

# EVALUACIÓN DE LA SOLICITUD DE MODIFICACIÓN DE TÍTULO OFICIAL

## Identificación del título

**Denominación:** Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Autónoma de Barcelona

**Menciones:** Mención en Dirección Creativa en Publicidad y Relaciones Públicas, Mención en Dirección Estratégica en Publicidad, Mención en Dirección Estratégica en Relaciones Públicas

**Universidad/des:** Universidad Autónoma de Barcelona

**Centro/s:**

- Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Rama:** Ciencias Sociales y Jurídicas

## Introducción

Conforme a lo establecido en el artículo 25 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el cual se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya ha procedido a evaluar el plan de estudios que conduce al Título universitario oficial arriba citado.

La evaluación de las modificaciones se ha realizado de forma colegiada por la Comisión Específica de Ciencias Sociales y Jurídicas. La evaluación se ha llevado a cabo de acuerdo con la Guía para la elaboración y verificación de las propuestas de titulaciones universitarias de grado y máster. Esta guía recoge los criterios y directrices que establece el Protocolo de evaluación para la verificación de títulos universitarios oficiales elaborado conjuntamente por las agencias que cumplen los requisitos establecidos en el artículo 24.3 del RD 1393/2007.

## Resultado

Una vez el Consejo de Universidades ha enviado la propuesta del plan de estudios a AQU Catalunya y esta ha sido evaluada por la Comisión Específica de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Comisión de Evaluación de la Calidad, dicha comisión ha acordado emitir el presente informe.

Con carácter previo, se hace constar que el presente informe únicamente recoge la evaluación de los aspectos señalados en la solicitud de modificaciones presentadas a AQU Catalunya, no

considerándose evaluados aquellos aspectos que la Universidad haya modificado en la memoria y no hayan sido solicitados expresamente.

La institución presenta las siguientes modificaciones:

Se cambia la denominación de la asignatura: 'Tecnologías de la Información y la Comunicación', que pasa a denominarse 'Tecnologías y Comunicación Persuasiva'.

Se actualizan las competencias generales de la UAB para dar cumplimiento con la normativa de la universidad. Se ha suprimido del Anexo 2 la tabla de las competencias generales, específicas y transversales que cubren las competencias básicas.

Se hace una revisión de las competencias transversales para evitar duplicidades y solapamientos. Se actualiza la codificación de estas competencias. Se ha cambiado el redactado de las competencias transversales 8, 9 y 11. Concretamente se eliminan las competencias 8, 9 y 11. La competencia 10 pasa a ser la 8.

Se hace una revisión de las competencias específicas para evitar duplicidades y solapamientos. Se actualiza la codificación de estas competencias.

Se cambia la denominación de las asignaturas siguientes:

- 'Tecnologías de la Información y la Comunicación', FB de la materia Comunicación pasa a denominarse 'Tecnologías y Comunicación Persuasiva'.

- 'Lenguajes Comunicativos Escritos y Audiovisuales', FB de la materia Comunicación pasa a denominarse 'Expresión Escrita, Oral y Audiovisual'.

- 'Métodos de Investigación en Comunicación', OB de la materia Investigación en Comunicación pasa a denominarse 'Métodos de Investigación en Comunicación Persuasiva'. Respecto de este cambio, la Comisión considera que la nueva denominación puede limitar el contenido de la materia a una parte de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas, de manera que se recomienda valorar, de cara al futuro, si esto puede generar algún desajuste con los contenidos de la asignatura.

- 'Creatividad en Publicidad y Relaciones Públicas', OB de la materia Proyectos pasa a denominarse 'Proyectos Publicitarios y de Relaciones Públicas'.

- 'Redacción del Mensaje Publicitario', OB de la materia Creatividad en Publicidad y Relaciones Públicas pasa a denominarse 'Redacción Publicitaria y de las Relaciones Públicas'.
- 'Realización Audiovisual Publicitaria', OB de la materia Creación y Realización Audiovisual pasa a denominarse 'Producción Audiovisual Publicitaria'
- 'Administración y Dirección de Empresas de Publicidad', OT de la materia Estrategia en Publicidad y Relaciones Públicas pasa a denominarse 'Administración y Dirección de Empresas Publicitarias y de las Relaciones Públicas y Emprendimiento'.

Se eliminan las asignaturas siguientes:

- 'Comunicación Política en Publicidad', OT de la materia Comunicación Estratégica y Aplicada. En consecuencia, se elimina también la materia Comunicación Estratégica y Aplicada puesto que la asignatura 'Comunicación Política en Publicidad' es la única asignatura que contiene.
- 'Planificación Estratégica', OT de la materia Estrategia en Publicidad y Relaciones Públicas
- 'Estrategia Creativa', OT de la materia Creatividad en Publicidad y Relaciones Públicas.

Se añaden las asignaturas optativas siguientes:

- 'Fotografía Publicitaria', OT de 6 créditos de la materia Creatividad en Publicidad y Relaciones Públicas a 4º curso.
- 'Estrategia Digital', OT de 6 créditos de la materia Estrategia en Publicidad y Relaciones Públicas a 4º curso.

Se cambia la secuenciación de las asignaturas siguientes:

- 103685 'Historia de la Comunicación', FB de la materia Comunicación pasa de 1r curso, 1r semestre a 1r curso, 2º semestre
- 104894 'Tecnologías y Comunicación Persuasiva', FB de la materia Comunicación pasa de 1r curso, 2º semestre a 1r curso, 1r semestre.

En el apartado de sistemas de evaluación se producen cambios que afectan a todas las materias excepto las Prácticas Externas y el Trabajo de Fin de Grado. Se añade la siguiente observación: 'Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final'.

Se redistribuye el peso que tienen las actividades formativas (se eliminan los seminarios y se amplía el tiempo de las prácticas de laboratorio) en las siguientes materias:

- Comunicación
- Proyectos
- Creatividad en Publicidad y Relaciones Públicas
- Estrategia en Publicidad y Relaciones Públicas
- Creación y Realización Audiovisual
- Estadística

Dentro de la materia Comunicación, el cambio es aplicable sólo a las asignaturas 'Expresión Escrita, Oral y Audiovisual' y 'Tecnologías y Comunicación Persuasiva', y se produce en paralelo una modificación en la distribución de las tipologías docentes de teoría (que pasa al 10%) y prácticas de laboratorio (25%).

En las asignaturas que están dentro de las materias antes señaladas, se elimina el sistema de evaluación a través de la intervención de los seminarios y se redistribuye el peso entre (exámenes y trabajos). Además, para garantizar la evaluación continua, se modifica la tipología de examen por exámenes.

Cambio en el redactado sobre la evaluación del Trabajo de Fin de Grado: Se elimina la indicación que especifica que el Trabajo de Fin de Grado es individual y se hace constar que la evaluación del trabajo será siempre individual con la posibilidad que puede haberse elaborado en grupo. Se corrige un error tipográfico sobre el porcentaje de competencias evaluadas. La evaluación del proyecto tendrá un peso del 40% y la del informe del tutor del 60%. Los cambios contribuyen a una mejora en la redacción y no supone un cambio en el perfil formativo. En el apartado correspondiente a 'Sistemas de Evaluación' de la materia Trabajo de Fin de Grado se

incorpora la observación siguiente: La evaluación del trabajo será siempre individual, aunque la actividad se haya elaborado en grupo.

Se cambia el redactado sobre la evaluación de la materia Prácticas Externas: se sustituye la denominación 'Prácticum' por 'Prácticas Externas'.

El 15% de las asignaturas optativas se podrá impartir en inglés. Se hace constar en las fichas de materias de las asignaturas optativas la posibilidad e impartir la asignatura en catalán, castellano i/o inglés. Además, se incorporará una observación dónde se indicará que, en las guías docentes publicadas anualmente se informará de la lengua de impartición de estas asignaturas: Teoría y Estructura de la Publicidad y las Relaciones Públicas Creatividad en Publicidad y Relaciones Públicas Investigación en Comunicación Estrategia en Publicidad y Relaciones Públicas Prácticas Externas.

Se actualiza la información relativa al cargo de la persona solicitante del título y del representante legal del título y el documento de delegación de firma.

Se evalúa FAVORABLEMENTE la solicitud de modificación del título de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones públicas de la Universitat Autònoma de Barcelona. La titulación deberá informar adecuadamente a los y las estudiantes sobre las modificaciones efectuadas a través de los canales disponibles para ello en la Institución.

El/La presidente/a de la Comisión Específica de Ciencias Sociales y Jurídicas



Andreu Casero Ripollés

Barcelona, 03/03/2022