la toma de decisiones basadas en evidencia en el campo de la comunicación y el marketing y la publicidad digitales.	Competencias
RA3	RA3 - Identificar interrelaciones entre el ámbito de comunicación digital, la producción de contenidos digitales y otras áreas de conocimiento para promover el trabajo transdisciplinar del comunicador en proyectos académicos o profesionales.	Conocimientos o contenidos
RA23	RA23 - Planificar el proceso integral de implementación y monitoreo de estrategias en redes sociales, entendiendo las dinámicas de cada plataforma y sabiendo cómo fomentar la interacción, el compromiso y la construcción de comunidades en línea.	Habilidades o destrezas
RA24	RA24 - Analizar datos digitales a partir de su recolección e interpretación a través del uso de herramientas de analítica web, con el objetivo de optimizar estrategias de marketing y comunicación y tomar decisiones basadas en evidencia.	Habilidades o destrezas
RA25	RA25 - Evaluar de forma objetiva los contenidos digitales y las estrategias de comunicación para identificar problemas, plantear soluciones innovadoras y tomar decisiones informadas.	Habilidades o destrezas
RA31	RA31 - Construir proyectos de comunicación digital desde la concepción hasta la implementación y evaluación, asegurando que se cumplan los objetivos, se mantengan los plazos y se optimicen los recursos.	Competencias
RA32	RA32 - Idear propuestas y proyectos profesionales relativos a la comunicación digital en el ámbito de una empresa o institución, nacional o internacional, con autonomía y responsabilidad social.	Competencias
RA33	RA33 - Crear un proyecto de investigación del ámbito de la comunicación digital, de carácter teórico y normativo o de orientación práctica y aplicada, contemplando las etapas y recursos metodológicos adecuados, con cierta independencia, así como honestidad intelectual, e integridad científica.	Competencias
RA4	RA4 - Trabajar de manera colaborativa en entornos multidisciplinarios, promoviendo la comunicación efectiva, el respeto mutuo y la gestión de proyectos compartidos.	Competencias
RA5	RA5 - Participar en la generación de propuestas de emprendimiento basadas en la innovación y el liderazgo, que pueden promover el cambio, el progreso y la mejora en el campo de la comunicación digital.	Habilidades o destrezas
RA6	RA6 - Demostrar un compromiso ético en las diferentes dimensiones de la comunicación, basado en la conciencia y reflexión personal, en coherencia con los principios deontológicos de la comunicación y respetando la integridad de la persona.	Conocimientos o contenidos
RA7	RA7 - Identificar los principios de promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluyendo la responsabilidad social ante cuestiones de sostenibilidad y cambio climático, para aplicarlos efectivamente en el desempeño profesional dentro del ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos

RA8	RA8 - Identificar los principios propios de una cultura de paz y no violencia, basados en los derechos humanos y los valores democráticos, en sus análisis y reflexiones sobre la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA9	RA9 - Generar contenidos comunicativos digitales que presten especial atención a la equidad, la inclusión social, la igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, y los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas.	Habilidades o destrezas
RA15	RA15 - Identificar los procesos sobre la recopilación, análisis, e interpretación de datos digitales para informar decisiones estratégicas en el ámbito de la comunicación y el marketing digital.	Conocimientos o contenidos

Asignaturas

2 - Producción Audiovisual en Entornos Digitales

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	4	6

3 - Técnicas Audiovisuales de Edición y Postproducción Digitales

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	5	6

4 - Arquitectura de la Información y Usabilidad: UX/UI

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	6	3

5 - Estrategias SEO y SEM

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	6	6

6 - Metodología para Proyectos de Investigación en Comunicación

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	6	3

7 - Comunicación Especializada I

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	7	6

8 - Comunicación Especializada II

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	8	6

9 - Diseño de Producto para Plataformas Digitales

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	7	3

6 - Análisis de Datos y Estadística

Carácter	Ects	Ámbito
Obligatoria	15	

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	3	3

Semestral	8	9
Semestral	6	3

Código	Resultado de Aprendizaje	Tipo
RA1	RA1 - Utilizar de manera eficaz e integradora las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos relacionados con el ámbito de la creación de contenidos digitales.	Habilidades o destrezas
RA11	RA11 - Identificar las principales tecnologías de la información y la comunicación, para su uso como herramientas de creación y gestión de contenido digital, plataformas de redes sociales, y edición de audio y vídeo.	Conocimientos o contenidos
RA12	RA12 - Relacionar las bases del marketing digital con las estrategias de comunicación y los procesos comunicativos del marketing, el periodismo y la publicidad.	Conocimientos o contenidos
RA14	RA14 - Asociar las implicaciones éticas y legales con la producción y distribución de contenidos digitales, incluyendo derechos de autor, privacidad, y el respeto por los estándares éticos en la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA16	RA16 - Interpretar, desde una visión global, la evolución de los medios digitales y las tendencias en la industria de la comunicación, estando preparado para anticipar y adaptarse a los cambios en el sector.	Conocimientos o contenidos
RA18	RA18 - Seleccionar las soluciones tecnológicas y los recursos necesarios para el desarrollo y la ejecución de proyectos de gestión y análisis de datos en el ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA19	RA19 - Describir los conceptos de la programación más habituales en la comunicación y la explotación de datos.	Conocimientos o contenidos
RA20	RA20 - Producir contenidos digitales de alta calidad, incluyendo texto, imágenes, audio y vídeo, empleando herramientas de edición avanzadas.	Habilidades o destrezas
RA21	RA21 - Aplicar la creatividad y la innovación en la creación de contenido que capte la atención y comprometa a la audiencia.	Habilidades o destrezas
RA22	RA22 - Comunicar ideas y conceptos de manera clara y efectiva a través de diferentes plataformas digitales, adaptando el mensaje al medio y al público objetivo, y utilizando el lenguaje y las estrategias de comunicación más apropiados para cada canal.	Habilidades o destrezas
RA26	RA26 - Adaptar los planes de comunicación a las rápidas evoluciones tecnológicas y a los cambios en las tendencias de comunicación digital en un sector en constante evolución.	Habilidades o destrezas
RA29	RA29 - Gestionar la información de manera eficiente, utilizando herramientas digitales avanzadas para el análisis de datos, la gestión y la toma de decisiones basadas en evidencia en el campo de la comunicación y el marketing y la publicidad digitales.	Competencias
RA3	RA3 - Identificar interrelaciones entre el ámbito de comunicación digital, la producción de contenidos digitales y otras áreas de conocimiento para promover el trabajo transdisciplinar del comunicador en proyectos académicos o profesionales.	Conocimientos o contenidos

RA23	RA23 - Planificar el proceso integral de implementación y monitoreo de estrategias en redes sociales, entendiendo las dinámicas de cada plataforma y sabiendo cómo fomentar la interacción, el compromiso y la construcción de comunidades en línea.	Habilidades o destrezas
RA24	RA24 - Analizar datos digitales a partir de su recolección e interpretación a través del uso de herramientas de analítica web, con el objetivo de optimizar estrategias de marketing y comunicación y tomar decisiones basadas en evidencia.	Habilidades o destrezas
RA25	RA25 - Evaluar de forma objetiva los contenidos digitales y las estrategias de comunicación para identificar problemas, plantear soluciones innovadoras y tomar decisiones informadas.	Habilidades o destrezas
RA31	RA31 - Construir proyectos de comunicación digital desde la concepción hasta la implementación y evaluación, asegurando que se cumplan los objetivos, se mantengan los plazos y se optimicen los recursos.	Competencias
RA6	RA6 - Demostrar un compromiso ético en las diferentes dimensiones de la comunicación, basado en la conciencia y reflexión personal, en coherencia con los principios deontológicos de la comunicación y respetando la integridad de la persona.	Conocimientos o contenidos
RA7	RA7 - Identificar los principios de promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluyendo la responsabilidad social ante cuestiones de sostenibilidad y cambio climático, para aplicarlos efectivamente en el desempeño profesional dentro del ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA9	RA9 - Generar contenidos comunicativos digitales que presten especial atención a la equidad, la inclusión social, la igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, y los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas.	Habilidades o destrezas
RA15	RA15 - Identificar los procesos sobre la recopilación, análisis, e interpretación de datos digitales para informar decisiones estratégicas en el ámbito de la comunicación y el marketing digital.	Conocimientos o contenidos

Asignaturas

1 - Introducción al Big Data Aplicado a la Comunicación Digital		
Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral
Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	6	3

2 - Estadística para comunicadores

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	3	3

3 - Análisis de Datos y Métricas Digitales

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	8	6

4 - Diseño y Visualización de Datos

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	8	3

7 - Entornos Multimedia

Carácter	Ects	Ámbito
Obligatoria	30	

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	3
Semestral	8	6
Semestral	7	6
Semestral	6	9
Semestral	3	6

Código	Resultado de Aprendizaje	Tipo
RA1	RA1 - Utilizar de manera eficaz e integradora las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos relacionados con el ámbito de la creación de contenidos digitales.	Habilidades o destrezas

RA11	RA11 - Identificar las principales tecnologías de la información y la comunicación, para su uso como herramientas de creación y gestión de contenido digital, plataformas de redes sociales, y edición de audio y vídeo.	Conocimientos o contenidos
RA12	RA12 - Relacionar las bases del marketing digital con las estrategias de comunicación y los procesos comunicativos del marketing, el periodismo y la publicidad.	Conocimientos o contenidos
RA13	RA13 - Reconocer diferentes formas y formatos de contar historias en medios tradicionales y digitales, incluyendo la narrativa transmedia.	Conocimientos o contenidos
RA14	RA14 - Asociar las implicaciones éticas y legales con la producción y distribución de contenidos digitales, incluyendo derechos de autor, privacidad, y el respeto por los estándares éticos en la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA16	RA16 - Interpretar, desde una visión global, la evolución de los medios digitales y las tendencias en la industria de la comunicación, estando preparado para anticipar y adaptarse a los cambios en el sector.	Conocimientos o contenidos
RA17	RA17 - Relacionar los fundamentos de diseño gráfico sus diferentes usos en la creación de contenidos digitales, con el fin de mejorar la eficacia comunicativa y estética de los proyectos digitales.	Conocimientos o contenidos
RA18	RA18 - Seleccionar las soluciones tecnológicas y los recursos necesarios para el desarrollo y la ejecución de proyectos de gestión y análisis de datos en el ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA2	RA2 - Comunicar eficazmente, de forma oral o escrita en catalán, castellano e inglés en el desempeño de la actividad profesional y académica relacionada con la comunicación digital.	Habilidades o destrezas
RA20	RA20 - Producir contenidos digitales de alta calidad, incluyendo texto, imágenes, audio y vídeo, empleando herramientas de edición avanzadas.	Habilidades o destrezas
RA21	RA21 - Aplicar la creatividad y la innovación en la creación de contenido que capte la atención y comprometa a la audiencia.	Habilidades o destrezas
RA22	RA22 - Comunicar ideas y conceptos de manera clara y efectiva a través de diferentes plataformas digitales, adaptando el mensaje al medio y al público objetivo, y utilizando el lenguaje y las estrategias de comunicación más apropiados para cada canal.	Habilidades o destrezas
RA26	RA26 - Adaptar los planes de comunicación a las rápidas evoluciones tecnológicas y a los cambios en las tendencias de comunicación digital en un sector en constante evolución.	Habilidades o destrezas
RA27	RA27 - Ejecutar, a partir de su planificación y evaluación, proyectos digitales, aplicando metodologías de gestión de proyectos y herramientas digitales para garantizar la entrega a tiempo, dentro del presupuesto y conforme a los objetivos establecidos.	Habilidades o destrezas
RA28	RA28 - Comunicar de manera efectiva en la variedad de contextos digitales, empleando los diversos formatos y canales existentes para alcanzar y fidelizar a audiencias específicas, manteniendo siempre un alto grado de profesionalismo y ética.	Competencias

RA29	RA29 - Gestionar la información de manera eficiente, utilizando herramientas digitales avanzadas para el análisis de datos, la gestión y la toma de decisiones basadas en evidencia en el campo de la comunicación y el marketing y la publicidad digitales.	Competencias
RA3	RA3 - Identificar interrelaciones entre el ámbito de comunicación digital, la producción de contenidos digitales y otras áreas de conocimiento para promover el trabajo transdisciplinar del comunicador en proyectos académicos o profesionales.	Conocimientos o contenidos
RA30	RA30 - Resolver problemas complejos de manera creativa y efectiva, aplicando un pensamiento crítico y estratégico para tomar decisiones informadas que impulsen el éxito de proyectos y estrategias de comunicación.	Competencias
RA23	RA23 - Planificar el proceso integral de implementación y monitoreo de estrategias en redes sociales, entendiendo las dinámicas de cada plataforma y sabiendo cómo fomentar la interacción, el compromiso y la construcción de comunidades en línea.	Habilidades o destrezas
RA24	RA24 - Analizar datos digitales a partir de su recolección e interpretación a través del uso de herramientas de analítica web, con el objetivo de optimizar estrategias de marketing y comunicación y tomar decisiones basadas en evidencia.	Habilidades o destrezas
RA25	RA25 - Evaluar de forma objetiva los contenidos digitales y las estrategias de comunicación para identificar problemas, plantear soluciones innovadoras y tomar decisiones informadas.	Habilidades o destrezas
RA31	RA31 - Construir proyectos de comunicación digital desde la concepción hasta la implementación y evaluación, asegurando que se cumplan los objetivos, se mantengan los plazos y se optimicen los recursos.	Competencias
RA4	RA4 - Trabajar de manera colaborativa en entornos multidisciplinarios, promoviendo la comunicación efectiva, el respeto mutuo y la gestión de proyectos compartidos.	Competencias
RA5	RA5 - Participar en la generación de propuestas de emprendimiento basadas en la innovación y el liderazgo, que pueden promover el cambio, el progreso y la mejora en el campo de la comunicación digital.	Habilidades o destrezas
RA6	RA6 - Demostrar un compromiso ético en las diferentes dimensiones de la comunicación, basado en la conciencia y reflexión personal, en coherencia con los principios deontológicos de la comunicación y respetando la integridad de la persona.	Conocimientos o contenidos
RA7	RA7 - Identificar los principios de promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluyendo la responsabilidad social ante cuestiones de sostenibilidad y cambio climático, para aplicarlos efectivamente en el desempeño profesional dentro del ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA8	RA8 - Identificar los principios propios de una cultura de paz y no violencia, basados en los derechos humanos y los valores democráticos, en sus análisis y reflexiones sobre la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos

RA9	RA9 - Generar contenidos comunicativos digitales que presten especial atención a la equidad, la inclusión social, la igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, y los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas.	Habilidades o destrezas
-----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------

Asignaturas

1 - Social Media y Community Management

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	2	3

2 - Estrategias y Métricas Social Media

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	3	6

3 - Comercio Electrónico

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	6	3

4 - Innovaciones Tecnológicas en la Comunicación I

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	6	6

5 - Innovaciones Tecnológicas en la Comunicación II

Carácter	Ects	Tipo
----------	------	------

Obligatoria	6	Semestral
Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	7	6
6 - Plan de Medios		
Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral
Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	8	6

8 - Metodologías y Tecnologías de Programación

Carácter	Ects	Ámbito
Obligatoria	18	

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	3
Semestral	5	6
Semestral	4	6
Semestral	3	3

Código	Resultado de Aprendizaje	Tipo
RA1	RA1 - Utilizar de manera eficaz e integradora las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos relacionados con el ámbito de la creación de contenidos digitales.	Habilidades o destrezas
RA11	RA11 - Identificar las principales tecnologías de la información y la comunicación, para su uso como herramientas de creación y gestión de contenido digital, plataformas de redes sociales, y edición de audio y vídeo.	Conocimientos o contenidos
RA16	RA16 - Interpretar, desde una visión global, la evolución de los medios digitales y las tendencias en la industria de la comunicación, estando preparado para anticipar y adaptarse a los cambios en el sector.	Conocimientos o contenidos
RA18	RA18 - Seleccionar las soluciones tecnológicas y los recursos necesarios para el desarrollo y la ejecución de proyectos de gestión y análisis de datos en el ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA19	RA19 - Describir los conceptos de la programación más habituales en la comunicación y la explotación de datos.	Conocimientos o contenidos
RA20	RA20 - Producir contenidos digitales de alta calidad, incluyendo texto, imágenes, audio y vídeo, empleando herramientas de edición avanzadas.	Habilidades o destrezas

RA29	RA29 - Gestionar la información de manera eficiente, utilizando herramientas digitales avanzadas para el análisis de datos, la gestión y la toma de decisiones basadas en evidencia en el campo de la comunicación y el marketing y la publicidad digitales.	Competencias
RA3	RA3 - Identificar interrelaciones entre el ámbito de comunicación digital, la producción de contenidos digitales y otras áreas de conocimiento para promover el trabajo transdisciplinar del comunicador en proyectos académicos o profesionales.	Conocimientos o contenidos
RA23	RA23 - Planificar el proceso integral de implementación y monitoreo de estrategias en redes sociales, entendiendo las dinámicas de cada plataforma y sabiendo cómo fomentar la interacción, el compromiso y la construcción de comunidades en línea.	Habilidades o destrezas
RA25	RA25 - Evaluar de forma objetiva los contenidos digitales y las estrategias de comunicación para identificar problemas, plantear soluciones innovadoras y tomar decisiones informadas.	Habilidades o destrezas
RA7	RA7 - Identificar los principios de promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluyendo la responsabilidad social ante cuestiones de sostenibilidad y cambio climático, para aplicarlos efectivamente en el desempeño profesional dentro del ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA15	RA15 - Identificar los procesos sobre la recopilación, análisis, e interpretación de datos digitales para informar decisiones estratégicas en el ámbito de la comunicación y el marketing digital.	Conocimientos o contenidos

Asignaturas

2 - Introducción a la Tecnología de Internet

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	1	3

3 - Fundamentos de Programación

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	3	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	3	3

4 - Entorno Web y Aplicaciones I: Programación y Desarrollo

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	4	6

5 - Entorno Web y Aplicaciones II: Edición y Administración de Contenidos

Carácter	Ects	Tipo
Obligatoria	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	5	6

9 - Prácticas Externas / Practicum

Carácter	Ects	Ámbito
Prácticas Externas	6	

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	7	6

Código	Resultado de Aprendizaje	Tipo
RA1	RA1 - Utilizar de manera eficaz e integradora las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos relacionados con el ámbito de la creación de contenidos digitales.	Habilidades o destrezas
RA11	RA11 - Identificar las principales tecnologías de la información y la comunicación, para su uso como herramientas de creación y gestión de contenido digital, plataformas de redes sociales, y edición de audio y vídeo.	Conocimientos o contenidos
RA12	RA12 - Relacionar las bases del marketing digital con las estrategias de comunicación y los procesos comunicativos del marketing, el periodismo y la publicidad.	Conocimientos o contenidos
RA13	RA13 - Reconocer diferentes formas y formatos de contar historias en medios tradicionales y digitales, incluyendo la narrativa transmedia.	Conocimientos o contenidos
RA18	RA18 - Seleccionar las soluciones tecnológicas y los recursos necesarios para el desarrollo y la ejecución de proyectos de gestión y análisis de datos en el ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA2	RA2 - Comunicar eficazmente, de forma oral o escrita en catalán, castellano e inglés en el desempeño de la actividad profesional y académica relacionada con la comunicación digital.	Habilidades o destrezas

RA20	RA20 - Producir contenidos digitales de alta calidad, incluyendo texto, imágenes, audio y vídeo, empleando herramientas de edición avanzadas.	Habilidades o destrezas
RA22	RA22 - Comunicar ideas y conceptos de manera clara y efectiva a través de diferentes plataformas digitales, adaptando el mensaje al medio y al público objetivo, y utilizando el lenguaje y las estrategias de comunicación más apropiados para cada canal.	Habilidades o destrezas
RA26	RA26 - Adaptar los planes de comunicación a las rápidas evoluciones tecnológicas y a los cambios en las tendencias de comunicación digital en un sector en constante evolución.	Habilidades o destrezas
RA28	RA28 - Comunicar de manera efectiva en la variedad de contextos digitales, empleando los diversos formatos y canales existentes para alcanzar y fidelizar a audiencias específicas, manteniendo siempre un alto grado de profesionalismo y ética.	Competencias
RA29	RA29 - Gestionar la información de manera eficiente, utilizando herramientas digitales avanzadas para el análisis de datos, la gestión y la toma de decisiones basadas en evidencia en el campo de la comunicación y el marketing y la publicidad digitales.	Competencias
RA3	RA3 - Identificar interrelaciones entre el ámbito de comunicación digital, la producción de contenidos digitales y otras áreas de conocimiento para promover el trabajo transdisciplinar del comunicador en proyectos académicos o profesionales.	Conocimientos o contenidos
RA30	RA30 - Resolver problemas complejos de manera creativa y efectiva, aplicando un pensamiento crítico y estratégico para tomar decisiones informadas que impulsen el éxito de proyectos y estrategias de comunicación.	Competencias
RA23	RA23 - Planificar el proceso integral de implementación y monitoreo de estrategias en redes sociales, entendiendo las dinámicas de cada plataforma y sabiendo cómo fomentar la interacción, el compromiso y la construcción de comunidades en línea.	Habilidades o destrezas
RA25	RA25 - Evaluar de forma objetiva los contenidos digitales y las estrategias de comunicación para identificar problemas, plantear soluciones innovadoras y tomar decisiones informadas.	Habilidades o destrezas
RA32	RA32 - Idear propuestas y proyectos profesionales relativos a la comunicación digital en el ámbito de una empresa o institución, nacional o internacional, con autonomía y responsabilidad social.	Competencias
RA4	RA4 - Trabajar de manera colaborativa en entornos multidisciplinares, promoviendo la comunicación efectiva, el respeto mutuo y la gestión de proyectos compartidos.	Competencias
RA5	RA5 - Participar en la generación de propuestas de emprendimiento basadas en la innovación y el liderazgo, que pueden promover el cambio, el progreso y la mejora en el campo de la comunicación digital.	Habilidades o destrezas
RA6	RA6 - Demostrar un compromiso ético en las diferentes dimensiones de la comunicación, basado en la conciencia y reflexión personal, en coherencia con los principios deontológicos de la comunicación y respetando la integridad de la persona.	Conocimientos o contenidos

RA9	RA9 - Generar contenidos comunicativos digitales que presten especial atención a la equidad, la inclusión social, la igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, y los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas.	Habilidades o destrezas
-----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------

Asignaturas

1 - Prácticas en Empresa

Carácter	Ects	Tipo
Prácticas Externas	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	7	6

10 - Trabajo Fin de Grado

Carácter	Ects	Ámbito
Trabajo Fin de Grado / Máster	6	

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	8	6

Código	Resultado de Aprendizaje	Tipo
RA1	RA1 - Utilizar de manera eficaz e integradora las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos relacionados con el ámbito de la creación de contenidos digitales.	Habilidades o destrezas
RA10	RA10 - Relacionar los conceptos de la teoría de comunicación con los respectivos procesos comunicativos tanto en entornos tradicionales como digitales.	Conocimientos o contenidos
RA12	RA12 - Relacionar las bases del marketing digital con las estrategias de comunicación y los procesos comunicativos del marketing, el periodismo y la publicidad.	Conocimientos o contenidos
RA13	RA13 - Reconocer diferentes formas y formatos de contar historias en medios tradicionales y digitales, incluyendo la narrativa transmedia.	Conocimientos o contenidos
RA16	RA16 - Interpretar, desde una visión global, la evolución de los medios digitales y las tendencias en la industria de la comunicación, estando preparado para anticipar y adaptarse a los cambios en el sector.	Conocimientos o contenidos
RA17	RA17 - Relacionar los fundamentos de diseño gráfico sus diferentes usos en la creación de contenidos digitales, con el fin de mejorar la eficacia comunicativa y estética de los proyectos digitales.	Conocimientos o contenidos

RA18	RA18 - Seleccionar las soluciones tecnológicas y los recursos necesarios para el desarrollo y la ejecución de proyectos de gestión y análisis de datos en el ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA2	RA2 - Comunicar eficazmente, de forma oral o escrita en catalán, castellano e inglés en el desempeño de la actividad profesional y académica relacionada con la comunicación digital.	Habilidades o destrezas
RA28	RA28 - Comunicar de manera efectiva en la variedad de contextos digitales, empleando los diversos formatos y canales existentes para alcanzar y fidelizar a audiencias específicas, manteniendo siempre un alto grado de profesionalismo y ética.	Competencias
RA3	RA3 - Identificar interrelaciones entre el ámbito de comunicación digital, la producción de contenidos digitales y otras áreas de conocimiento para promover el trabajo transdisciplinar del comunicador en proyectos académicos o profesionales.	Conocimientos o contenidos
RA32	RA32 - Idear propuestas y proyectos profesionales relativos a la comunicación digital en el ámbito de una empresa o institución, nacional o internacional, con autonomía y responsabilidad social.	Competencias
RA33	RA33 - Crear un proyecto de investigación del ámbito de la comunicación digital, de carácter teórico y normativo o de orientación práctica y aplicada, contemplando las etapas y recursos metodológicos adecuados, con cierta independencia, así como honestidad intelectual, e integridad científica.	Competencias
RA4	RA4 - Trabajar de manera colaborativa en entornos multidisciplinarios, promoviendo la comunicación efectiva, el respeto mutuo y la gestión de proyectos compartidos.	Competencias
RA5	RA5 - Participar en la generación de propuestas de emprendimiento basadas en la innovación y el liderazgo, que pueden promover el cambio, el progreso y la mejora en el campo de la comunicación digital.	Habilidades o destrezas
RA6	RA6 - Demostrar un compromiso ético en las diferentes dimensiones de la comunicación, basado en la conciencia y reflexión personal, en coherencia con los principios deontológicos de la comunicación y respetando la integridad de la persona.	Conocimientos o contenidos
RA7	RA7 - Identificar los principios de promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluyendo la responsabilidad social ante cuestiones de sostenibilidad y cambio climático, para aplicarlos efectivamente en el desempeño profesional dentro del ámbito de la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA8	RA8 - Identificar los principios propios de una cultura de paz y no violencia, basados en los derechos humanos y los valores democráticos, en sus análisis y reflexiones sobre la comunicación digital.	Conocimientos o contenidos
RA9	RA9 - Generar contenidos comunicativos digitales que presten especial atención a la equidad, la inclusión social, la igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, y los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas.	Habilidades o destrezas

RA15	RA15 - Identificar los procesos sobre la recopilación, análisis, e interpretación de datos digitales para informar decisiones estratégicas en el ámbito de la comunicación y el marketing digital.	Conocimientos o contenidos
------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------

Asignaturas

1 - Trabajo Fin de Grado

Carácter	Ects	Tipo
Trabajo Fin de Grado / Máster	6	Semestral

Tipo	Periodo	ECTS
Semestral	8	6

4.2.Actividades y metodologías docentes

Actividades

4.2.a) Materias básicas, obligatorias y optativas

El estudiantado del Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales cursa las asignaturas de la titulación en modalidad presencial. Las materias básicas y obligatorias, con carácter general, implican 600 horas presenciales por curso (60 ECTS) distribuidas conforme a la semestralidad de cada materia, estableciendo una proporción de 10 horas de actividades formativas presenciales por cada crédito.

El Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales contempla un total de nueve actividades formativas posibles: Clase Magistral (AF1), Taller (AF2), Estudio de Caso (AF3), Tutoría (AF4), Seminario (AF5), Contenidos documentales y audiovisuales (AF6), Trabajo en grupo (AF7), Trabajo autónomo (AF8) y Prácticas externas (AF9). La descripción detallada de estas actividades formativas puede consultarse en el Anexo 2.

Con carácter general, las actividades formativas son de carácter presencial y se impartirán en los espacios docentes de la UAO CEU. La tabla adjunta relaciona la distribución mínima y máxima de cada actividad formativa por créditos y su naturaleza presencial o no presencial para las materias 1 a 10 del Grado.

Actividad Formativa	Distribución mínima y máxima de cada actividad formativa	
	Mínimo de horas de esta actividad por crédito	Máximo de horas de esta actividad por crédito
AF1.Clase magistral(actividad presencial)	2,2	6,67
AF2.Taller(actividad presencial)	0	3,81
AF3.Estudio de Caso(actividad presencial)	0,48	2,25
AF4.Tutoría(actividad presencial)	0,56	1
AF5. Seminario(actividad presencial)	0	2,38
AF6.Contenidos documentales y audiovisuales (actividad no presencial)	0	0,25
AF7.Trabajo en grupo(actividad presencial)	0	3,33
AF7.Trabajo en grupo(actividad no presencial)	0	3,33
AF8.Trabajo autónomo(actividad no presencial)	15,00	15,00

Descontando las horas destinadas al Trabajo Autónomo (AF8), las Clases Magistrales (AF1) concentran el 34,7% del total de las horas destinadas a actividades formativas, seguidas de los Seminarios (AF5), Talleres (AF2) y Estudios de Casos (AF3) que representan el 15,7%, el 14,2% y el 12,1% respectivamente del total. Las Tutorías (AF4) suponen el 9,2% mientras que los Trabajo en grupo (AF7) representan casi el 8,4%.

Las horas destinadas a Contenidos documentales y audiovisuales (AF6) tienen una importancia marginal que apenas alcanza el 1%. La distribución de horas por materia y tipo de actividad formativa, así como la distribución de horas de las actividades formativas por créditos y materias puede consultarse en el Anexo 2.

4.2.b) Prácticas académicas externas (obligatorias)

El objetivo principal de las prácticas externas es que el estudiante aplique el conocimiento adquirido durante la titulación para el desempeño eficaz de las funciones básicas de planificación, desarrollo, ejecución y seguimiento de proyectos relacionados con la comunicación digital y la creación de contenidos estratégicos en un entorno profesional.

Constituyen un primer contacto del estudiantado con el mercado laboral que favorece su futura inserción laboral. Se llevan a cabo en las empresas e instituciones con las que existen convenios de colaboración con la universidad (ver apartado 6.2).

Las prácticas externas permiten integrar desde una perspectiva profesionalizante, los resultados de aprendizaje adquiridos a lo largo del grado, con el desarrollo de las habilidades necesarias en el ámbito práctico.

Todos los centros de prácticas (empresas e instituciones con las que existen convenios de colaboración con la universidad), pertenecen a un ámbito de conocimiento específico dentro del área de la comunicación y creación de contenidos digitales, para que el alumnado, pueda realizar dichas prácticas en el centro que más se adecue a sus intereses y motivación. Del mismo modo, los centros deben ofrecer un contexto vinculado a la formación de perfiles de egreso específicos que se contemplan en la formación del Grado (Ver punto 1.14) para preparar al alumno en su posterior inserción laboral.

Consecuentemente, los proyectos de las empresas o instituciones deben estar alineadas con la naturaleza de los estudios.

Las principales actividades en el centro de prácticas son la preparación de contenidos digitales, la contribución de análisis estratégico de medios, canales y formatos, la participación en las dinámicas de las áreas de comunicación de las organizaciones, la visualización de datos y su análisis.

Los criterios en la elección de los centros de prácticas pivotan bajo los siguientes 4 principios: la adecuación del centro y su actividad al perfil del egresado, la actuación nacional-internacional del centro, la experiencia del centro en el acompañamiento de prácticas, y las posibilidades de empleo o inserción laboral para el alumnado.

Para ello, el proceso será buscar centros de referencia en diferentes ámbitos comunicativos, y elegir los centros a partir de su relevancia en el sector de comunicación y su alineamiento con los perfiles profesionales de la titulación. Esto quiere decir que la titulación va a disponer prácticas en ámbitos más formales y otros más creativos. Serán por lo tanto ámbitos comunicativos diferentes siempre garantizando que el alumno puede activar en estos contextos sus conocimientos sobre la parte de comunicación y la parte tecnológica aprendidos a lo largo de sus estudios.

El seguimiento de las Prácticas Externas obligatorias se realiza mediante dos tutores/as. Uno designado por la universidad y el otro por la empresa donde se destina al alumno/a. Ambos emiten un informe evaluativo de la actividad realizada por el alumno. El alumno/a, por su parte, debe desarrollar una memoria de prácticas donde en la que describe los principales hitos su estancia en la empresa.

Adicionalmente, la materia de Practicum incorpora la impartición de un taller de

competencias de 5 horas distribuidas en tres sesiones. En esta actividad formativa se trabaja la identificación del objetivo profesional, las herramientas de búsqueda de empleo y las competencias requeridas con mayor frecuencia en las ofertas de trabajo de este ámbito: comunicación oral, trabajo en equipo y capacidad analítica.

De esta manera, las actividades formativas que integran las Prácticas Externas obligatorias son cuatro: *Prácticas Externas (AF9)* que supone 120 horas, *Taller (AF2)* con 5 horas, *Tutoría (AF4)* con 5 horas (que se corresponden con 3 sesiones con el tutor/a de la universidad y de 2 sesiones con el tutor/a del centro de prácticas) y *Trabajo Autónomo (AF8)* que responde a las 20 horas estimadas en la elaboración de la memoria de prácticas. La descripción detallada de las AF propias del Practicum se encuentra en el Anexo 2.

4.2.c) Trabajo de fin de Grado

El Trabajo de fin de Grado (TFG) consiste en un ejercicio práctico de síntesis científica o en la elaboración de un proyecto basado en el análisis, desarrollo y exposición de un determinado tema relacionado con alguna de las asignaturas impartidas durante el Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales.

El TFG es elaborado de forma autónoma por el alumno/a (AF8, estimado en 215 horas), con ayuda y apoyo periódico del tutor/a que se le haya asignado. Esta Tutoría (AF4) constituye una actividad formativa estimada en 5 horas, desarrollada presencialmente o distancia (de manera síncrona o asíncrona) entre el tutor/a del TFG y el alumno/a. Está especialmente diseñada para ofrecer una orientación académica efectiva que facilite el proceso de aprendizaje del alumnado, la posible resolución de dudas de carácter académico con relación a la asignatura impartida, así como para evidenciar los aspectos más importantes del sistema de evaluación del TFG.

Adicionalmente, la materia de TFG incorpora la impartición de un seminario (AF5) de orientación metodológica obligatorio de 5 horas distribuidas en tres sesiones. En esta actividad formativa se trabaja en la identificación del tema de estudio y su justificación, la acotación del objeto de análisis y la formulación de las hipótesis del TFG. También se realiza una primera aproximación a las fuentes bibliográficas que permitan definir el marco teórico, la metodología de la investigación y las técnicas o instrumentos de recopilación de datos.

Una vez redactado el TFG por parte del alumno/a, la materia culmina con la redacción del TFG exposición oral y defensa ante un tribunal, del tema en cuestión.

De esta manera, las actividades formativas que integran el TFG son tres: *Trabajo Autónomo (AF8)* que supone 215 horas, *Tutoría (AF2)* con 5 horas y *Seminario (AF5)* con 5 horas. La descripción detallada de las AF propias del TFG se encuentra en el Anexo 2.

Finalmente, la siguiente tabla relaciona las AF y MD con las 3 tipologías de resultados de aprendizaje de la titulación:

R
A
-
M
B
u
l
o
C
o
n
o
c
i
m
i
e
n
t
o
s
(
K
)
H
a
b
i
l
i
d
a
d
e
s
(
S
)

Metodologías

4.2.a) Materias básicas, obligatorias y optativas

En cuanto a las metodologías docentes (MD) del Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales se proponen cinco posibilidades: Método expositivo (MD1), Estudio y resolución de casos prácticos (MD2), Aprendizaje basado en problemas (MD3), Trabajo de síntesis (MD 4) y Aprendizaje Basado en Proyectos (MD5).

La descripción detallada de estas metodologías docentes puede consultarse en el Anexo 2.

4.3.Sistemas de evaluación

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

El sistema de evaluación del Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales es el propio de la UAO CEU basado en la evaluación continua. Este sistema promueve el estudio constante de las materias por parte del alumnado y, por tanto, la evaluación se realiza a través de la valoración de diferentes actividades académicas. En particular, la calificación final de cualquier asignatura básica u obligatoria (no existe optatividad en este grado), con la excepción del Prácticum y del TFG, será siempre el resultado de ponderar la nota final de la evaluación continua y la nota del examen final.

La calificación de la evaluación continua deberá representar, como mínimo, un 40 % y, como máximo, un 70 % de la calificación final de cada asignatura. En consecuencia, la nota

del examen final representará entre un mínimo del 35 % y un máximo del 50 % de la calificación final de la asignatura, tal y como establece la [Normativa de Ordenación Académica General de Grado](#) de la UAO CEU.

Las pruebas con formato de examen se realizarán obligatoriamente de manera presencial. Los porcentajes concretos de cada actividad evaluable (examen, resolución de casos, etc.) se definen en el plan docente de la asignatura, teniendo en cuenta que deben incluirse un mínimo de 2 actividades evaluables de evaluación continua.

Los sistemas de evaluación (SE) para las asignaturas de este título son nueve: (SE1)Examen escrito de desarrollo, (SE2)Examen de preguntas con respuesta múltiple, (SE3)Examen oral, (SE4)Resolución escrita de casos, (SE5)Realización de Trabajos, (SE6)Participación activa del alumnado, (SE7)Memoria de prácticas, (SE8)Realización de trabajos de investigación y (SE9)Defensa de trabajos de investigación. En la siguiente tabla se resume la ponderación mínima y máxima de cada sistema de evaluación:

Sistema Evaluación	Ponderación mínima y máxima de cada sistema	
	Mínimo (%)	Máximo (%)
SE1	25	55
SE2	0	35
SE3	0	20
SE4	5	25
SE5	10	50
SE6	0	5

La descripción detallada de estos sistemas de evaluación y su ponderación por materias puede consultarse en el Anexo 2.

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

En la evaluación de las prácticas externas obligatorias se pretende corroborar la capacidad del alumno de aplicar los contenidos aprendidos en un entorno profesional real, acreditando así haber adquirido las competencias y habilidades propias del grado.

Los tutores, de la entidad y el asignado por la universidad emitirán, de manera independiente un informe valorativo de las prácticas realizadas por el alumno; el alumno, a su vez, realizará una memoria de las actividades realizadas de no menos de 10 páginas explicando las actividades desarrolladas y las habilidades adquiridas a lo largo del periodo

de prácticas. Finalmente, el tutor de la universidad habiendo valorado previamente el informe del tutor de la entidad y habiendo entrevistado al alumno y valorado su memoria, valora numéricamente el aprendizaje del alumno. En el Anexo 2 se puede consultar la descripción detallada del SE7. Memoria de prácticas.

4.3.c) Evaluación del Trabajo de Fin de Grado

El proceso de seguimiento de elaboración del Trabajo de fin de Grado(TFG) y su posterior evaluación está constituido por tres etapas o fases: a) inicio, b) desarrollo del trabajo, y c) entrega y presentación oral. En cada fase se despliegan diferentes competencias, las cuales deben de ser evaluadas a través de resultados de aprendizaje específicos, tal como se detalla en la rúbrica de evaluación del TFG.

El tutor/a evalúa el TFG siguiendo la rúbrica específica a tal efecto, en la que se describe con detalle cada aspecto a evaluar y los diferentes grados de consecución.

El tutor/a, antes de la defensa, introduce en la carpeta de evaluación continua habilitada en la plataforma informática (BBCU) las calificaciones de evaluación continua del trabajo en los siguientes apartados: Normativa, Estructura y Contenido, Capacidad de Innovación y Redacción. Se calcula una nota media ponderada según los porcentajes que aparecen en la rúbrica del TFG.

Tras el depósito del TFG, se realizará una sesión de evaluación final que consiste en la defensa pública por parte del alumnado del trabajo desarrollado ante una Comisión Evaluadora.

Esta Comisión estará integrada por tres (mínimamente 2) profesores universitarios de materias afines a la temática del TFG, máximamente uno de los cuales puede ser externo a la universidad.

La Comisión evaluará, en general, el nivel de vinculación entre los contenidos y resultados de aprendizaje asociadas al grado y el TFG presentado, teniendo en cuenta particularmente los siguientes aspectos: a)Identificación y conceptualización del objeto de estudio del trabajo o proyecto; b)Acreditación de la originalidad del estudio o proyecto o de sus aportaciones; c)Uso completo y sistemático de la metodología, documentación y fuentes de información; d)Uso correcto y cuidadoso del lenguaje científico en las exposiciones, definiciones, argumentaciones y conclusiones; e)Elaboración y presentación ordenada y clara de los contenidos textuales y gráficos.

La nota final del TFG resultará de la media ponderada entre el 40% valorado por el tutor/a durante el proceso de evaluación continua y el 60% valorado por los tres miembros del tribunal (20% cada uno), de acuerdo con lo establecido en la nueva [Normativa de TFG](#)

aprobada por el Consejo de Gobierno de la Universidad.

La valoración del tutor/a del TFG se focaliza exclusivamente en la elaboración del trabajo de investigación. Por el contrario, la valoración de los miembros del tribunal se descompone en dos: 1) La valoración del trabajo de investigación: 36%(= 0,6x60%); y 2) la evaluación de la defensa oral del TFG (donde se valora tanto la exposición como la solvencia en la respuesta a las preguntas formulada por el tribunal) que pondera el 24%(=0,4x40%).

En consecuencia, la Realización de trabajos de investigación(SE8) tiene una ponderación del 76% de la calificación final del TFG, mientras que la Defensa de trabajos de investigación(SE9) representa el 24%. En el Anexo 2 se puede consultar la descripción detallada del SE8 y el SE9.

La siguiente tabla relaciona los SE con las 3 tipologías de resultados de aprendizaje de la titulación:

RA-Título	SE1	SE2	SE3	SE4	SE5	SE6	SE7	SE8	SE9
Conocimientos (K)	X	X	X	X	X			X	X
Habilidades (S)	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Competencias (C)				X	X	X	X	X	X

5. Personal académico y de apoyo a la docencia

5.1. Personal académico

En la siguiente página, se muestra idéntica información que la contenida en el archivo [5.1_personal academico_GCCCD.pdf](#)



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

Como se detalla en la tabla 6, la plantilla del profesorado del Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales, una vez se haya completado el despliegue de la titulación, estará integrada por un total de 35 personas con la categoría de permanente.

Este hecho tiene una doble significación. Por un lado, comporta el compromiso de la UAO CEU de que la totalidad de las asignaturas del grado estén impartidas por profesorado con un contrato laboral indefinido, a tiempo completo o a tiempo parcial. La dedicación del Personal Docente Investigador (PDI) permanente a tiempo completo se computa en 30 ECTS carga que incluye, además de la docencia de Grado, las tareas de coordinación de prácticas, tutela de alumnos, y dirección de un máximo de 5 Trabajos de Final de Grado (TFG). La dedicación del resto de Personal Docente Investigador (PDI) (descrita como de tiempo parcial) es siempre inferior a 18 ECTS que incluye, además de la docencia de Grado o Máster, en algunos casos la tutela de alumnos, y dirección de un máximo de 2 Trabajos de Final de Grado (TFG).

Por otro lado, supone que el conjunto del profesorado tendrá entre las responsabilidades de su encargo laboral tanto la dimensión de la docencia como el de la investigación. El profesorado laboral se desglosa en Permanente 1 y Permanente 2. El profesorado permanente 1 estará integrado por 23 personas que tienen la condición de doctor y están acreditados en un 48%, impartiendo casi el 72% de créditos de la titulación. Es una categoría altamente cualificada, si atendemos tanto a su experiencia docente (18 quinquenios) como a su experiencia investigadora (13 sexenios). Su composición estará integrada por 3 Catedráticos/as(8,6% del total de la plantilla), 2 profesores/as Titulares(5,7%), 4 profesores/as Adjuntos(11,4%) y 14 Profesores/as Colaborador Doctor/a(40,0%). El profesorado permanente 2, compuesto por profesores/a Colaboradores No Doctores, será de 12 personas que impartirán aproximadamente el 30% de créditos de la titulación. Es una categoría con una elevada experiencia docente (5 quinquenios).

El Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales es una titulación adscrita al Departamento de Comunicación^[1] de la Facultad de Comunicación, Educación y Humanidades de la UAO CEU. Por ello, una parte significativa del profesorado que impartirá docencia en este grado estarán vinculados al Departamento de Comunicación, pero también, atendiendo a la especialidad de algunas materias se contará con profesorado del Departamento de Empresa y Economía o del Departamento de Educación y Humanidades, y en menor medida del Departamento de Derecho y Ciencia Política.

El profesorado de primer año asegura la transición exitosa del alumnado desde Bachillerato o CFGS a la Universidad. La docencia impartida por profesores/as doctores se concentra en la docencia de las materias de formación básica o materias obligatorias situadas en los tres





primeros años del plan de estudios de la titulación. Asimismo, se persigue que los profesores/as de Trabajo de Final de Grado (TFG) y de prácticas externas obligatorias (Practicum) tengan experiencia profesional y de investigación.

En la asignación de profesores, se ha tenido en cuenta la experiencia docente e investigadora del profesorado y su afinidad con el área de conocimiento de la materia, además de los indicadores de satisfacción de los estudiantes. En este sentido, el profesorado del grado se distribuye en 13 áreas de conocimiento distintas (ver detalles en la tabla 7a).

Esta propuesta permite cubrir el grupo docente previsto los cuatro cursos con una plantilla adecuada y con una correcta relación entre los créditos de las asignaturas y las horas de docencia de cada profesor.

^[1] Actualmente el Departamento de Comunicación cuenta con 101PDI que imparten docencia en los diferentes estudios de grado y máster, y que definen una plantilla equivalente a tiempo completo de 21 profesores. Del total de profesores que imparte docencia en el Departamento de Comunicación, el 72% son doctores, de los cuales el 33% son doctores acreditados. Estos porcentajes cubren con suficiencia los requisitos establecidos en la legislación vigente (RD 640/2021).

La Universitat Abat Oliba tiene por objetivo la mejora continuada en los indicadores de profesorado: categoría contractual, acreditación, tramos de investigación. En este sentido, el grupo CEU inició el curso 2017-2018 un sistema de evaluación y desarrollo del PDI denominado DOCENTIA+CEU; se trata de un sistema común para el PDI de las tres universidades del grupo CEU (CEU Universidad San Pablo, CEU Universidad Cardenal Herrera y UAO CEU).

En dicho sistema se reconoce económicamente cada nueva acreditación y cada nuevo tramo de investigación. Por otra parte, el grupo CEU dispone de un sistema de promoción del profesorado, que también reconoce económicamente la obtención de una nueva categoría.

En este sentido, se informa del Manual del Sistema de Evaluación y Desarrollo del Profesorado DOCENTIA+CEU, el Sistema de Promoción del Profesorado, así como de la Guía Docentia+CEU, todos ellos actualizados en 2024 y accesibles públicamente desde la web de Calidad de la Universidad (dentro del apartado SISTEMA GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD/SISTEMAS DE EVALUACIÓN, DESARROLLO Y PROMOCIÓN DOCENTE).

En el documento del sistema de promoción del profesorado se incluye una descripción de cada categoría: Catedrático, Titular, Adjunto, Colaborador Doctor y Colaborador.

5.1.b) Estructura de profesorado

Se detalla el resumen del profesorado asignado al título el curso 2028-29, una vez se haya completado el despliegue del Grado.





Tabla 6. Resumen del profesorado asignado al título

Categoría	Núm.	ECTS (%)	Doctores/as (%)	Acreditados/as (%)	Sexenios	Quinquenios
Permanentes 1	23	71,97%	100%	47,8% (=11/23)	13	18
Permanentes 2	12	28,03%	0%	-	-	3
Total	35	100%	65,7% (=23/35)	31,4% (=11/35)	13	21

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).

5.2. Perfil detallado del profesorado

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

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

Área o ámbito de conocimiento 1: Antropología Social	
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	Permanentes 1: 1 Permanentes 2: 0
Materias / asignaturas	M2/Persona y Mundo Moderno M10/Trabajo Fin de Grado
ECTS impartidos (previstos)	8
ECTS disponibles (potenciales)	Existe potencial del área (4 profesores) para impartir los 8 créditos del área.

Área o ámbito de conocimiento 2: Comercialización e Investigación de Mercados	
Número de profesores/as	5
Número y % de doctores/as	3 (60,0%=3/5)
Número y % de acreditados/as	1 (33,3%=1/3)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 3 Permanentes 2: 2
Materias / asignaturas	M6/Análisis de Datos y Métricas Digitales M7/Comercio Electrónico M7/Estrategias y Métricas Social Media





	M5/Psicología del Consumidor M7/Social Media y Community Management M10/Trabajo Fin de Grado
ECTS impartidos (previstos)	25
ECTS disponibles (potenciales)	Existe potencial del área (17 profesores) para impartir los 25 créditos del área.

Área o ámbito de conocimiento 3: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Número de profesores/as	12
Número y % de doctores/as	7 (58,3%=7/12)
Número y % de acreditados/as	3 (42,8%=3/7)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 7 Permanentes 2: 5
Materias / asignaturas	M5/Comunicación Especializada I M5/Comunicación Especializada II M5/Diseño de Producto para Plataformas Digitales M3/Diseño Gráfico M5/Estrategias SEO y SEM M3/Fotografía M3/Fundamentos de la Comunicación Audiovisual M3/Inbranding y Comunicación Interna no Convencional M4/Innovación y Creatividad Digital M7/Innovaciones Tecnológicas en la Comunicación I M7/Innovaciones Tecnológicas en la Comunicación II M3/Introducción a la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing M8/Introducción a la Tecnología de Internet M4/Lenguajes y Narrativas Digitales M4/Marca y Reputación Online M4/Narrativas de Videojuegos y Gamificación M8/Plan de Medios M9/Prácticas en Empresa M5/Producción Audiovisual en Entornos Digitales M5/Técnicas Audiovisuales de Edición y Postproducción Digitales M10/Trabajo Fin de Grado
ECTS impartidos (previstos)	120
ECTS disponibles (potenciales)	Existe potencial del área (32 profesores) para impartir los 120 créditos del área.





Área o ámbito de conocimiento 4: Derecho Civil

Número de profesores/as	1
Número y % de doctores/as	1 (100%)
Número y % de acreditados/as	0 (0%)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 1 Permanentes 2: 0
Materias / asignaturas	M2/Derecho Digital y de las TIC
ECTS impartidos (previstos)	6
ECTS disponibles (potenciales)	Existe potencial del área (24 profesores) para impartir los 6 créditos del área.

Área o ámbito de conocimiento 5: Didáctica de la Lengua y la Literatura

Número de profesores/as	1
Número y % de doctores/as	1 (100,0%)
Número y % de acreditados/as	1 (100%)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 1 Permanentes 2: 0
Materias / asignaturas	M2/Grandes Libros
ECTS impartidos (previstos)	3
ECTS disponibles (potenciales)	Existe potencial del área (5 profesores) para impartir los 3 créditos del área.

Área o ámbito de conocimiento 6: Estadística e Investigación Operativa

Número de profesores/as	1
Número y % de doctores/as	1 (100,0%)
Número y % de acreditados/as	0 (0%)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 1 Permanentes 2: 0
Materias / asignaturas	M6/Estadística para comunicadores
ECTS impartidos (previstos)	3
ECTS disponibles (potenciales)	Existe potencial del área (5 profesores) para impartir los 3 créditos del área.





Área o ámbito de conocimiento 7: Filología Catalana	
Número de profesores/as	1
Número y % de doctores/as	1 (100,0%)
Número y % de acreditados/as	1 (100%)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 1 Permanentes 2: 0
Materias / asignaturas	M1/Lengua para Comunicadores I
ECTS impartidos (previstos)	3
ECTS disponibles (potenciales)	Existe potencial del área (8 profesores) para impartir los 3 créditos del área.

Área o ámbito de conocimiento 8: Filosofía Moral	
Número de profesores/as	1
Número y % de doctores/as	1 (100,0%)
Número y % de acreditados/as	0 (0%)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 1 Permanentes 2: 0
Materias / asignaturas	M2/Doctrina Social de la Iglesia
ECTS impartidos (previstos)	6
ECTS disponibles (potenciales)	Existe potencial del área (9 profesores) para impartir los 6 créditos del área.

Área o ámbito de conocimiento 9: Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales	
Número de profesores/as	1
Número y % de doctores/as	1 (100,0%)
Número y % de acreditados/as	0 (0%)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 1 Permanentes 2: 0
Materias / asignaturas	M2/Claves de Historia Contemporánea
ECTS impartidos (previstos)	6
ECTS disponibles (potenciales)	Existe potencial del área (9 profesores) para impartir los 6 créditos del área.





Área o ámbito de conocimiento 10: Lenguajes y Sistemas Informáticos	
Número de profesores/as	5
Número y % de doctores/as	2 (40,0%=2/5)
Número y % de acreditados/as	1 (50%=1/2)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 2 Permanentes 2: 3
Materias / asignaturas	M5/Arquitectura de la Información y Usabilidad: UX/UI M5/Desarrollo de Proyectos M7/Diseño y Visualización de Datos M8/Entorno Web y Aplicaciones I: Programación y Desarrollo M8/Entorno Web y Aplicaciones II: Edición y Administración de Contenidos M8/Fundamentos de Programación M8/Introducción al Big Data Aplicado a la Comunicación Digital
ECTS impartidos (previstos)	27
ECTS disponibles (potenciales)	Existe potencial del área (11 profesores) para impartir los 27 créditos del área.

Área o ámbito de conocimiento 11: Organización de Empresas	
Número de profesores/as	1
Número y % de doctores/as	1 (100,0%)
Número y % de acreditados/as	1 (100%)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 1 Permanentes 2: 0
Materias / asignaturas	M2/Emprendimiento y Creación de Empresas
ECTS impartidos (previstos)	6
ECTS disponibles (potenciales)	Existe potencial del área (31 profesores) para impartir los 6 créditos del área.

Área o ámbito de conocimiento 12: Periodismo	
Número de profesores/as	4
Número y % de doctores/as	2 (50%=2/4)
Número y % de acreditados/as	1 (50%=1/2)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 2 Permanentes 2: 2
Materias / asignaturas	M5/Comunicación Especializada II





	M3/Comunicación I M3/Comunicación Institucional y Corporativa M1/Fundamentos de Escritura M3/Introducción al Periodismo y la Comunicación Corporativa M1/Lengua para comunicadores I M1/Lengua para comunicadores II M10/Trabajo Fin de Grado
ECTS impartidos (previstos)	40
ECTS disponibles (potenciales)	Existe potencial del área (21 profesores) para impartir los 40 créditos del área.

Área o ámbito de conocimiento 13: Sociología Social	
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	Permanentes 1: 1 Permanentes 2: 0
Materias / asignaturas	M3/Comunicación II M2/Ética y Deontología Profesional M10/Trabajo Fin de Grado
ECTS impartidos (previstos)	11
ECTS disponibles (potenciales)	Existe potencial del área (7 profesores) para impartir los 11 créditos del área.

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

En la configuración de la plantilla docente del grado se ha buscado un equilibrio entre la experiencia universitaria y la profesional. El importante componente profesionalizante con algunas materias del grado justifica que parte de la docencia la impartan profesores no doctores, pero con experiencia profesional en el sector de la comunicación y creación de contenidos digitales, factor que tradicionalmente valora el estudiantado.

Así, la plantilla de profesorado no doctor (12 personas) representa una tercera parte del total e imparte el 28% de los créditos de la titulación. Mientras que el profesorado no acreditado equivale al 52% de los doctores e imparte un 38% de las horas de docencia. Con todo, este extremo, lejos de desmerecer la calidad del programa formativo del grado, refuerza el carácter profesionalizador de algunas materias de la titulación, un extremo que facilita la inserción laboral de los egresados y permite que los méritos de investigación del profesorado





(especialmente el no doctor y/o el no acreditado), fruto de su praxis profesional deriven en una transferencia de conocimiento entre la UAO CEU y la empresa.

Para potenciar la calidad de la plantilla docente del grado, y aumentar los méritos de investigación del profesorado no acreditado y del profesorado no doctorado, se facilitará la incorporación de este perfil de profesorado en CEINDO.

La Escuela Internacional de Doctorado CEU (CEINDO) cuenta con un programa en Comunicación Social que ha de brindar al profesorado de este grado sin doctorado la oportunidad de desarrollar capacidades y competencias de investigación. Además, a la plantilla de profesorado que integre el grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales se le ofrecerá un plan de carrera académica como docentes e investigadores con doctorado.

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

El despliegue de este nuevo Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales no implica una ampliación de la plantilla de PDI. Este título se impartirá en la Facultad de Comunicación, Educación y Humanidades, por lo que se nutrirá con el personal docente del departamento de Comunicación, que ha ampliado la plantilla en los últimos cursos, por el progresivo aumento del alumnado, pero también en previsión de introducir nuevas titulaciones, oficiales o de formación permanente. También se contará con la colaboración de profesorado de la Facultad de Derecho y Empresa, especialmente de los Departamentos de Empresa y Economía, y en menor medida del Departamento de Derecho y Ciencia Política.

Las asignaturas de las materias con carácter más tecnológico encuadradas en área de conocimiento 10. Lenguaje y Sistemas Informáticos correrán a cargo del PDI de la UAO CEU, adscrito al Departamento de Empresa y Economía, que en la actualidad está impartiendo asignaturas del grado en Inteligencia de Negocios o los Certificados en Digital Business Management, Digital Marketing Management o *Data Journalism and Social Media*.

En cualquier caso, las nuevas contrataciones de PDI que puedan producirse, junto con la adecuada y racional asignación del claustro de profesores de la Facultad de Derecho y Empresa, deben garantizar para todas las titulaciones: a) que se cumple con los porcentajes de doctores y acreditados requeridos por la legislación vigente; y b) que los perfiles docentes cuenten con la experiencia investigadora y profesional adecuada para garantizar la consecución de los resultados de aprendizaje de la titulación.



5.2. Personal de apoyo a la docencia

En la siguiente página, se muestra idéntica información que la contenida en el archivo [5.2_otros recursos humanos_GCCCD.pdf](#)



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

Previsión de la plantilla de personal no docente según su clasificación profesional:

Teniendo en cuenta los subgrupos y categorías profesionales establecidas en el artículo 12 del vigente XII Convenio colectivo estatal para los Centros de Educación Universitaria y de Investigación (BOE de 9 de enero de 2007), la previsión del personal no docente vinculado directamente al Grado en Inteligencia de Negocios será la siguiente:

- Personal titulado: 11 (1 analista; 4 titulado grado medio; 5 titulado grado superior; 1 técnico de TIC)
- Personal de investigación: 1 (1 oficial 1ª administrativo)
- Personal administrativo: 1 (1 oficial 1ª administrativo)
- Personal subalterno: 1 (1 auxiliar administrativo)
- Personal de servicios generales: 1 (1 encargado servicios generales)

Descripción de la plantilla de personal no docente según su disponibilidad a fecha de implantación:

Teniendo en cuenta que su disponibilidad se acredita documentalmente cada curso académico, la previsión es la siguiente:

- Personal no docente disponible al inicio de la implantación: 15 (100,0%).
- Personal no disponible: 0 (0,0%).

La Universitat Abat Oliba CEU se adhiere a los principios de igualdad, respeto a los derechos fundamentales de hombres y mujeres y promoción de los derechos humanos y accesibilidad universal. Por consiguiente, todos los procesos de selección de profesorado y personal de apoyo se rigen por los principios de capacidad y mérito, garantizándose los principios de igualdad y no discriminación.



6. Recursos para el aprendizaje: materiales e infraestructurales

6.1. Recursos materiales y servicios

En la siguiente página, se muestra idéntica información que la contenida en el archivo [6_recursos materiales_GCCCD.pdf](#)



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

6.1. Recursos materiales y servicios

Para la actividad docente habitual del Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales se necesitará, para el grupo presencial, disponer de 4 aulas con capacidad para 40 personas, durante 20 horas semanales en los períodos lectivos. En función de las asignaturas, se podrá recurrir a aulas de informática, así como a aulario adicional en caso de desdoblamiento de grupos o de programación simultánea cuando la naturaleza de la asignatura así lo aconseje.

Se ha comprobado que estos espacios estarán disponibles en las instalaciones de la universidad. En el siguiente enlace se puede consultar un documento que amplía la información y los detalles técnicos sobre los espacios docentes, los entornos de docencia virtual y otros recursos de la universidad y de la Facultad de Comunicación, Educación y Humanidades:

https://www.uaoceu.es/sites/default/files/calidad/recursos_materiales_y_servicios%20FC_EyH.pdf

Estas instalaciones cuentan con un informe que certifica los requisitos legales y reglamentarios aplicables para la accesibilidad universal, disponible en el siguiente enlace: <https://uaoceu.es/sites/default/files/calidad/certif-accesibilidad.pdf>

6.2 Procedimiento para la gestión de las prácticas académicas externas

Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) de la universidad cuenta con el PC 10 Proceso de gestión de las prácticas externas. El siguiente documento operativo concreta y actualiza lo previsto en el proceso:

<https://www.uaoceu.es/sites/default/files/calidad/gestion%2OPRC%20grado.pdf>

Los acuerdos con centros de prácticas se suscriben mediante el modelo de convenio que se encuentra en este enlace:

<https://www.uaoceu.es/sites/default/files/calidad/anexo3.pdf>





La Universidad Abat Oliba CEU tiene firmados aproximadamente 1650 convenios con empresas privadas e instituciones públicas. Dichos convenios marco son acuerdos entre las entidades y la UAO CEU, para todos los títulos ofertados por la universidad, y por lo tanto, también para los alumnos del Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales. Para la realización de esta memoria se han seleccionado aquellas empresas que, por su tipo de oferta profesional y posibles empleos, se consideran oportunas para las Prácticas Externas del Grado de Comunicación y Creación de Contenidos Digitales.

Se incluye a continuación un listado de empresas seleccionadas; este listado, aunque no pretender ser exhaustivo, muestra la capacidad de la UAO CEU para ofrecer Prácticas Externas al alumnado del Grado objeto de esta memoria de verificación, con una selección inicial de 80 centros para 40 estudiantes que realizarán las prácticas en cada promoción. El Departamento de Comunicación junto con el Servicio de Prácticas y Carreras Profesionales de la UAO CEU estudiarán con más detalle el listado completo de los convenios para ampliar las posibilidades de centros de prácticas en función de las necesidades formativas del alumnado de este grado.

RTVE	AirON SISTEMAS DE INFORMACION S.L.	ALTEN S.P.A.I.N.
ONDA CERO	ORBYCE COMMUNICATION	AXA MEDIA IT & LOCAL SUPPORT SERVICES
LA VANGUARDIA (GODÓ VERTICAL MEDIA)	PADCELONA	TBSC
SÖREN	DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ DEL RCD ESPANYOL	BE SHARED CONSUSTING SL
MANZONI	DELOITTE, S.L. DEUTSCHE BANK S.A.E.	POST UNITED
ROCPR	MANATIS	DIARI DE TARRAGONA
COMUNICARE	FRANCE TELECOM ESPAÑA S.A.U.	FUJITSU TECHNOLOGY SOLUTIONS, S.A.
BLAINE	ADAUGE	GRUPO ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN
TINKLE	DR DIGITAL AGENCY	IBM, S.A.
SAM SISTEMES ENGINYERIA SL	AGÈNCIA BOXCOM	INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA
TRANSWORLD EDITORS	DIARIO DEL PUERTO	BOXCOM
LA DIFERENCIA	RESTAURANIZA	MICROSOFT IBÉRICA S.L.R.
DUPLO	ÉXITO COMUNICACIONES	BE AGENCY
NEWNO	PUSHGROUND	VIVO EVENTS
BETWOYOU	PLAYGROUND	REVISTA LIBRÚJULA
STRATEGYCOMM	LA MAISON COMUNICACIÓN	BLUEBLISS COMUNICACIÓN S.L.
INFARTO PRODUCCIONES	METRÓPOLI ABIERTA	WINCHE
ROSAPARKS, PROPÓSITO E IMPACTO SOCIAL S.L.	CDM BARCELONA	PIXEL DREAMS
BASTIDA&FARINA	MAC COMUNICACION	OMD





ULLED ASOCIADOS	TEAM LEWIS	YOUPLANET
ANVERSO	BEST WAY	THE FLOW MEDIA & MUSIC COMPANY
OOMKT	NEWNO	AGÈNCIA DE MARKETING DIGITAL
MANIFIESTO	BLUE BLISS	MONKING CREATIVE
TARGET34	SHARMA CLIMBING	EL AMA DE LLAVES
EYCLICK AGENCIA DE MARKETING DIGITAL	IDEAS AGITADAS	D-MOORE AGENCY
THE BEAUTY MAKERS STUDIO SI	LA DIFERENCIA	FACTORIA CREATIVA
ALANA COMPANY	SRA. RUSHMORE S.A.	ROSAPARKS
OGILVYONE	ONLY THEJUICE	E2S CREATIVA, S.L.

6.3. Previsión de dotación de recursos materiales y servicios

La UAO CEU y la Facultad de Comunicación, Educación y Humanidades cuentan con suficientes recursos materiales para cubrir las nuevas necesidades que supone la implantación del Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales, en términos de espacios docentes, entornos de docencia virtual y otros recursos como se justifica en el apartado 6.1 de esta memoria. El Grado en Comunicación y Creación de Contenidos Digitales también hará uso de los servicios de Prácticas en empresa/carreras profesionales; el Servicio de Audiovisuales y sus espacios y platós multimedia; y el Servicio de Relaciones Internacionales de la UAO CEU.

En relación con los recursos bibliográficos, tanto físicos como electrónicos, específicos de la Facultad de Comunicación, Educación y Humanidades referidos en la presente memoria de verificación, también se consideran suficientes para el adecuado aprovechamiento del estudiante.

Se dispone de los siguientes programas de Software:

1. Adobe Premiere Pro - para la edición avanzada de video.
2. Adobe Photoshop - para el tratamiento y creación de imágenes y gráficos.
3. Adobe Lightroom - para la edición y gestión de fotografías.
4. Adobe After Effects - para la creación de efectos visuales y gráficos en movimiento.

Con todo, una vez verificado el título, se procederá a la adquisición y/o instalación de las siguientes licencias de software informático, que son esenciales para el desarrollo y la ejecución eficaz de los programas académicos de comunicación y creación de contenidos digitales:

1. Final Cut Pro - como alternativa a Premiere para edición de video, especialmente utilizado en entornos Mac.
2. Avid Media Composer - otro software profesional de edición de video usado en producciones de cine y televisión.





3. Canva - herramienta de diseño gráfico que facilita la creación de contenidos visuales atractivos de manera sencilla.
4. Audacity o Adobe Audition - para la edición de audio en proyectos multimedia.
5. SPSS Miner - vinculado para el análisis de datos
6. Software libre R - para el análisis de datos
7. Java - para las asignaturas que abordan las metodologías y tecnologías de la programación.
8. Google Analytics - para el análisis de métricas en Redes Sociales.
9. Flurry - para el análisis de métricas en aplicaciones móviles.

Estos programas no solo facilitarán el aprendizaje práctico en el campo de la comunicación, el análisis de métricas y estadística, y la creación de contenidos digitales, sino que también equiparán a los estudiantes con las herramientas necesarias para enfrentar desafíos profesionales en el ámbito digital.



7. Calendario de implantación

7.1. Cronograma de implantación del título

Curso de Inicio	2025
------------------------	------

En la siguiente página, se muestra idéntica información que la contenida en el archivo [7_calendario_GCCCD.pdf](#)



7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1. Cronograma de implantación del título

La implantación del plan de estudios del título se desarrollará según el cronograma siguiente:

Curso 2025-2026: Primer curso

Curso 2026-2027: Segundo curso

Curso 2027-2028: Tercer curso

Curso 2028-2029: Cuarto curso

	2025-2026	2026-2027	2027-2028	2028-2029
1r Curso	40	40	40	40
2º Curso	0	40	40	40
3r Curso	0	0	40	40
4º Curso	0	0	0	40
Total estudiantes	40	80	120	160



7.2 Procedimiento de adaptación

No aplica

7.3 Enseñanzas que se extinguen

8. Sistema Interno de Garantía de la Calidad

8.1. Sistema Interno de Garantía de la Calidad

<https://www.uaoceu.es/calidad>

8.2. Medios para la información pública

De acuerdo con lo establecido en el Proceso de Información Pública (PA10) del Sistema Garantía Interna de Calidad, la Universitat Abat Oliba CEU mantiene informado al estudiantado matriculado y potencial, así como al resto de sus grupos de interés, sobre su estructura organizativa, titulaciones y programas, por lo que publica y revisa periódicamente la información actualizada sobre las mismas.

La Comisión Interna de Calidad (CIC) considera la siguiente relación de contenidos como información a publicar:

1. Oferta formativa.
2. Objetivos de las titulaciones.
3. Políticas de acceso.
4. Metodología de orientación.
5. Metodologías de enseñanza, aprendizaje y evaluación.
6. Programas de movilidad.
7. Mecanismos para realización de alegaciones, reclamaciones y sugerencias.
8. Acceso, evaluación, promoción y reconocimiento de PDI y PAS.
9. Recursos y servicios ofrecidos.
10. Resultados de la enseñanza (aprendizaje, inserción laboral, satisfacción).

La CIC de la Universidad, con periodicidad anual o inferior, y ante situaciones de cambio, solicita al decanato la información a publicar, actualiza a qué grupos de interés va dirigida y el modo de hacerla pública. Estas propuestas se debaten en la CIC, comprobándose que sea fiable y suficiente, y se procede a su aprobación. Entre las revisiones periódicas la UTC asume la responsabilidad de comprobar la actualización de la información publicada por la Facultad, haciendo llegar cualquier observación al respecto a la CIC para que sea atendida.

La información revisada es puesta a disposición del Servicio de Gestión Académica, del

Servicio de Información y Orientación Académica, del Servicio de Marketing, del Gabinete de Prensa y de la Secretaría General para que sean éstos quienes se responsabilicen de su difusión según proceda, tanto interna como externa.

8.3 Anexos

8.3_anexos_GCCCD.pdf

9. Informes

Informe previo de la Comunidad Autónoma

[Certificado_Informe PU_25-26_Cataluña_Ministerio \(4\).pdf](#)