

De acuerdo con lo establecido en 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, en su artículo número 31 *“Procedimiento para la modificación no sustancial de los planes de estudios impartidos en centros universitarios acreditados institucionalmente”*, el sistema interno de garantía de la calidad (SGIQ) de la **FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES INTERNACIONALES** de la Universidad Ramon Llull ha evaluado favorablemente la propuesta de modificación certificando que estos cambios no suponen ninguna alteración en la naturaleza, objetivos y características fundamentales del título expuesto a continuación:

Denominación	Grado en Gestión de la Comunicación Global
Menciones	NO
Código RUCT	2503753
Ámbito de conocimiento	Interdisciplinar

Las modificaciones no sustanciales que se proponen en el **Grado en Gestión de la Comunicación Global** son evaluadas por el proceso de seguimiento y gestión de la calidad del centro y suponen una mejora para la titulación. Se han seguido las directrices recogidas por AQU en el documento *“Guía para la elaboración, verificación y modificación de titulaciones universitarias de grado y máster”* siguiendo los estándares y criterios de evaluación:

MODIFICACIÓN 1	
Capítulo modificado ¹	Capítulo IV. Planificación de las enseñanzas
Apartado modificado ²	4.1 Estructura básica de las enseñanzas
Modificación realizada:	Cambios en el despliegue temporal (semestre y/o curso) de materias y asignaturas (ver anexo 1).

Justificación de la modificación 1 presentada:

Cambios en el despliegue temporal para dar más coherencia a los contenidos de las diferentes asignaturas. Se avanzan a primer curso asignaturas que introducen al estudiante en contenidos relevantes del grado y que se complementan en segundo curso con otras que desarrollan dichos contenidos. Por otro lado, se avanzan contenidos que permiten abordar ya desde primer curso contenidos fundamentales del marketing y que ofrece más coherencia con el trabajo posterior con herramientas del marketing digital en cursos posteriores.

¹ Según *Guia per a l'elaboració, verificació i modificació de titulacions universitàries de grau i màster* (AQU): **Capítol I.** Descripción, objetivos formativos y justificación del título, **Capítol II.** Resultados del proceso de formación y de aprendizaje, **Capítol III.** Admisión, reconocimiento y movilidad, **Capítol IV.** Planificación de las enseñanzas, **Capítol V.** Personal académico y de apoyo a la docencia, **Capítol VI.** Recursos para el aprendizaje: materiales i infraestructuras, prácticas y servicios, **Capítol VII.** Calendario de implantación, **Capítol VIII.** Sistema interno de garantía de calidad.

² Según *Guia per a l'elaboració, verificació i modificació de titulacions universitàries de grau i màster* (AQU). Apartado afectado dentro de cada capítulo y qué cambio supone.

MODIFICACIÓN 2	
Capítulo modificado	Capítulo IV. Planificación de las enseñanzas
Apartado modificado	4.1 Estructura básica de las enseñanzas
Modificación realizada:	Cambios en la denominación de materias o asignaturas de formación básica, obligatoria y optativa (ver anexo 1).

Justificación de la modificación 2 presentada:

Se ha modificado la denominación de diferentes asignaturas con el objetivo de adaptarlas y relacionarlas con la realidad del entorno profesional, sin que ello suponga una afectación a los contenidos y competencias que se desarrollan en las diferentes asignaturas.

MODIFICACIÓN 3	
Capítulo modificado	Capítulo IV. Planificación de las enseñanzas
Apartado modificado	4.1 Estructura básica de las enseñanzas
Modificación realizada:	Cambios en la distribución de créditos de materias o asignaturas de formación básica, obligatoria y optativa; sin afectación de la distribución de créditos del plan de estudios y sin superar el 7,5% del total de créditos de la titulación (ver anexo 1).

Justificación de la modificación 3 presentada:

Se avanza a primer curso de la asignatura obligatoria Fundamentos del Marketing que gana tres ECTS y que permite al estudiante trabajar las herramientas clásicas de marketing antes de abordar el marketing digital que comienza con la asignatura Storytelling Digital y que hasta ahora se trabajaban de forma simultánea sin tener los conocimientos básicos consolidados. La asignatura obligatoria Sociología pasa a segundo curso y pierde tres ECTS. Esta asignatura adapta su programa de forma que los conocimientos que debe alcanzar el estudiante no se vean afectados dado que la reducción de creditaje sólo hace referencia a conocimientos complementarios que ya se trabajan en otras asignaturas.

Para la propuesta de estas modificaciones del Grado en Gestión de la Comunicación Global de la Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna de la Universidad Ramon Llull, aplicables a partir del curso 2025-2026, se ha seguido el procedimiento MSGIQ_FCRIB_D2_FT_D2_04. de la SGIQ AUDIT evaluado favorablemente por AQU Catalunya.

La recogida de evidencias que avalan esta propuesta, son:

- ✓ La ficha, que ha sido debidamente revisada por la persona responsable de calidad del centro.

- ✓ Acta de la reunión interna de dirección y coordinación del Grado de Global Communication Management- Gestión de la comunicación Global, llevada a cabo el día 16 de octubre de 2024, donde se dirimió y sometió a debate la presente propuesta.
- ✓ Actas de las reuniones del Equipo Directivo 19/11/2024, 10/12/2024 17/12/2024 y 8/01/25 donde se valoraron y acordaron las modificaciones presentadas.

Todas las modificaciones han sido aprobadas según indican los procedimientos del centro y se han incluido en el Informe de Seguimiento del Centro.

Barcelona, 30 de enero de 2025

MARCOS
POLO LOPEZ
- DNI
43501381D

Firmado digitalmente por MARCOS
POLO LOPEZ - DNI 43501381D
Fecha: 2025.01.30 15:37:18 +01'00'

Dr. Marc Polo
Decano
Facultad de Comunicación y Relaciones
Internacionales Blanquerna

MEDINA
CAMBRON
ALFONSO -
46617486M

Firmado digitalmente
por MEDINA
CAMBRON ALFONSO
- 46617486M
Fecha: 2025.01.30
14:27:18 +01'00'

Dr. Alfons Medina
Director Unidad Calidad
Facultad de Comunicación y Relaciones
Internacionales Blanquerna

ANEXO 1

MODIFICACIONES NO SUBSTANCIALES RELATIVAS A LA PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

GRADO EN GLOBAL COMMUNICATION MANAGEMENT/GRADO EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN GLOBAL

El **Grado en Global Communication Management** (Gestión de la Comunicación Global) introduce las siguientes modificaciones no sustanciales:

Asignatura	Modificaciones
Seminario I: Escritura y Performance	(i) Cambio de denominación: Seminario I: Palabras, Imágenes y Pensamiento Crítico (Seminar I: Words, Images & Critical Thinking).
Teoría de la Comunicación y de la Información	(i) Cambio de despliegue temporal: de primer semestre de segundo curso pasa a primer semestre de primer curso.
Introducción a la Economía	(i) Cambio de denominación: Fundamentos de Economía y Empresa (Fundamentals of Economics & Business).
Seminario II: Escritura y Performance	(i) Cambio de denominación: Seminario II: Palabras, Imágenes y Pensamiento Crítico (Seminar II: Words, Images & Critical Thinking).
Fundamentos de Marketing	(i) Cambio de denominación: Marketing (Marketing). (ii) Cambio de despliegue temporal: de segundo semestre de segundo curso pasa a segundo semestre de primer curso. (iii) Cambio de creditaje: pasa de 3 ECTS a 6 ECTS.
Historia Contemporánea	(i) Cambio de despliegue temporal: de primer semestre de primer curso pasa a primer semestre de segundo curso.
Fundamentos de la Comunicación Global	(ii) Cambio de denominación: Comunicación Global & Engagement (Global Communication & Engagement).
Sociología	(i) Cambio de despliegue temporal: de segundo semestre de primer curso pasa a segundo semestre de segundo curso. (ii) Cambio de creditaje: pasa de 6 ECTS a 3 ECTS.
Teoría de las Relaciones Internacionales	(i) Cambio de denominación: Relaciones Internacionales (International Relations).
Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas	(i) Cambio de denominación: Relaciones Públicas (Public Relations).

Matemáticas Aplicadas a las Ciencias Sociales	(i) Cambio de denominación: Estadística y Toma de Decisiones (Statistics & Decision Making).
Gestión de Comunicación de Asuntos Públicos y Diplomacia Pública	(i) Cambio de denominación: Diplomacia Corporativa y Asuntos Públicos (Corporate Diplomacy & Public Affairs).
Seminario VI: Gestión de Proyectos Internacionales	(i) Cambio de denominación: Seminario VI: Proyectos Globales. Planificación y Financiación. (Seminar VI: Global Project Planning & Funding).
Seminario VIII: Proyecto de Planificación y Comunicación Global	(i) Cambio de denominación: Seminario VIII: Proyectos Globales. Desarrollo y Sostenibilidad. (Seminar VIII: Global Projects Development & Sustainability).
Gestión de Comunicación Corporativa y Relaciones Públicas	(i) Cambio de denominación: Comunicación Corporativa y Gestión de Crisis (Corporate Communication & Crisis Management).

Las modificaciones no sustanciales que se proponen en el **Grado en Global Communication Management (Gestión de la Comunicación Global)** suponen una mejora para la titulación y se han realizado según las directrices recogidas por la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU Catalunya) en el documento *Guía para la elaboración, la verificación y modificación de titulaciones universitarias de grado y máster*.

Los cambios se resumen en las siguientes modificaciones:

- Se avanza a primer curso de la asignatura Teoría de la Comunicación y de la Información que introduce al estudiante en uno de los contenidos básicos del grado y que se complementa en segundo curso con la asignatura Fundamentos de la Comunicación Global. Hasta ahora estas dos asignaturas se realizaban simultáneamente en el primer semestre de segundo curso y perdían su necesaria complementariedad.
- La asignatura Historia Contemporánea pasa a segundo curso para compensar el creditaje del movimiento anterior y porque no pierde ni interés ni oportunidad por el hecho de cambiar de curso.
- Se avanza a primer curso de la asignatura obligatoria Fundamentos del Marketing que gana tres ECTS y que permite al estudiante trabajar las herramientas clásicas de marketing antes de abordar el marketing digital que comienza con la asignatura Storytelling Digital y que hasta ahora se trabajaban de forma simultánea sin tener los conocimientos básicos consolidados.
- La asignatura obligatoria Sociología pasa a segundo curso y pierde tres ECTS. Esta asignatura adapta su programa de forma que los conocimientos que debe alcanzar el estudiante no se vean afectados dado que la reducción de creditaje sólo hace referencia a conocimientos complementarios que ya se trabajan en otras asignaturas.
- Actualización de nombres de asignaturas:
 - Los seminarios de primer curso Escritura y Performance I y II pasan a llamarse Palabras, Imágenes y Pensamiento Crítico I y II para ajustar la denominación a los contenidos que se trabajan.

-
- Introducción a la Economía pasa a llamarse Fundamentos de Economía y Empresa para adecuar el nombre a los contenidos que se trabajan. La palabra "fundamentos" tiene sentido porque la asignatura enlaza con Economía Política Internacional, que se realiza posteriormente.
 - Fundamentos del Marketing de primer curso pasa a llamarse Marketing. Con el incremento de tres ECTS, la asignatura gana peso y deja de ser una introducción.
 - Fundamentos de la Comunicación Global de segundo curso pasa a llamarse Comunicación Global y Engagement. Se elimina la palabra fundamentos porque la asignatura va más allá de la simple introducción y añadimos la palabra *engagement* porque los contenidos ponen énfasis en la participación de los públicos, empresas e instituciones en el sistema de comunicación a nivel global.
 - Teoría de las Relaciones Internacionales de segundo curso pasa a llamarse Relaciones Internacionales dado que no enlaza con ninguna otra asignatura que sea una segunda parte durante el Grado.
 - Matemáticas Aplicadas a las Ciencias Sociales de tercer curso pasa a llamarse Estadística y Toma de Decisiones por coherencia con su contenido.
 - Gestión de Comunicación de Asuntos Públicos y Diplomacia Pública de tercer curso, optativa, pasa a llamarse Diplomacia Corporativa y Asuntos Públicos por coherencia con su contenido.
 - Seminario VI: Gestión de Proyectos Internacionales de tercer curso pasa a llamarse Seminario VI: Proyectos Globales: Planificación y Financiación por coherencia con su contenido.
 - Seminario VIII Proyectos de Planificación y Gestión Global de cuarto curso pasa a llamarse Seminario VIII Proyectos Globales: Desarrollo y Sostenibilidad por coherencia con su contenido.
 - Gestión de la Comunicación Corporativa y Relaciones Públicas de cuarto curso, optativa, pasa a llamarse Comunicación Corporativa y Gestión de Crisis por coherencia con su contenido.