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 Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing**
Menciones	**NO**
Código RUCT	**2503176**
Ámbito de conocimiento	**Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas**

Las modificaciones no sustanciales que se proponen en el **Grado en Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing** 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:

El propósito es la consolidación del aprendizaje de los lenguajes publicitarios y de asignaturas claramente vinculadas con el sector de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing ya desde el primer curso. Esto permite que el alumnado acceda a las prácticas profesionales con un contacto previo con elementos de la práctica profesional, que resulta un factor clave en la formación dada la versatilidad creciente de las ofertas laborales. Para ello, se ha modificado el emplazamiento de diversas asignaturas. El peso de asignaturas humanísticas y de ciencias sociales ha quedado distribuido en los dos primeros cursos.

[1] Según *Guia per a l'elaboració, verificació i modificació de titulacions universitàries de grau i màster* (AQU): **Capítulo I**. Descripción, objetivos formativos y justificación del título, **Capítulo II**. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje, **Capítulo III.** Admisión, reconocimiento y movilidad, **Capítulo IV**. Planificación de las enseñanzas, **Capítulo V.** Personal académico y de apoyo a la docencia, **Capítulo VI.** Recursos para el aprendizaje: materiales i infraestructuras, prácticas y servicios, **Capítulo VII**. Calendario de implantación, **Capítulo 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 unidad temporal de impartición de materias y asignaturas (ver anexo 1).

Justificación de la modificación 2 presentada:

Esta modificación supone el avance a primer curso de las asignaturas que introducen al estudiantado en los contenidos básicos del grado convirtiendo en anuales las tres introducciones a la comunicación que aparecían en segundo curso. Estas pasan a primer curso y se convierten en anuales, por lo que se refuerza su presencia en el plan de estudios. Las nuevas denominaciones de las introducciones a la publicidad, las relaciones públicas y el marketing; a la comunicación audiovisual y al periodismo y la comunicación corporativa son: Fundamentos de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing, Fundamentos de la Comunicación Audiovisual y Fundamentos del periodismo y la Comunicación Corporativa. Todas ellas pasan a impartirse durante los dos primeros semestres.

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 han reajustado diferentes asignaturas con cambios mínimos de creditaje que permiten una mejor actualización a los contenidos de la profesión y a las demandas del mercado:
Gestión de la Información (de 4ECTS a 3 ECTS); Lenguaje y Técnica de la Imagen y el Sonido (de 3 ECTS a 5 ECTS); Principios del Diseño (de 4ECTS a 3 ECTS); Introducción a la economía (de 4 ECTS a 3 ECTS); Técnicas de planificación de medios (de 3 ECTS a 4 ECTS).

MODIFICACIÓN 4	
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 4 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 5	
Capítulo modificado	Capítulo IV. Planificación de las enseñanzas
Apartado modificado	4.1 Estructura básica de las enseñanzas
Modificación realizada:	Inclusión de materias o asignaturas de formación optativa sin alterar la distribución de créditos del plan de estudios (ver anexo 1).

Justificación de la modificación 5 presentada:

Se ha actualizado la oferta de asignaturas de tipo optativo (sin modificar el número total de ECTS optativos) con dos asignaturas nuevas que dan respuesta a demandas concretas de la profesión. La asignatura Estrategia de Contenidos Digitales sustituye a Realización televisiva, cambio que da respuesta a demandas concretas de la profesión y a la evolución de las funciones de los perfiles creativos. En el segundo semestre de cuarto se ha sustituido la asignatura Producción Audiovisual por Fundamentos del Guion para trabajar en profundidad la creación de un relato atractivo desde la perspectiva de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing.

Para la propuesta de estas modificaciones del Grado en Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing 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 presente ficha, que ha sido debidamente revisada por la persona responsable de calidad del centro.
- ✓ Actas de las reuniones internas de dirección y coordinación del Grado en Publicidad, RR.PP. y Marketing que se llevaron a cabo los días 16 de octubre, 14 de noviembre y 15 de noviembre 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 en las cuales 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 15:34:05 +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 14:29:58 +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 PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING

El **Grado en Publicidad, RR.PP. y Marketing** introduce las siguientes modificaciones no sustanciales en el plan académico vigente:

Asignatura	Cambios
Historia del Pensamiento Contemporáneo	✓Cambio de despliegue temporal: de primer semestre de primer curso a primer semestre de segundo curso. ✓Cambio de denominación: Pensamiento Contemporáneo.
Teoría de la Comunicación y de la Información	✓Cambio de despliegue temporal: de primer semestre de primer curso a segundo semestre de primer curso.
Gestión de la Información	✓Cambio de despliegue temporal: de segundo semestre de primer curso a primer semestre de segundo curso. ✓Cambio de creditaje: pasa de 4 ECTS a 3 ECTS.
Estética	✓Cambio de despliegue temporal: de segundo semestre de primer curso a primer semestre de segundo curso.
Sociología	✓Cambio de despliegue temporal: de primer curso a segundo curso.
Lenguaje y Técnica de la Imagen y el Sonido	✓Cambio de despliegue temporal: de segundo semestre de primer curso a primer semestre de primer curso. ✓Cambio de creditaje: pasa de 3 ECTS a 5 ECTS.
Seminario III. Comunicación profesional	✓Cambio de denominación: Seminario III. Comunicación Profesional de Publicidad, RR.PP. y Marketing.
Historia Político-Social Contemporánea	✓Cambio de despliegue temporal: del primer semestre de segundo curso a segundo semestre de segundo curso.
Introducción al Periodismo y la Comunicación Corporativa	✓Cambio de despliegue temporal: de primer semestre de segundo curso a primer y segundo semestre de primer curso. ✓Cambio de denominación: Fundamentos del Periodismo y la Comunicación Corporativa. ✓Cambio de unidad temporal: de asignatura semestral a anual.
Introducción a la Comunicación Audiovisual	✓Cambio de despliegue temporal: de primer semestre de segundo curso a primer y segundo semestre de primer curso. ✓Cambio de denominación: Fundamentos de la Comunicación Audiovisual. ✓Cambio de unidad temporal: de asignatura semestral a anual.
Introducción a la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing	✓Cambio de despliegue temporal: de primer semestre de segundo curso a primer y segundo semestre de primer curso. ✓Cambio de denominación: Fundamentos de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing.

	✓Cambio de unidad temporal: de asignatura semestral a anual.
Seminario IV. Introducción a la Publicidad, RP y Marketing	✓Cambio de denominación: Seminario IV. Estrategia, ✓Creatividad y RR.PP.
Audiencias y Mercados	✓Cambio de despliegue temporal: de segundo semestre de segundo curso a primer semestre del tercer curso.
Nuevos Medios	✓Cambio de denominación: Ecosistemas Digitales.
Principios del Diseño	✓Cambio de denominación: Diseño Gráfico Aplicado. ✓Cambio de creditaje: pasa de 4 ECTS a 3 ECTS.
Introducción a la Economía	✓Cambio de creditaje: pasa de 4 ECTS a 3 ECTS.
Fundamentos del Marketing	✓Cambio de despliegue temporal: de segundo semestre de segundo curso a primer semestre de segundo curso. ✓Cambio de denominación: Marketing I: Marketing estratégico y operativo.
Técnicas y planificaciones de medios	✓Cambio de despliegue temporal: de primer semestre de tercer curso a segundo semestre de segundo curso. ✓ Cambio de creditaje: pasa de 3 ECTS a 4 ECTS.
Seminario V. Estrategia de comunicación I	✓Cambio de denominación del seminario: Seminario V. Creatividad y Estrategia Digital.
Planificación Estratégica Publicidad RP: El planner	✓Cambio de denominación: Planificación Estratégica: el Planner.
Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas	✓Cambio de denominación: Relaciones Públicas: Teoría y Práctica.
Conceptualización en Publicidad y Relaciones Públicas	✓Cambio de denominación: Creatividad y Conceptualización.
Seminario VI. Estrategia de comunicación II	✓Cambio de denominación: Seminario VI. Gestión de Marca y Creatividad.
Marketing estratégico y operativo	✓Cambio de denominación: Marketing II. Marketing avanzado.
Desarrollo de Proyectos	✓Cambio de denominación: Investigación de Mercados e Insights.
Gestión de Contenidos Digitales	✓Cambio de denominación: Estrategia de Contenidos Digitales.
Realización televisiva	✓Se elimina esta optativa y se sustituye por Estrategia de Contenidos Digitales.
Gestión de empresas publicidad y RP. Business management	✓Cambio de denominación: Gestión de Empresas Publicitarias.
Producción audiovisual	✓Se elimina esta optativa y se sustituye por: Fundamentos del Guion.
Estrategia y planificación de medios	✓Cambio de denominación: Medios: Estrategia y Negociación.

Las modificaciones no sustanciales que se proponen en el Grado en Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing 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, verificación y modificación de titulaciones universitarias de grado y máster*.

El principal cambio es común a los tres grados en Comunicación y supone el avance en primer curso de la asignatura que introduce al estudiante a los contenidos básicos del grado y que pasa a llamarse *Fundamentos de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing*. Además, refuerza su presencia en el plan de estudios al convertirse en una asignatura anual. Este cambio unifica en el tiempo la materia de Comunicación (integrada por las asignaturas *Teoría de la Comunicación y la Información, Fundamentos del Periodismo y la Comunicación Corporativa, Fundamentos de la Comunicación Audiovisual, y Fundamentos de la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Marketing,* que pasan a impartirse, todas, en los primeros dos semestres) y distribuye de forma más equilibrada a lo largo de los dos primeros cursos las asignaturas que integran la formación humanística de los grados. Este cambio también supone avanzar al primer semestre del primer curso la asignatura *Lenguaje y Técnica de la Imagen y Sonido* con el objetivo de iniciar al alumnado en los aspectos técnicos del lenguaje audiovisual desde el inicio de la titulación, aumentando su creditaje de 3 a 5 créditos ECTS para trabajar la materia en grupos reducidos.

El segundo propósito es la adecuación del nombre de algunas asignaturas fundamentales para resaltar de forma más clara las diferentes especializaciones del grado. Por ejemplo, la nomenclatura de las asignaturas de marketing son correlativas (*Marketing I: Marketing estratégico y operativo* y *Marketing II: Marketing avanzado*) o la concreción que se desprende de la nueva denominación de los seminarios V y VI (*Creatividad y Estrategia Digital, y Gestión de Marca y Creatividad,* respectivamente).

La asignatura *Nuevos medio*s, de segundo curso, cambia de nombre a *Ecosistemas Digitales*, para adecuarse a los cambios tecnológicos y profesionales de los últimos años.

Las asignaturas *Planificación Estratégica Publicidad RP: El planner, Teoría y Técnicas de las RP, Conceptualización en Publicidad y RP, Marketing estratégico y operativo* y *Desarrollo de proyectos* actualizan sus respectivos nombres a *Planificación Estratégica: el Planner, Creatividad y Conceptualización, RR.PP.: Teoría y Práctica, Marketing II: Marketing avanzado, e Investigación de Mercados e Insights*. Las denominaciones de los seminarios de tercer curso también se actualizan con la intención de concretar más las habilidades y áreas temáticas que se trabajan: *Estrategia y creatividad digital, y Gestión de marca y creatividad.* En cuarto curso también se actualizan los nombres *Gestión de empresas publicidad y RP. Business management*, por *Gestión de Empresas Publicitarias*, y el de la asignatura *Estrategia y planificación de medios*, por *Medios: Estrategia y Negociación.*

Por último, también se ha actualizado el itinerario optativo de creatividad (itinerario de Creatividad Audiovisual) con la asignatura *Estrategia de Contenidos Digitales*, que sustituye a *Realización televisiva*, cambio que da respuesta a demandas concretas de la profesión y a la evolución de las funciones de los perfiles creativos. En el segundo semestre de cuarto se ha sustituido la asignatura *Producción Audiovisual* por *Fundamentos del Guion* para trabajar en profundidad la creación de un relato atractivo desde la perspectiva de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing.