
FECHA: 25/06/2019
EXPEDIENTE Nº: 5527/2012
ID TÍTULO: 2502790

**EVALUACIÓN SOBRE LA PROPUESTA DE
MODIFICACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS**

Denominación del Título	Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Antonio de Nebrija
Universidad solicitante	Universidad Antonio de Nebrija
Universidad/es participante/s	Universidad Antonio de Nebrija
Centro/s	• Facultad de Comunicación y Artes
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas

El Consejo de Universidades ha remitido a la Fundación para el Conocimiento MADRI+D la solicitud de MODIFICACIÓN del plan de estudios ya verificado de este título oficial. Dicha solicitud se presenta al amparo del artículo 28 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, por el que se establece el procedimiento para la modificación de planes de estudios ya verificados.

Esta evaluación ha sido realizada, de forma colegiada, por la correspondiente Comisión de Evaluación formada por expertos del ámbito académico y estudiantes.

Dicha Comisión de evaluación, de forma colegiada, ha valorado la modificación del plan de estudios de acuerdo con los criterios recogidos en el Protocolo para la verificación y modificación de títulos oficiales de grado y máster de la Fundación para el Conocimiento Madrimasd.

Una vez examinada la solicitud de modificaciones la Comisión de Evaluación emite un informe de evaluación FAVORABLE, considerando que:

La Fundación para el Conocimiento Madri+d ha elaborado una Propuesta de **INFORME FAVORABLE**.

El presente informe únicamente recoge la evaluación de los aspectos señalados en la solicitud de modificaciones presentada a través de la sede electrónica del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, no considerándose evaluados aquellos aspectos que la Universidad haya modificado en la memoria y no hayan sido señalados en el formulario de modificación.

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

Se modifica la distribución del Plan de Estudios en ECTS por tipo de materia, pasando los ECTS obligatorios de 90 a 108 y los optativos de 60 a 42.

Se solicita el cierre de la modalidad a distancia, eliminando cualquier referencia a esta modalidad a lo largo de la memoria (en rojo).

Descripción del título se actualizan las plazas de nuevo ingreso ofertadas, reduciendo sólo a las correspondientes a la modalidad presencial.

Se actualizan los ECTS por tipo de matrícula y la normativa de permanencia.

2. JUSTIFICACIÓN

Se modifica este punto para adecuarlo a la modificación solicitada incluyendo los referentes tanto nacionales como internacionales utilizados para la actual modificación.

Se eliminan también las referencias a la modalidad a distancia y se actualiza la denominación de la Facultad: Que pasa de "Facultad de Ciencias de la Comunicación" a "Facultad de Comunicación y Artes".

3. COMPETENCIAS

De acuerdo con los cambios solicitados para el plan de estudios (que se desarrollan más adelante) se han modificado las competencias generales y específicas, como se puede ver en los siguientes listados y se han eliminado las referencias a la modalidad a distancia. Se añaden las competencias básicas (CB1, CB2, CB3, CB4 y CB5), dos competencias generales (CG23 y CG24) y 9 competencias específicas (CE18, CE19, CE20, CE21, CE22, CE23, CE24, CE25 y CE26).

Además, se hace constar que en la memoria del título de Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Antonio de Nebrija se han advertido los siguientes errores:

PRIMERA. Se ha detectado que en la competencia específica CE1 no aparece la palabra comunicación como referente de las asignaturas básicas propias de esta área, por lo que se considera esencial añadir la palabra “comunicación” como competencia específica. CE1- Conocer los conceptos básicos de la Literatura, Sociología, Economía, Estadística, Comunicación, Idioma moderno y Derecho que interactúan con la práctica publicitaria y en la actividad de las Relaciones Públicas.

SEGUNDA. Se ha detectado en la memoria de grado que la competencia específica CE3- Usar correctamente las herramientas y técnicas de comunicación en los medios no convencionales, en concreto en el marketing promocional, marketing directo, publicidad en el lugar de venta, merchandising, emplazamiento de producto y bartering, patrocinio,

presencia institucional y publicity se ha asignado a la materia de Procesos y técnicas de Investigación, planificación y compra de medios en la asignatura de Planificación de medios, siendo más adecuado atribuir la CE3 a la materia de Fundamentos y técnicas de la estrategia de comunicación en la asignatura de Acciones Below the Line (BTL). De esta manera la CE3 pasa a ser la CO20.

TERCERA. En la tabla 3.2 de la memoria de verificación, en la materia de Procesos y técnicas de investigación y planificación y compra de medios, la competencia específica CE3 Usar correctamente las herramientas y técnicas de comunicación en los medios no convencionales, en concreto en el marketing promocional, marketing directo, publicidad en el lugar de venta, merchandising, emplazamiento de producto y bartering, patrocinio, presencia institucional y publicity, no corresponde a las asignaturas. Se entiende que dicha competencia debe estar incluida en la materia de Fundamentos y técnicas de la estrategia de la comunicación con la asignatura de Acciones BTL. De esta manera la CE3 pasa a ser la CO20.x

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

Se actualiza de acuerdo al procedimiento y normativa actual de la Universidad Antonio de Nebrija, eliminando la información obsoleta. Además se eliminan las referencias a la modalidad a distancia.

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

Se considera necesario actualizar el plan de estudios: se cambia la distribución de ECTS por tipo de materia, se redistribuyen las asignaturas por semestres, se introducen nuevas asignaturas, cambia la denominación de algunas, se reajustan los contenidos y temporalidades de otras y se amplía el catálogo de asignaturas optativas, aspecto que, además, fue mencionado por el panel durante el proceso de acreditación del grado.

6. PERSONAL ACADÉMICO

Se actualiza el profesorado disponible para la titulación, así como se adecúa el formato al protocolo de Verifica-Modifica.

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

El Grado en Publicidad y RR.PP pasa, en el curso 16-17, a impartirse en el Campus de Princesa. En la memoria se detallan los materiales y servicios disponibles para la impartición del grado en este campus.

8. RESULTADOS PREVISTOS

Se actualizan las actividades formativas y sistemas de evaluación previstos, de acuerdo con los cambios realizados. Se eliminan las

referencias a la modalidad a distancia.

Madrid, a 25/06/2019:

EL DIRECTOR DE MADRI+D



Federico Morán Abad