

# **MÁSTER UNIVERSITARIO EN CONTENIDOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD**



**Universitat Autònoma  
de Barcelona**

**07/07/2016**

## 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

### 1.1 Denominación

Nombre del título: Máster Universitario en Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Rama de adscripción: Ciencias Sociales y Jurídicas

ISCED 1: Técnicas audiovisuales y medios de comunicación

ISCED 2: Marketing y Publicidad

### 1.2 Universidad y centro solicitante:

Universidad: Universitat Autònoma de Barcelona

Centro: Facultad de Ciencias de la Comunicación

### 1.3 Número de plazas de nuevo ingreso y tipo de enseñanza:

Número de plazas de nuevo ingreso 2012/2013: 25

Número de plazas de nuevo ingreso 2013/2014: 25

Tipo de enseñanza: Presencial

### 1.4 Criterios y requisitos de matriculación

Número mínimo de ECTS de matrícula y normativa de permanencia:

[www.uab.es/informacion-academica/mastersoficiales-doctorado](http://www.uab.es/informacion-academica/mastersoficiales-doctorado)

### 1.5 Resto de información necesaria para la expedición del Suplemento Europeo del Título

Naturaleza de la institución: Pública

Naturaleza del centro: Propio

Lenguas utilizadas en el proceso formativo: Castellano e Inglés (12%, parcialmente en los módulos 3, 4, 5, 6 y 9)

## 2. JUSTIFICACIÓN

### 2.1 Justificación del título propuesto, argumentando el interés académico, científico o profesional del mismo

Este proyecto se deriva de la experiencia adquirida con la implementación del Máster Universitario en Investigación en Contenidos en la Era Digital e incorpora las modificaciones necesarias para adecuarse a los acelerados cambios que afectan al sector de la Comunicación.

La Comunicación Audiovisual se ha convertido por mor de la convergencia digital en la columna vertebral de las industrias culturales y la Publicidad en la principal fuente de viabilidad para las mismas. Las industrias culturales están en una fase de transformación como consecuencia de los cambios producidos en el ámbito tecnológico, derivados del proceso de digitalización y convergencia. A este proceso debe añadirse la mutación experimentada, en los últimos años, en los hábitos de consumo de la población. La adaptación al nuevo contexto está modificando la forma de funcionamiento y de organización de dichas industrias, para acomodar a todos los agentes implicados en el proceso de generación, producción, comercialización y distribución de contenidos y hacer frente, así, al proceso de convergencia.

Éste es un sector que ha experimentado un enorme crecimiento en las últimas décadas y que constituye una de las principales fuentes de generación de riqueza en muchos países. Distintos estudios avalan la importancia social y económica que ha alcanzado en el mundo la industria relacionada con la generación de contenidos audiovisuales y publicitarios (CATSI, 2005), (GAPTEL, 2004, 2006)<sup>[1]</sup>. Los datos disponibles certifican que el sector del audiovisual, también, ha experimentado un importante crecimiento en la última década en España con 78.585 empleos registrados en 2006<sup>[2]</sup>, 9.111 empresas y un volumen de facturación de 11.573 millones de Euros en 2007.

La importancia estratégica del sector audiovisual (contenidos, políticas, tecnología, industria, publicidad) y los desafíos derivados de las transformaciones en curso sitúan a la formación e investigación como una prioridad. La generación de conocimiento en el sector se torna imprescindible para afrontar con éxito los retos y responder a los interrogantes generados por la magnitud de los cambios actuales.

**El Máster Universitario en Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad** se enmarca dentro de la experiencia del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Autònoma de Barcelona y cuenta en su núcleo con el grupo de investigación GRISS (Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesi), reconocido y consolidado por la Generalitat de Catalunya (2009SGR1013). El GRISS cuenta con una trayectoria dilatada en el tiempo y fructífera en la producción académica y científica de 30 años, que ha dado como resultado un número de actividades de formación e investigación muy importante alrededor de la comunicación y sus derivados, como reseñamos posteriormente en el capítulo de profesorado. Sólo reseñar aquí que desde que se inició el milenio se han defendido con éxito un total de 40 tesis doctorales.

El Plan de Estudios diseñado pretende contribuir a la formación de calidad de los titulados del ámbito de las Ciencias de la Comunicación (Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas), titulaciones impartidas en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona. Igualmente, pretende atraer a estudiantes de otras universidades catalanas, españolas e

internacionales con titulaciones del ámbito de la comunicación, y a titulados de ámbitos afines que se interesen por la comunicación audiovisual y publicitaria.

### **Grado de originalidad de la propuesta**

La Universitat Autònoma de Barcelona fue la primera Universidad en implementar los estudios de Ciencias de la Información en Cataluña. En concreto, la experiencia acumulada en el seno de la institución ha permitido formar un núcleo de investigadores e investigadoras que acumulan un amplio conocimiento en el ámbito de la Comunicación, demandado por diferentes agentes del sector industrial en proyectos de I + D.

En el entorno de la Universitat Autònoma de Barcelona (Vallès Occidental, Vallès Oriental y Barcelonés) se registra un número importante de actividades, empresas y organismos relacionados con el sector de la comunicación y, en concreto, de los contenidos audiovisuales y publicitarios. Madrid y Cataluña son las Comunidades Autónomas que concentran, en términos de producción de cine y televisión, el mayor porcentaje en facturación y empleo (FAPAE, 2006)<sup>[3]</sup>.

El sector audiovisual ha experimentado un enorme crecimiento, pero a la vez también una fuerte competencia. Un contexto ideal para acercarse a la investigación como vía natural para desarrollar una actividad en la Academia y como preparación necesaria para formar parte de los equipos de las empresas dedicadas a los contenidos y servicios audiovisuales que precisan desarrollar, en la medida de sus posibilidades, sus departamentos de I + D. Es en esta doble línea (investigadora y profesional) en la que se ha pensado y desarrollado la presente propuesta de Máster, donde la experiencia en investigación aplicada del GRISS y la dedicación de los y las docentes pueden contribuir al éxito de este proyecto de formación.

La doble vocación profesional e investigadora sobre la comunicación audiovisual y publicitaria, así como el acento sobre los contenidos marcan la originalidad de esta propuesta en el contexto de la oferta existente.

### **Interés científico**

La tradición de los estudios de comunicación es relativamente joven en términos históricos, pero su trayectoria se remonta a inicios del siglo XX y en su seno el audiovisual y la publicidad fueron motores de las inquietudes de los investigadores desde los inicios. La consolidación del campo a nivel internacional se verifica con la existencia de asociaciones de investigadores muy consolidadas. Por señalar las más relevantes, la International Communication Association (ICA -<http://www.ica-hq.org>), fue creada ya en 1950, poco después, 1957, fue fundada la International Association for Media and Communication Research (IAMCR -<http://iamcr.org>). Existen también asociaciones regionales, de las que citaremos aquellas de nuestro entorno político o cultural como la European Communication Research and Education Association (ECREA - <http://www.ecrea.eu>) o la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC - <http://www.alaic.net>). En el estado español existen también asociaciones de investigadores de la comunicación sectoriales que conviven con las generales, como serían la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC - <http://www.ae-ic.org>) y la Societat Catalana de Comunicació (SCC- <http://www.scc.iec.cat>)

Los contenidos audiovisuales y publicitarios son un ámbito de estudio relativamente reciente, pero que en los últimos años se han situado en la centralidad de distintas políticas europeas destinadas a incentivar la investigación aplicada con programas

específicos como el e-content, o e-contentPlus (<http://cordis.europa.eu/econtent/>). El reconocimiento de su dimensión estratégica en las economías de los países occidentales ha ubicado este objeto de estudio en el ranking del interés mundial.

Si en las décadas precedentes se centraron los esfuerzos en conseguir el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, en la actualidad, uno de los focos de interés es el contenido y los servicios que circulan por dichas infraestructuras. En el seno del GRISS, conscientes de dicha preocupación, se articuló en 1994 un postgrado anticipador sobre Comunicación Interactiva: Telecomunicaciones y Multimedia auspiciado por el Programa Media de la Comunidad Europea. A esta iniciativa ha seguido un número importante de Másteres de carácter profesional, en los que se prestaba una especial atención a la reflexión y la transferencia de conocimientos procedentes de los distintos proyectos de investigación.

El Máster se propone formar personas con competencias y habilidades destinadas a la investigación y a la innovación y desarrollo para que con su saber hacer puedan contribuir a la generación de conocimiento y contenidos en instituciones y empresas relacionadas con las políticas, la producción, la distribución o el consumo de contenidos.

### **Interés académico / demanda social**

La Universitat Autònoma de Barcelona, es pionera en los estudios de comunicación en España, compartiendo con la Universidad Complutense de Madrid, la responsabilidad de las universidades públicas en desarrollar estudios de comunicación a nivel universitario, a los que posteriormente se fueron sumando las aportaciones de otras Universidades Españolas. Desde 1972 se ha acumulado una experiencia muy valorada tanto a nivel español como internacional. Los profesores que impartirán este máster han participado activamente en la consolidación de los estudios de comunicación y han contribuido y contribuyen a su solidez y reconocimiento, tanto por su responsabilidad en la gestión del centro como por su responsabilidad de gestión en el departamento.

La trayectoria de los estudios de comunicación en la Universidad Autònoma de Barcelona se fundamenta desde sus inicios en el intercambio internacional y bebe de aportaciones pioneras de académicos europeos como Gianfranco Bettetini, Umberto Eco, Robert Escarpit, Niklas Luhman, Armand Matelart, Edgar Morin, Hary Pross o Franco Rositi y latinoamericanos como Jesús Martín Barbero, Antonio Pasquali o Rafael Roncagliolo. Partiendo de esta posición apenas una década después de la fundación de los estudios de comunicación la Facultad asumió un papel de estímulo a la cooperación internacional entre investigadores de la comunicación y especialmente tiende un puente entre la comunidad científica europea y latinoamericana con la organización de las jornadas “Comunicación y democracia en América y Europa Latinas”(1982) bajo la coordinación de Miquel de Moragas y Emili Prado en las que participaron investigadores relevantes como Patricia Anzola, Jesús Martín Barbero, Ana Maria Fadul, Patrice Flichy, Roberto Grandi, Giuseppe Richeri, Hector Schmucler o Mauro Wolf. El reconocimiento del papel internacional de la facultad se refleja en la elección por parte de IAMCR de la facultad como organizadora del Congreso Mundial de Comunicación en 1989 y en 2002 o por parte de ECREA en 2004.

Los profesores y profesoras que se integran en este proyecto de Máster han participado en los másteres oficiales de Investigación en Contenidos en la Era digital y de Innovación y Calidad Televisivas, además de hacerlo en diversos Máster de título propio y carácter profesional. Además varios de ellos coordinan dichos másteres. A

parte de los ya citados oficiales vale la pena destacar entre los másteres de título propio, el Máster en teoría y práctica del documental creativo, el Máster en artes digitales e industrias gráficas, el Máster en relaciones públicas y gabinetes de comunicación, el Máster en imagen digital y el Máster en Web: Comunicación, Marketing y Negocio.

La extraordinaria demanda que tienen los estudios de las tres titulaciones de los grados de comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona, el éxito de demanda de los títulos propios antes reseñados, así como los programas de doctorado del departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, y los otros másteres universitarios del ámbito, evidencian la demanda social de estos estudios. Una demanda que contribuirá a satisfacer el proyecto diseñado.

A parte de los egresados de la UAB, nuestros programas de postgrado tienen un altísimo porcentaje de estudiantes de otras universidades tanto españolas, como especialmente extranjeras, en particular procedentes de Latinoamérica y de Europa. Además, cada vez es mayor el número de estudiantes con formación de grado en otros campos, ciencias sociales e ingeniería informática principalmente, que se interesan por nuestros postgrados y doctorados.

### **Interés profesional**

Las transformaciones acaecidas en el tejido industrial de los medios audiovisuales en los últimos años han generado convulsiones en el mercado e incertidumbres respecto a la viabilidad de los productos audiovisuales y su distribución, así como sobre el rol de la publicidad en el conjunto del nuevo sistema. En este contexto, la investigación aplicada tanto a la industria, como a los contenidos y sus públicos se hace necesaria para entender el alcance de estas transformaciones e imprescindible para hacer frente al futuro más inmediato con prácticas viables

Las competencias y habilidades que adquirirán los alumnos serán trascendentales para que la industria se acoja a la investigación y pueda llevar a cabo las políticas más adecuadas para enfrentarse a los cambios tecnológicos, de estructura empresarial, de distribución de los productos, de los propios productos audiovisuales y de su consumo.

En los grupos de discusión organizados por el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad con profesionales de los medios para conocer las demandas del mercado respecto a nuestros estudiantes, una de las peticiones que surgió de forma reiterada fue la necesidad de investigación para dar respuesta a problemas profesionales todavía inconclusos. Entendiendo que la formación de grado es forzosamente generalista, la existencia de un máster sobre Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la era digital es una respuesta clara a esta demanda profesional.

Así, los egresados del máster que estamos proponiendo podrán orientarse claramente a realizar su tesis doctoral y seguir una carrera académica, pero además podrán surtir a la industria de profesionales con una formación que les permita liderar proyectos orientados al propio conocimiento de la estructura industrial y las políticas en relación con la industria, con los contenidos, con las tecnologías implicadas en su producción y difusión y con las audiencias.

Además, el campo en el que se especializaran nuestros estudiantes es clave en el desarrollo de políticas socio-económicas, industriales y tecnológicas por parte de las administraciones públicas, tanto a nivel internacional y estatal como en ámbitos territoriales más pequeños, en donde, no olvidemos, los cambios tecnológicos están

convulsionando su ecosistema comunicativo.

Las competencias adquiridas les habilitarán como investigadores de la comunicación audiovisual y publicitaria, así como para integrarse en corporaciones y empresas de comunicación, e instituciones en perfiles profesionales como, diseñadores de programas de radio y televisión, creadores de formatos audiovisuales y publicitarios, planificadores de medios, gestores de estrategias de comunicación, *community managers*, consultores, investigadores de consumo y de mercados, creadores y gestores de contenidos *cross-media*, desarrolladores de aplicaciones interactivas, directores de campañas de comunicación para empresas e instituciones, consejeros de políticas de comunicación, programadores de actividades audiovisuales, director de proyectos en departamentos de I+D.

En la elaboración de este plan de estudios han intervenido de forma distribuida la totalidad del profesorado que impartirá sus clases. Se ha constituido una comisión formada por dos catedráticos y tres profesores titulares en Comunicación Audiovisual y Publicidad que ha coordinado el proceso de discusión y realización del proyecto. Pero, el resto de profesorado, como decimos, ha intervenido de forma organizada por la comisión en todas las fases del proyecto.

El grueso del profesorado que integra el plan de estudios de este Máster pertenece al grupo de investigación consolidado 2009SGR1013 GRISS, con experiencia académica y científica para hacer frente a los principales objetos de investigación y profesionales tratados en el Máster. Además, el proyecto se ha enriquecido con la integración de otros y otras titulares y catedráticos del área que han aportado su propia especialización.

Esta larga relación con la industria también se ha materializado a lo largo de décadas con distintos y numerosos proyectos nacionales e internacionales, entre los que destacan los Observatorios de programación de los mercados europeos y norteamericanos Euromonitor (Eurotrends TV) y Usamonitor (Usatrends TV), financiados por Acamedia, VQPT-RAI, RTVE... Y los trabajos de testeo de productos y diseño de contenidos realizados para Barça TV, Cadena SER, GCO, Lavinia, Onda Cero, Planeta, PRISA, VOCENTO, RECOLETOS, entre otras. Por otra parte las acciones de transferencia en relación con las instituciones se materializan en diferentes acciones de planificación de políticas de comunicación y diseño de estrategias de implantación de la Sociedad de la Información y los procesos de digitalización realizadas para CAC, Generalitat de Catalunya Parlament de Catalunya, Gobierno de Aragón, Diputación de Barcelona, Gobierno de España, Parlamento de España, Fundación Alternativas, Gobierno de Chile, Gobierno de Argentina, FUNGLODE (República Dominicana), Parlamento de Gales, Cabildo de Tenerife, UER-EBU.

En cuanto al fomento de la producción audiovisual destaca la creación de uno de los primeros premios destinados a potenciar la producción audiovisual de calidad, el Premio Möbius Barcelona Multimedia, que desde su primera edición en 1995, se ha convertido en una plataforma de lanzamiento internacional de las producciones interactivas españolas en los ámbitos educativos, artísticos, científicos y culturales. Los ganadores de este certamen tienen la oportunidad de presentar sus obras en el Prix Möbius International des Multimédias que se celebra en París cada año, certamen patrocinado por la UE, del cual el grupo fue co-fundador. Por otra parte la dirección del CanasiasMediaFest, el festival internacional de video y multimedia, entre 1996 y 2004 es otra experiencia de transferencia y relación con la industria.

[1] CATSI, 2005. Ponencia sobre el Plan de Convergencia del Consejo Asesor de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información. Aprobada el 22 de junio de 2005. GAPTEL, 2004. Productividad crecimiento económico

y TIC. GAPTEL, 2006. Televisión Digital.

[2] Instituto Nacional de Estadística.

[3] Fuentes: Instituto Nacional de Estadística y la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles.

## **2.2 Referentes externos a la universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales o internacionales para títulos de similares características académicas**

En la universidad española existe un amplio repertorio de títulos con diversidad de abordajes y delimitaciones que legitiman las prácticas académicas en las que se encuadra nuestra oferta. Entre ese repertorio nuestra propuesta mantiene afinidades con el Máster Universitario en Investigación Aplicada a Medios de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid, Máster Universitario en Gestión de la Comunicación Audiovisual, Empresarial e Institucional de la Universidad de Deusto, Máster Universitario en Comunicación Multimedia de la Universidad del País Vasco, Máster Universitario en Contenidos y Formatos Audiovisuales de la Universidad de Valencia y el Master Universitario en Comunicación e Industrias creativas de la Universidad de Santiago de Compostela. La originalidad de la propuesta nace del enfoque desde los contenidos audiovisuales y publicitarios así como de la doble dimensión investigadora y profesional.

Los referentes externos en los que se enmarca esta propuesta proceden de la Universidad de Amsterdam: el “Master in Communication Science (Research MSc)” ([http://www.studeren.uva.nl/mscres\\_communication\\_science/](http://www.studeren.uva.nl/mscres_communication_science/)) y dentro de la línea de “Media Studies” el “Master in Television Studies (MA)” ([http://www.studeren.uva.nl/ma\\_television\\_studies](http://www.studeren.uva.nl/ma_television_studies)) . También sirven de referentes las experiencias británicas de la London School of Economics (LSE) en la que se ofrecen dos másteres: “MSc Media and Communications (Resarch)” (<http://www2.lse.ac.uk/study/graduate/taughtProgrammes2012/MScMediaAndCommunications.aspx>) y de forma más focalizada el “MSc Media and Communications (Media and Communication Governance)” (<http://www2.lse.ac.uk/study/graduate/taughtProgrammes2012/MScMediaAndCommunicationGovernance.aspx>) .

Además de esos referentes europeos que enmarcan nuestra propuesta, en Estados Unidos encontramos referentes focalizados en nuestro campo de actuación unos muy focalizados como el caso de la UCLA con el Master in Cinema and Media Studies (<http://www.tft.ucla.edu/programs/cinema-media-studies/>) o el caso de la SFSU con el Master in Broadcast and Electronic Communication Arts (<http://www.sfsu.edu/~bulletin/current/programs/broadca.htm#473509>) o de visión más panorámica como es el caso de la NYU con el Master in Media, Culture and Communication (<http://steinhardt.nyu.edu/mcc/masters>)

De forma más general esta propuesta parte del diagnóstico establecido por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), *Libro Blanco de la Comunicación. Títulos de grado en comunicación*. Madrid, 2004. ([http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco\\_comunicacion\\_def.pdf](http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf)).



### **2.3 Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios**

En la elaboración de este plan de estudios se ha hecho partiendo de la experiencia del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad en el Máster Universitario en Investigación de Contenidos en la Era Digital. En el proceso ha intervenido de forma distribuida la totalidad del profesorado que impartirá clases en el Máster. En la primera fase de elaboración, el conjunto de académicos y académicas pertenecientes al GRISS discutió sobre la conveniencia de ofertar un Máster de investigación apoyándose en las evidencias de demanda social y en la experiencia docente e investigadora, de transferencia y profesional acumulada por el grupo. Fruto de esas reuniones se elaboró el documento marco con un primer diseño que ha ido transformándose como consecuencia de las aportaciones y discusiones del colectivo en diferentes reuniones. En una segunda fase, se constituyó una comisión formada por dos catedráticos y tres profesores titulares en Comunicación Audiovisual y Publicidad que ha coordinado el proceso de discusión y realización del proyecto. En esa fase se invitó a participar a otros académicos y académicas no integrados en el GRISS.

El grueso del profesorado que integra el plan de estudios de este Máster de pertenece al grupo de investigación consolidado GRISS, como queda dicho. Además, el proyecto se ha enriquecido con la integración de otros titulares y catedráticos del área que han aportado su propia especialización y se han integrado al cuerpo del profesorado. En todo el proceso, el profesorado, así como alumnos/as de los postgrados y el doctorado han intervenido generando debate, estimulando la discusión y aportando datos y material necesario para la generación de los diferentes documentos de discusión que han concluido en el presente proyecto.

También, hemos atendido a las demandas profesionales y del sector industrial de referencia. Para ello, hemos utilizado las sesiones de grupos de discusión que el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad realizó con profesionales del sector de la Publicidad, de la Información Audiovisual y de la Comunicación Audiovisual. Por otro lado, en nuestra área de investigación el contacto con los profesionales del sector se produce de forma natural y hemos recibido inputs tanto de profesionales de la radio, la televisión o los medios gráficos, como de profesionales dedicados al ámbito cinematográfico, sector de los videojuegos, de las empresas dedicadas a desarrollar aplicaciones interactivas y las agencias de publicidad.

De manera más concreta, recientemente hemos atendido a las demandas profesionales y del sector industrial de referencia a raíz de la reforma de los planes de estudio por el proceso de Bolonia. Para ello, se han convocado varias sesiones de grupos de discusión (Focus groups) con profesionales del sector Audiovisual por la iniciativa del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. El primero de ellos tuvo lugar el 15 de enero de 2008, con el fin de contrastar información y debatir sobre los perfiles profesionales y la formación académica de los futuros graduados en Comunicación Audiovisual. Participaron el responsable del área de I + D de la productora El Terrat; un periodista en Lavínia TV; el director del departamento de desarrollo de la productora Filmax; la directora general de programas de la Corporació Catalana Mitjans Audiovisuals; el director de Radiocat XXI y presidente de la Associació Catalana de Radiodifusió Privada; el director del programa del Canal 33 "Silenci"; el director editorial y responsable de la Cadena Ser; el director de Televisión de Catalunya; el gerente de ICVSAM; el decano del Col·legi de Directors de Cinema de Catalunya; el director del Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat y profesor titular y la coordinadora de la Unitat de Comunicació Audiovisual y profesora titular; y otros los profesores titulares.

De igual forma, un día después se lleva a cabo una sesión para debatir la formación en el área de Periodismo, con la presencia del director de análisis y prospectiva de la presidencia de la Generalitat; el presidente del Grupo Lavinia; la coordinadora de proyectos web del Círculo de Lectores; el director de Comunicación TVE-Catalunya; la directora de informativos de Cadena SER a Catalunya; la directora de informativos de Televisión de Catalunya; el subdirector de “La Vanguardia”; y el coordinador de la edición ‘on line’ de El Periódico; el director de proyectos de la empresa Esvanic.

En el campo de Publicidad se realizó un encuentro con profesionales del sector el 20 de febrero de 2008. La reunión contó con la asistencia del presidente de la Asociación Empresarial de Publicidad; el director general de la Asociación Empresarial de Publicidad y profesor; la directora de Comunicación de la Diputación de Barcelona; el director general de Empresa de Publicidad (Tapsa); el director de comunicación de Empresa Anunciante (Nissan) y el director general de Central de compras-medios (Zenith Media).

Además de cuestiones propias a cada área, a nivel general los profesionales del sector destacaron, por una parte, la necesidad de formar profesionales generalistas, pero, por otra, con competencias sobre el conocimiento de los fenómenos actuales, de los aspectos más novedosos y sus implicaciones como consecuencia de la digitalización y la convergencia tecnológica. Por último y de manera relevante, reclamaron reforzar los contenidos teóricos y analíticos para dar a los futuros profesionales capacidad de análisis y aprendizaje a largo plazo.

Finalmente, y de nuevo en el terreno académico, también nos ha servido de referente el conocimiento y la discusión con científicos y académicos de otras universidades españolas, como la Universidad del País Vasco, Universidad de Santiago de Compostela, y extranjeras en los múltiples y reiterados contactos de los investigadores y las investigadoras en diferentes instituciones académicas nacionales e internacionales como el Goldsmith College (University of London), University of California at Berkeley, Oxford University, University of Amsterdam, University of Melbourne, New York University entre otras.

La memoria del máster fue aprobada por la Comisión de Estudios de Postgrado, delegada del Consejo de Gobierno de la UAB, en su sesión celebrada el día 29 de noviembre de 2011.

## 2.4 Objetivos globales del título

El objetivo del Máster es suministrar una formación avanzada, de carácter especializado, orientada a promover la iniciación en tareas de investigación y producción e innovación en el campo de la generación de contenidos y su análisis, las estrategias de distribución y las industrias que los soportan, así como de sus públicos y modalidades de consumo. El máster pretende, a su vez, promover una actitud de respeto y compromiso con los derechos fundamentales y los principios de igualdad y no discriminación, de acuerdo con los valores propios de una cultura democrática.

Asimismo, el Máster en Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad proporcionará una formación avanzada orientada a la investigación y al ejercicio profesional en el campo de los contenidos audiovisuales y publicitarios en la era digital. El Máster suministrará al entorno social e industrial personas capacitadas para responder a los nuevos interrogantes producidos por la magnitud de los cambios en curso, que les permitan ejercer profesionalmente en el campo del diseño de los

contenidos y en el del análisis de audiencias y la producción de servicios y productos. Asimismo el máster formará investigadores capaces de comprender los fundamentos de la investigación en comunicación audiovisual y publicitaria en relación a: las industrias y las políticas de comunicación, los contenidos y el diseño de productos y formatos, las estrategias de programación, la comunicación interactiva y los factores de consumo. En definitiva, unos conocimientos que facultan para el análisis de contenidos audiovisuales y publicitarios, para la elaboración de políticas de comunicación, para el análisis, la ideación y desarrollo de todo tipo de formatos y de servicios interactivos y para el estudio de las audiencias y la recepción en todos los soportes y contextos así como su aplicación al desarrollo innovador de contenidos y servicios.

### 3. COMPETENCIAS

#### 3.1 Competencias básicas

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

#### 3.2 Competencias específicas

E01 - Identificar y comprender los principales fenómenos que inciden en las industrias, las políticas, los contenidos audiovisuales y publicitarios, así como en su recepción.

E02 - Seleccionar, diseñar y aplicar estrategias metodológicas de investigación científica en el estudio de la comunicación audiovisual y en el desarrollo de productos.

E03 - Aplicar modelos validados de análisis de contenidos, de evaluación de políticas, de estudios de recepción y análisis de industrias del sector audiovisual y publicitario.

E04 - Analizar críticamente las teorías y modelos analíticos de la comunicación audiovisual y publicitaria.

E05 - Elaborar, planificar, dirigir, coordinar y gestionar proyectos de investigación académicos y/o profesionales en el ámbito de la comunicación audiovisual y publicitaria siguiendo criterios de calidad, igualdad y responsabilidad ética y social.

#### 3.3 Competencias transversales

T01.- Trabajar y dirigir equipos interdisciplinares en entornos diversos.

T02 - Planificar las tareas de acuerdo a los recursos humanos, instrumentales y temporales disponibles, siendo capaz de mejorar el rendimiento.

T03 - Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de habilidades operativas en el uso de las TIC.

T04 – Analizar los resultados de investigación para obtener nuevos productos o procesos, valorando su viabilidad industrial y comercial para su transferencia a la sociedad.

T05 - Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades y consecuencias que éstas conllevan.

T06 - Demostrar una actitud despierta, innovadora y analítica en relación con los interrogantes de investigación.

## 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

### 4.1 Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos accesibles de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la Universidad y la titulación

#### A. Perfil ideal del estudiante de ingreso:

Los alumnos y alumnas de este máster deben estar en posesión de un título de grado o equivalente en las diferentes titulaciones del ámbito de la comunicación (Comunicación Audiovisual, Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, etc.) o de campos relacionados con los ámbitos de las ciencias sociales, el arte y algunas ingenierías relacionadas con las tecnologías de la Información y la Comunicación. Deberían disponer de habilidades concretas en el conocimiento y manejo de fuentes documentales y bibliográficas y de bases de datos. Igualmente, deberían tener un conocimiento instrumental de lengua inglesa para poder seguir las clases que se ofertan en esta lengua y para consultar los documentos y textos recomendados (Nivel de usuario independiente B1 del Marco Europeo Común de referencia para las lenguas del Consejo de Europa) . Debe tener capacidad para integrarse en el trabajo en equipos multidisciplinares. Por otra parte deben interesarse por los procesos de cambio e innovación que caracterizan el ecosistema comunicativo, la evolución de la comunicación audiovisual y publicitaria en el marco de un ecosistema comunicativo que cambia aceleradamente.

#### B. Sistemas de información y orientación de la UAB

Los sistemas de información y orientación se dirigen a los titulados universitarios o estudiantes de último curso de Grado que desean profundizar sus conocimientos en un ámbito de estudios determinado.

También se dirigen a los titulados universitarios ya incorporados al mercado laboral, interesados en ampliar sus conocimientos a través de una especialización profesional, una reorientación de su formación o bien iniciar una formación en el ámbito de la investigación.

Los sistemas de información y orientación, a nivel general, de la UAB son los siguientes:

##### B.1. Sistemas generales de información

La UAB ofrece a todos los futuros estudiantes, de forma individualizada y personalizada, información completa sobre el acceso a la universidad, el proceso de matriculación, las becas, los estudios y los servicios de la universidad.

Los dos principales sistemas de información de la UAB son su página web y la Oficina de Información.

- Información a través de la red  
Las características de los estudiantes de másteres universitarios hace de este sistema de información el principal canal, ya que es el único que no depende de las distancias geográficas.
  - La principal fuente de información dentro de la web es el Portal Másteres Universitarios, que ofrece información específicamente dirigida a los

estudiantes interesados en la oferta de másteres universitarios y en la que se recoge toda la información académica, sobre acceso a los estudios y sobre el proceso de matrícula en tres idiomas (catalán, castellano e inglés).

- Dentro de este portal destaca el apartado de información práctica, que sirve para resolver las dudas más habituales. En él se incluye información sobre el proceso de preinscripción, selección y matriculación a los másteres universitarios, así como información específica dirigida a los estudiantes que provienen de otros países con sistemas de acceso distintos a los estudios de postgrado.
- A través de la página principal de la web de la UAB también se ofrece información sobre las becas y ayudas al estudio de la UAB y de otras instituciones y organismos. Las becas específicas de nuestra universidad disponen de un servicio de información personalizado tanto por internet como telefónicamente, y para facilitar su tramitación administrativa pueden solicitarse a través de la web.
- A través de la red se accede asimismo a un servicio de atención on-line específico para cada uno de los másteres universitarios, así como a una herramienta de mensajería instantánea que facilita las consultas a los futuros estudiantes.
- Orientación para la preinscripción y matriculación a los másteres universitarios
  - La UAB cuenta con una oficina central de información abierta todo el año (exceptuando el período de vacaciones de Navidad y Semana Santa), que permite una atención personalizada por teléfono, de forma presencial, o bien a través del correo electrónico.
  - La UAB realiza la preinscripción y matriculación de sus másteres universitarios y de los másteres interuniversitarios de los que es coordinadora a través de un aplicativo informático que permite adjuntar on-line toda la documentación necesaria para realizar la admisión de los estudiantes. Los estudiantes disponen de un Servicio de Atención Telemática para atender, de manera personalizada, todas las consultas de índole administrativa y académica. Esta misma oficina deriva las consultas académicas más específicas a los coordinadores de los másteres universitarios correspondientes.
  - Servicio de información continuada sobre procesos de preinscripción y matriculación. Se envían todas las novedades sobre fechas de preinscripción, convocatorias de becas, novedades académicas de másteres universitarios, etc. por correo electrónico a todos los futuros estudiantes que lo han solicitado.

## **B.2. Actividades de promoción y orientación específicas**

El Área de Comunicación de la UAB realiza actividades de promoción y orientación específicas con el objetivo de orientar y asesorar a los estudiantes en la elección del máster universitario que mejor se ajuste a sus necesidades o intereses. Para ello se organizan una serie de actividades de orientación/información durante el curso académico que permiten acercar los estudios de la UAB a los futuros estudiantes. Estas actividades se realizan tanto en el campus como fuera de él.

En el transcurso de estas actividades se distribuyen materiales impresos con toda la información necesaria sobre los estudios de másteres universitarios y de la universidad (folletos, guías, presentaciones, audiovisuales...), adaptados a las necesidades de información de este colectivo.

De las actividades generales que se realizan en el campus de la UAB destacan:

- Las Jornadas de Postgrado, estructuradas en una serie de conferencias por cada titulación en las que se informa detalladamente de los másteres universitarios. Los principales asistentes a estas jornadas son los estudiantes de los últimos cursos de las distintas titulaciones.
- Paralelamente a estas jornadas, la UAB dispone de stands informativos en los vestíbulos de cada facultad, con material informativo de todos los másteres universitarios agrupados por ámbitos de conocimiento y atención personalizada.
- En cada facultad se organizan también Jornadas de Orientación Profesional, en las que se dedica un espacio a la información detallada de la oferta de másteres universitarios, entendiendo la formación de postgrado como una de las posibilidades al alcance de los estudiantes una vez finalizada la formación de grado.
- Externamente, destaca la presencia de la UAB en las principales ferias de educación de postgrado a nivel nacional e internacional.  
A nivel nacional, destaca la presencial en el Salón Futura, espacio concreto para la presentación de los estudios de postgrado.  
A nivel internacional, la UAB participa en un gran número de ferias de educación de postgrado en diferentes países latinoamericanos (Chile, Argentina, México y Colombia), durante las cuales la universidad también participa en numerosas conferencias para presentar la oferta de másteres universitarios y todos los servicios que facilita la universidad a los futuros estudiantes (becas, ayudas al estudio, oficinas de orientación, etc.).

Más de 11.000 futuros estudiantes participan anualmente en estas actividades.

Todos los participantes en estas actividades reciben información detallada de los másteres universitarios y de las novedades y los periodos y procesos de preinscripción y becas en el correo electrónico que nos facilitan.

### **B.3. Unidades de la UAB que participan en las acciones de información y orientación a los futuros estudiantes:**

- Área de Comunicación y Promoción  
Desde el Área de Comunicación y Promoción se planifican las principales acciones de orientación de la universidad que se articulan en torno a las necesidades y expectativas de los futuros estudiantes de másteres universitarios. Actualmente, se está trabajando en la renovación de las acciones para que contemplen las necesidades de todos los posibles estudiantes de másteres universitarios.
  - Web de la UAB  
En el Portal de Másteres Universitarios se recoge la información referente a la actualidad de la universidad, los estudios, los trámites académicos más habituales, la organización de la universidad y los servicios a disposición de los estudiantes.



La web es el canal principal de contacto con la universidad y cuenta con herramientas básicas para facilitar la comunicación personalizada con el futuro estudiante.

- Oficina de información al futuro estudiante  
“Punt d’informació” (INFO UAB)  
Ubicado en la plaza Cívica, ofrece orientación personalizada a todas las consultas sobre cuestiones académicas, oferta de estudios, servicios de la universidad, becas, transportes, idiomas, etc.

- Centros docentes

Los centros docentes participan en las actividades de orientación general y específica, básicamente a través de la figura del profesor-orientador, especializado en asesorar sobre los temas académicos y aptitudes necesarias para el acceso a los estudios de másteres oficiales.

Asimismo, a través de la Web de la Universidad, en el apartado de estudios, se ponen a disposición de los futuros estudiantes de las guías docentes de las asignaturas/módulos, que contienen información sobre competencias a desarrollar, resultados de aprendizaje a evaluar, actividades de aprendizaje, de evaluación, contenidos y una planificación resumida del curso.

- Escuela de Postgrado

Es el centro que realiza de manera centralizada la recepción de solicitudes para la preinscripción de todos los másteres universitarios que coordina la UAB.

Participa en la difusión de los periodos de preinscripción, los requisitos de admisión y la publicación de las resoluciones de admisión.

De manera coordinada con la oficina central de información de la universidad, atiende las consultas específicas sobre criterios de admisión y asesoramiento en la documentación necesaria relacionada con los trámites de becas y otros tipos de ayudas al estudio.

### **C. Procedimientos y actividades de orientación específicos del Centro**

Como medidas complementarias a los procedimientos de información que la Universitat Autònoma de Barcelona posee para la orientación de los estudios, la Facultad de Ciencias de la Comunicación organizará anualmente sesiones informativas.

Además, a través de la coordinación del máster, se realizarán las siguientes acciones:

Información general a través de:

- Página Web específica del máster,  
<http://www.mastercomunicacionaudiovisual.com/INICIO.html>
- Página Web del GRISS, <http://www.griss.org/esp/home.asp>
- Página Web del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad,  
<http://www.uab.cat/servlet/Satellite/el-departament-1251960026673.html>
- Página Web del Instituto de la Comunicación de la UAB (InCom),  
<http://www.portalcomunicacion.com/index.asp?lng=esp>
- Página web de la Facultad de Ciencias de la Comunicación,  
<http://www.uab.es/comunicacio/>
- Sesiones públicas de presentación

- Información en portales profesionales
- Información en páginas web de las asociaciones, autonómicas, españolas e internacionales de investigadores

Información personalizada a través de:

- Sesiones colectivas durante el proceso de preinscripción y admisión.
- Entrevistas y tutorías.

#### CALENDARIO DE LAS ACTIVIDADES DE ORIENTACION ESPECIFICOS

Actividad	Fecha orientativa
Presencia en Internet	Continua, con acciones puntuales en webs ajenas desde un mes antes que se inicie la preinscripción
Sesiones informativas del Centro con presentación pública por parte coordinación del máster	Abril
Sesiones colectivas	Mayo
Entrevistas y tutorías	Junio y Julio

## 4.2 Criterios de acceso y condiciones o pruebas de acceso especiales

### Acceso:

Para acceder al máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior perteneciente a otro Estado integrante del Espacio Europeo de Educación Superior o de terceros países, que faculte en el mismo para el acceso a enseñanzas de máster.

### Admisión

Para acceder al máster los candidatos deberán estar en posesión de una titulación oficial:

- En el ámbito de la comunicación (como Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo o similares)
- En los ámbitos de las ciencias sociales (como Sociología, Ciencia Política, Derecho , Economía y similares) y las humanidades (como Humanidades, Historia, Filosofía, Filología, Arte o similares)
- En el ámbito de las ingenierías relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación (como Ingeniería informática en Tecnologías de la Información y de la Comunicación o similares)
- Otros ámbitos similares a los relacionados

La admisión la resuelve la rectora según el acuerdo de la Comisión de Máster del Centro a propuesta de la coordinación del máster. Esta comisión está formada por:

- Un miembro del equipo de Decanato, que preside la comisión
- Coordinadores de los estudios de máster del centro
- Directores de los departamentos
- Profesorado vinculado a los estudios de máster
- Estudiantes de máster

- Responsable de la gestión académica del centro.

### **Criterios de selección**

En el caso que el número de inscritos supere el de plazas ofrecidas, la adjudicación de plazas se hará de acuerdo a los siguientes criterios de prelación:

1. Expediente académico de los/las alumnos/as (nota media ponderada)-70%
2. Experiencia profesional en el ámbito de la comunicación-20%
3. Conocimientos de inglés (nivel de usuario independiente B1) del Marco Europeo Común de referencia para las lenguas del Consejo de Europa-10%

### **Complementos de formación**

Los estudiantes, dependiendo de su formación previa, podrán necesitar cursar complementos de formación en el área de Comunicación Audiovisual y Publicidad. La comisión de selección del Master analizará los estudios previos de acceso al máster y establecerá la necesidad de cursar determinados complementos formativos.

## **4.3 Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados**

### **A. Específicos del máster**

1.- Atención personalizada, de manera que cada estudiante será recibido por la coordinación del master en el proceso de matrícula de forma que tenga una orientación detallada sobre los contenidos optativos que mejor se adapten a sus expectativas de perfil académico o profesional.

2.- Una vez culminado el proceso de matrícula, a cada estudiante se le asignará, entre los coordinadores de módulo, un tutor que seguirá y aconsejará a cada alumno hasta la asignación definitiva del tutor de su Trabajo Fin de Máster. Estas tutorías serán individuales y tienen como función la orientación de los alumnos respecto a sus intereses de investigación o intereses profesionales y en la manera de encajarlos con la estructura de docencia del Máster y con los módulos de Trabajo de Fin de Máster y de Prácticas Externas. Por su parte, las tareas del tutor del Trabajo Fin de Máster se especifican en el punto 5.1. Finalmente, el coordinador o coordinadora del módulo 8 "Prácticas Externas" será el responsable del apoyo y la orientación de los alumnos que opten por la formación más profesionalizadora de la titulación y, en consecuencia, lleven a cabo las prácticas externas propuestas en el máster. Estas tutorías tendrán una periodicidad mensual o, a requerimiento de los alumnos en el horario de tutorías regular establecido por los docentes.

3.- Sesión de acogida por parte la coordinación del Máster. A aquellos estudiantes que no puedan asistir a la sesión de acogida se les hará llegar, por correo electrónico o personalmente, la misma documentación que se presente durante la sesión de acogida.

4.- Utilización de las herramientas del Campus Virtual de la UAB para la notificación de avisos y para publicar los documentos elaborados para la sesión de acogida de manera que estén disponibles para aquellos alumnos que no hayan podido asistir a la misma.

5.- Utilización de la web del Máster para la notificación de avisos y para publicar los documentos elaborados para la sesión de acogida de manera que estén disponibles para aquellos alumnos que no hayan podido asistir a la misma.

## CALENDARIO DE LAS ACTIVIDADES DE ORIENTACION ESPECIFICAS DE LOS ESTUDIANTES UNA VEZ MATRICULADOS

Actividad	Fecha orientativa
Atención personalizada	Julio, Septiembre
Asignación tutor provisional	Septiembre
Sesión de acogida	Octubre
Inicio de las clases	Noviembre
Asignación tutor TFM	Enero

### B. Proceso de acogida al estudiante de la UAB

La UAB realiza un amplio proceso de acogida al estudiante de nuevo acceso, en el que destacan las siguientes actuaciones:

- Carta de bienvenida a los estudiantes seleccionados para los másteres universitarios. Se envían por correo electrónico y/o carta postal el documento de aceptación al máster universitario, información complementaria para realizar la matriculación, así como indicaciones sobre el proceso de llegada para los estudiantes internacionales.
- Tutorías previas: en cada facultad se organizan sesiones de orientación personalizada a los nuevos estudiantes con el objetivo de acompañarles en el proceso de matriculación. Tienen un carácter eminentemente práctico y se realizan antes de la matriculación.  
Los responsables de las tutorías de los nuevos estudiantes son los coordinadores del máster. Una vez finalizadas las tutorías, los estudiantes ya pueden realizar el proceso administrativo de matriculación.
- Proceso de acogida para estudiantes internacionales: se recomienda a todos los estudiantes internacionales que acudan a la oficina de estudiantes internacionales para recibir el apoyo necesario para resolver todos los aspectos prácticos y funcionales que acompañarán su nueva etapa académica, tanto en lo que se refiere al desarrollo de sus estudios como sobre el resto de actividades culturales y formativas que ofrece la universidad (bibliotecas, salas de estudio, servicios de la universidad, etc.).

### C. Servicios de atención y orientación de la UAB

La Universitat Autònoma de Barcelona cuenta con los siguientes servicios de atención y orientación a los estudiantes:

#### 1. Web de la UAB

Engloba toda la información de interés para la comunidad universitaria, ofreciendo varias posibilidades de navegación: temática, siguiendo las principales actividades que se llevan a cabo en la universidad (estudiar, investigar y vivir) o por perfiles (cada colectivo universitario cuenta con un portal adaptado a sus necesidades).

- En el portal de estudiantes se recoge la información referente a la actualidad universitaria, los estudios, los trámites académicos más habituales en la carrera universitaria, la organización de la universidad y los servicios que están a disposición de los estudiantes.
- La intranet de los estudiantes es un recurso clave en el estudio, la obtención de información y la gestión de los procesos. La personalización de los contenidos y el acceso directo a muchas aplicaciones son algunas de las principales ventajas que ofrece. La intranet es accesible a través del portal externo de estudiantes y está estructurada con los siguientes apartados: portada, recursos para el estudio, lenguas, becas, buscar trabajo, participar y gestiones.

## 2. Oficinas de información al estudiante

- **Punt d'informació (INFO UAB)**  
Ubicado en la plaza Cívica, ofrece orientación personalizada en todas las consultas de cualquier cuestión relacionada con la vida académica como los estudios, los servicios de la universidad, las becas, los transportes, etc. Su horario de atención es de lunes a viernes, de 9'30 a 19h.
- **International Welcome Point (IWP)**  
Ubicado en la plaza Cívica, ofrece información a estudiantes, a profesores y al personal de administración y servicios provenientes de otros países. En el IWP los estudiantes podrán resolver cualquier duda sobre cuestiones académicas, obtener la tarjeta de estudiante de la UAB, conocer las actividades que se llevan a cabo en el campus, informarse sobre las becas disponibles, recibir atención personalizada para encontrar alojamiento, preguntar sobre los servicios de la universidad e informarse sobre los cursos de idiomas. El centro está abierto todo el día, de 9.30 a 19h (de 9 a 14h. en agosto).

## 3. Servicios de apoyo

- **Edificio de Estudiantes (ETC...)**  
Espacio de encuentro, creación y producción, y participación. Por medio de diferentes programas, se ocupa de gestionar la dinamización cultural del campus, fomentar la participación de los colectivos y ofrecer asesoramiento psicopedagógico.
- **Programas de Asesores de Estudiantes (PAE)**  
Los Estudiantes Asesores dan a conocer la UAB a los estudiantes de primer curso, informándoles sobre la vida en el campus, los trámites burocráticos, el funcionamiento de su centro, los ritmos y técnicas de estudio de las asignaturas que cursan y, en definitiva, de todo lo que sea fundamental para su integración en la universidad.
- **Unidad de Asesoramiento Psicopedagógico (UAP)**  
Servicio que atiende las necesidades de aprendizaje y orientación del estudiante en los ámbitos educativo, social, vocacionales y profesionales.

## 4.4 Transferencia y reconocimiento de créditos: sistema propuesto por la Universidad

### NORMATIVA DE TRANSFERENCIA Y DE RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS APROBADA POR EL CONSEJO DE GOBIERNO DEL 26 DE ENERO DE 2011

#### Índice

<u>Preámbulo</u>	
<u>Capítulo I.</u>	Disposiciones generales
<u>Capítulo II.</u>	De la transferencia de créditos
<u>Capítulo III.</u>	Del reconocimiento de créditos
	- Sección 1ª. Del reconocimiento de créditos obtenidos en enseñanzas universitarias oficiales
	- Sección 2ª. Del reconocimiento de créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales, en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos, y de la experiencia laboral y profesional acreditada
	- Sección 3ª. Del reconocimiento de créditos en los estudios de grado cursados en actividades no programadas en el plan de estudios
	o Subsección 1ª. Del reconocimiento en los estudios de grado por la formación en terceras lenguas
	o Subsección 2ª. Del reconocimiento en los estudios de grado por actividades universitarias culturales, deportivas, de solidaridad y de cooperación
<u>Capítulo IV.</u>	De la adaptación de estudios por extinción de los estudios legislados según ordenamientos educativos anteriores
<u>Capítulo V.</u>	Del reconocimiento de estudios finalizados según ordenamientos anteriores o de la retitulación
<u>Disposición final.</u>	Entrada en vigor
<u>Anexos</u>	

#### Preámbulo

Con la entrada en vigor del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, que establece la ordenación de las enseñanzas universitarias de conformidad con el espacio europeo de educación superior, se establecieron los mecanismos para poder iniciar la transformación de los estudios universitarios españoles en el proceso de convergencia con el espacio europeo de educación superior.

En este contexto, uno de los ejes fundamentales en que se vertebra la reforma del sistema universitario es el reconocimiento y la transferencia de créditos, herramientas que posibilitan la movilidad de estudiantes tanto dentro como fuera del Estado. Por este motivo, el mencionado real decreto instaba a las universidades a elaborar y hacer pública su normativa sobre el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos, bajo los criterios generales que se establecían.

La Comisión de Asuntos Académicos, delegada del Consejo de Gobierno de la UAB, aprobó el 15 de julio de 2008 la Normativa de reconocimiento y de transferencia de créditos de la UAB, que regula el reconocimiento y la transferencia de créditos en nuestra Universidad. Esta normativa también regula otros aspectos relacionados con la movilidad, como los procedimientos de reconocimiento y de adaptación entre los estudios de primer y/o segundo ciclo organizados de acuerdo con ordenamientos anteriores y los nuevos estudios de grado que los sustituyen, el reconocimiento académico por haber cursado determinados ciclos formativos de grado superior (CFGs) o el reconocimiento de la formación alcanzada en estancias en otras universidades (formación en el marco de la movilidad).

Desde el momento en que se aprobó, el texto normativo ha sido modificado en dos ocasiones: la primera, el 28 de julio de 2009, cuando se redefinieron los criterios de adaptación a los grados de los expedientes académicos estructurados según anteriores ordenamientos jurídicos; y la segunda, el 30 de septiembre de 2010, cuando se incorporó un nuevo capítulo para regular el reconocimiento académico de actividades universitarias culturales, deportivas, de solidaridad y de cooperación en los estudios de grado.

Después de dos cursos académicos de implantación de esta normativa, la experiencia acumulada en la aplicación de los criterios y de los procedimientos que se regulan y la publicación del Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, ponen de manifiesto la necesidad de revisar el texto en profundidad.

En este sentido, el presente texto normativo tiene como objetivos principales: a) introducir los ajustes necesarios con el fin de garantizar eficacia y fluidez en los criterios y los procedimientos establecidos por la anterior Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos; b) incorporar la posibilidad del reconocimiento académico por la formación en terceras lenguas en los estudios de grado; y c) actualizar y adaptar el texto de acuerdo con la normativa vigente, con el fin de garantizar el cumplimiento de los cambios normativos introducidos por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1391/2007, de 29 de octubre.

La adecuación de la presente normativa al actual marco legal se ha llevado a cabo mediante la introducción de los siguientes aspectos: a) el reconocimiento de créditos obtenidos en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos no oficiales; b) el reconocimiento de la experiencia laboral y profesional relacionada con las competencias inherentes al título; c) la imposibilidad de reconocer los créditos correspondientes a los trabajos de fin de grado y máster; y d) la posibilidad de reconocer los créditos procedentes de títulos propios que hayan sido objeto de extinción y sustitución por un título oficial.

Por todo eso, hay que modificar la Normativa de reconocimiento y de transferencia de créditos, aprobada por la Comisión de Asuntos Académicos de la UAB el 15 de julio de 2008 y modificada el 28 de julio de 2009 y el 30 de septiembre de 2010, en las terms siguientes:

**Artículo único. Modificación de la Normativa de transferencia y de reconocimiento de créditos, aprobada por la Comisión de Asuntos Académicos de la UAB el 15 de julio de 2008 y modificada el 28 de julio de 2009 y el 30 de septiembre de 2010.**

## **Capítulo I Disposiciones generales**

### Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación de la normativa

1. Este texto normativo tiene por objeto regular la transferencia y el reconocimiento de créditos que se imparten en la UAB para la obtención de títulos oficiales de grado o máster, estructurados de acuerdo con el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio.
2. Las normas contenidas en esta normativa se aplican a los créditos obtenidos previamente en el marco de unas enseñanzas universitarias oficiales, de unas enseñanzas universitarias propias, de otras enseñanzas superiores, o en determinadas actividades no programadas en los planes de estudios.
3. Las enseñanzas superadas en instituciones que no pertenecen al espacio europeo de educación superior requieren que la Universidad verifique que se acredita un nivel de formación equivalente a los correspondientes estudios universitarios españoles.

## Artículo 2. Efectos académicos

Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales en cualquier universidad –los transferidos, los reconocidos, los adaptados o los matriculados y superados en los estudios para la obtención del título correspondiente– se incluyen en el expediente académico y quedan reflejados en el Suplemento Europeo del Título.

## Artículo 3. Efectos económicos

El reconocimiento, la transferencia y la adaptación de créditos objeto de esta normativa comportan los efectos económicos que fija anualmente el decreto de precios de los servicios académicos de las universidades públicas de Cataluña.

# **Capítulo II De la transferencia de créditos**

## Artículo 4. Concepto

1. La transferencia de créditos es la incorporación en el expediente académico en curso del alumno de los créditos obtenidos en enseñanzas universitarias oficiales cursadas con anterioridad y que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.
2. Los créditos objeto de transferencia no tienen ningún efecto en el cómputo de créditos para la obtención del título y quedan reflejados únicamente a efectos informativos.

## Artículo 5. Créditos objeto de transferencia

1. Son objeto de transferencia al expediente académico de las enseñanzas oficiales en curso la totalidad de créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad que no hayan conducido a la obtención de un título oficial del mismo nivel.
2. La transferencia de créditos no se puede llevar a cabo si el expediente académico anterior está abierto.

## Artículo 6. Solicitud

1. La estudiante tiene que solicitar la transferencia de créditos, en los plazos establecidos en el calendario académico administrativo, al decanato o a la dirección del centro, acompañada de la documentación que se relaciona en el anexo 1 de esta normativa.
2. El decanato o la dirección de centro es el órgano responsable de resolver las solicitudes.
3. En el caso de estudiantes de otra universidad del territorio español, además de la documentación anterior, la solicitud tiene que ir acompañada del justificante de traslado de la universidad de origen, a fin de que esta institución envíe la correspondiente certificación académica oficial.

## Artículo 7. Procedimiento

1. El procedimiento para la resolución de las solicitudes de transferencia de créditos se especifica en el anexo 1 de esta normativa.
2. En el caso de universidades del territorio español, la información incorporada en el nuevo expediente tiene que ser contrastada con los datos del certificado académico oficial.
3. La comisión delegada del Consejo de Gobierno con competencias sobre ordenación académica es responsable de cualquier aspecto relativo al procedimiento.



### **Capítulo III**

#### **Del reconocimiento de créditos**

##### Artículo 8. Concepto

Se entiende por reconocimiento, a efectos del cómputo de créditos para la obtención de un título oficial, la aceptación por parte de la UAB de los créditos obtenidos en enseñanzas universitarias oficiales superadas con anterioridad, en otras enseñanzas superiores oficiales, en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos, y en actividades universitarias no programadas en el plan de estudios en curso. También se podrán reconocer créditos mediante la experiencia laboral y profesional acreditada.

##### Artículo 9. Solicitud de reconocimiento

1. El estudiante tiene que solicitar el reconocimiento de créditos, en los plazos establecidos en el calendario académico administrativo, al decanato o a la dirección del centro, acompañada de la documentación que se relaciona en el anexo 1 de esta normativa.
2. El decanato o la dirección de centro es el órgano responsable de resolver las solicitudes.
3. La solicitud de reconocimiento incluye toda la formación previa superada por la persona interesada.
4. Se pueden presentar con posterioridad nuevas solicitudes de reconocimiento de créditos siempre que se justifique la superación de nuevos contenidos formativos no aportados en solicitudes anteriores.
5. Para tramitar una solicitud de reconocimiento es necesario que la persona interesada haya sido admitida en un centro y en la titulación determinada, excepto en el supuesto de acceso a la universidad por cambio de estudios.

##### Artículo 10. Resolución y procedimiento

1. Tanto la propuesta como la resolución de reconocimiento tienen que especificar los módulos o asignaturas considerados *reconocidos*, de los que el estudiante queda eximido de cursar.
2. El procedimiento para la resolución de las solicitudes de reconocimiento de créditos se especifica en el anexo 1 de esta normativa.
3. La comisión delegada del Consejo de Gobierno con competencias sobre ordenación académica es responsable de cualquier aspecto relativo al procedimiento.

#### **Sección 1ª. Del reconocimiento de créditos obtenidos en enseñanzas universitarias oficiales**

##### Artículo 11. Créditos objeto de reconocimiento

1. Son objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en enseñanzas universitarias oficiales cursadas con anterioridad.
2. También es objeto de reconocimiento, hasta un máximo de 30 créditos, la formación alcanzada durante la estancia en otra universidad que no tenga correspondencia con los contenidos y las competencias del plan de estudios en curso (formación en el marco de la movilidad). Los créditos reconocidos computan en el expediente como créditos optativos de la titulación.

## Artículo 12. Efectos académicos

Los créditos reconocidos se incorporan en el expediente con la calificación obtenida originalmente, y se tienen en cuenta en el cálculo de la baremación del nuevo expediente académico.

## Artículo 13. Criterios para la resolución de las solicitudes de reconocimiento

1. La formación previa alcanzada en la universidad de origen es reconocida teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y los conocimientos asociados al conjunto de los créditos superados y los previstos en el plan de estudios de las nuevas enseñanzas.
2. El estudio del expediente previo del alumno se hace de manera global y se resuelve teniendo en cuenta que el reconocimiento de créditos sólo se puede aplicar a asignaturas o módulos completos, definidos como tales en el plan de estudios correspondiente.
3. El reconocimiento se realiza a partir de las asignaturas o los módulos cursados originalmente y no de las asignaturas o los módulos convalidados, adaptados o reconocidos previamente, y se conserva la calificación obtenida en los estudios anteriores.
4. No se reconoce en ningún caso el trabajo de fin de estudios.
5. El reconocimiento de créditos en las enseñanzas universitarias oficiales de máster se ajusta a las normas y a los procedimientos previstos para las enseñanzas oficiales de grado, con excepción de los criterios para el reconocimiento de la formación básica de los estudios de grado que se detallan a continuación.

## Artículo 14. Criterios para el reconocimiento de la formación básica de los estudios de grado

1. Además de lo que se establece en el artículo anterior, el reconocimiento de créditos referentes a la formación básica de las enseñanzas de grado tiene que respetar los criterios que se detallan a continuación.
2. Son objeto de reconocimiento los créditos superados en aquellas materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento de las enseñanzas a las que se ha accedido.
3. Cuando las enseñanzas a las que se ha accedido pertenecen a la misma rama de conocimiento de los estudios previos, se reconocen al menos 36 créditos correspondientes a materias de formación básica de la rama mencionada.
4. Cuando la formación básica superada en los estudios de origen no esté en concordancia con las competencias y los conocimientos asociados a las materias de las nuevas enseñanzas, el centro puede considerar reconocer otros créditos de la titulación.

## Artículo 15. Calificación de las asignaturas y de los módulos reconocidos

La calificación de las asignaturas y de los módulos reconocidos se hará de acuerdo con el procedimiento establecido en el anexo II.

## Artículo 16. Renuncia de las solicitudes de reconocimiento

El estudiante puede renunciar a una parte o a la totalidad del reconocimiento de créditos en caso de que prefiera cursar las asignaturas o los módulos correspondientes. Una vez llevado a cabo el pago de los créditos reconocidos no se puede renunciar al reconocimiento en ningún caso.

**Sección 2ª. Del reconocimiento de créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales, en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos, y de la experiencia laboral y profesional acreditada**

Artículo 17. Créditos objeto de reconocimiento obtenidos en enseñanzas no oficiales y experiencia laboral y profesional

1. Pueden ser objeto de reconocimiento académico los créditos obtenidos en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos no oficiales, así como los obtenidos en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de universidades.
2. También puede ser objeto de reconocimiento la experiencia laboral y profesional acreditada, siempre que esté relacionada con las competencias inherentes al título.

La actividad profesional se puede reconocer siempre que se cumplan los requisitos siguientes:

- i) Informe favorable del tutor.
- ii) Valoración de la acreditación de la empresa que describa las tareas llevadas a cabo, certificación de vida laboral de la persona interesada y memoria justificativa en la que se expongan las competencias alcanzadas mediante la actividad laboral.
- iii) Prueba de evaluación adicional cuando lo solicite el tutor.

Los créditos reconocidos en concepto de experiencia laboral computan en el nuevo expediente como prácticas de la titulación.

3. El número de créditos que se pueden reconocer por las actividades recogidas en este artículo no puede ser superior, en su conjunto, al 15 % del total de créditos del plan de estudios.

Artículo 18. Efectos académicos

1. Los créditos reconocidos se incorporan en el expediente del estudiante con la calificación de «apto/a», y especificando que han sido *reconocidos*.
2. Los créditos reconocidos no se tienen en cuenta a efectos del cómputo de la media del expediente académico del estudiante.

**Sección 3ª. Del reconocimiento de créditos en los estudios de grado cursados en actividades no programadas en el plan de estudios**

Artículo 19. Créditos objeto de reconocimiento obtenidos en estudios de grado por actividades no programadas en el plan de estudios

1. Son objeto de reconocimiento académico los créditos obtenidos por participar en las actividades no programadas en el marco del plan de estudios y que se recogen a continuación:
  - a) La formación en terceras lenguas, hasta un máximo de 12 créditos, en los términos que se regulan en la subsección 1ª de este capítulo.
  - b) Las actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, hasta un máximo de 6 créditos, en los términos que se regulan en la subsección 2ª de este capítulo.
2. Pueden ser reconocidos, hasta un máximo de 60, los créditos obtenidos en otras enseñanzas superiores oficiales, ciclos formativos de grado superior u otras enseñanzas equivalentes, siempre que la universidad haya establecido un marco en el que se concreten las condiciones,

en virtud del Acuerdo de la Comisión de Acceso y Asuntos Estudiantiles del Consejo Interuniversitario de Cataluña, de 16 de octubre de 2008, sobre el procedimiento de convalidación de créditos entre ciclos formativos de grado superior y titulaciones universitarias de grado.

#### Artículo 20. Efectos académicos

1. Los créditos reconocidos se incorporan en el expediente del estudiante con la calificación de «apto/a», y especificando que han sido *reconocidos*.
2. Los créditos reconocidos no se tienen en cuenta a efectos del cómputo de la media del expediente académico del estudiante.

#### ***Subsección 1ª. Del reconocimiento en los estudios de grado por la formación en terceras lenguas***

#### Artículo 21. Modalidades formativas objeto de reconocimiento por la mejora en el nivel de conocimiento, de dominio y de uso de terceras lenguas

1. Los estudiantes de la UAB pueden obtener reconocimiento académico adicional por la superación de asignaturas impartidas en una tercera lengua, preferentemente en inglés, incluidas en los planes de estudios de las titulaciones de la UAB, con excepción de las asignaturas de titulaciones orientadas a la formación lingüística en estas lenguas extranjeras.
2. Asimismo los estudiantes pueden obtener reconocimiento académico por las actividades formativas en una tercera lengua, siempre que no pertenezcan a titulaciones orientadas a la formación en esa misma lengua. Las actividades formativas pueden ser:
  - a. Cursos de idiomas superados en el Servicio de Lenguas de la UAB.
  - b. Cursos de idiomas superados en las instituciones que se relacionan en el anexo III de esta normativa, siempre que se acredite la superación de un nivel entero en la escala de niveles del *Marco Europeo Común de Referencia* (MECR).
  - c. Cursos de idiomas superados en otras instituciones, siempre que sean validados por el Servicio de Lenguas de la UAB.
  - d. Superación de las pruebas de dominio de una tercera lengua organizadas por el Servicio de Lenguas de la UAB.
  - e. Realización de una estancia en una universidad extranjera, dentro de un programa de movilidad, para cursar un mínimo de 30 créditos impartidos en una lengua extranjera.
3. Esta formación podrá contabilizar hasta 12 créditos en el expediente del estudiante, en concepto de asignaturas optativas de formación lingüística en terceras lenguas.

#### Artículo 22. Definición del nivel de salida acreditable del inglés

Al inicio de los estudios se determinará el nivel de salida de la lengua inglesa, de acuerdo con la escala de niveles establecida por el Servicio de Lenguas de la UAB y su correspondencia con los niveles del MECR, que se adjunta como anexo III de esta normativa.

#### Artículo 23. Criterios para el reconocimiento de créditos por la mejora del nivel de dominio de inglés

1. Por la superación de asignaturas impartidas en inglés, se reconocerán 1,5 créditos por cada 6 créditos de esas asignaturas. La comisión delegada del Consejo de Gobierno con competencias sobre ordenación académica podrá autorizar el reconocimiento adicional de otros créditos por agregación de créditos cursados en inglés.

2. Por la acreditación de estar en posesión de uno de los niveles de dominio de inglés, de acuerdo con la escala del Servicio de Lenguas de la UAB y a partir del nivel 3 de dicha escala. El número de créditos reconocidos será progresivo y no acumulable, de acuerdo con la siguiente escala:
  - a. Por la superación de un nivel equivalente al nivel 3 del SdL: 1,5 créditos.
  - b. Por la superación de un nivel equivalente al nivel 4 del SdL: 3 créditos.
  - c. Por la superación de un nivel equivalente al nivel 5 del SdL: 6 créditos
  - d. Por la superación de un nivel equivalente al nivel 6 del SdL o superior: 9 créditos.
3. El Servicio de Lenguas, mediante sus sistemas de evaluación, es el responsable de esta acreditación.
4. Los estudiantes que cursen un *minor* en formación de lenguas no pueden solicitar el reconocimiento de créditos por formación en terceras lenguas.

**Artículo 24. Criterios para el reconocimiento de créditos por la mejora del nivel de dominio de otras lenguas extranjeras**

1. Para el reconocimiento de créditos por actividades formativas que impliquen una mejora en el dominio de otras lenguas extranjeras, se aplicarán los mismos criterios que los definidos para la formación en inglés, siempre que se trate de la lengua extranjera con la que el estudiante ha accedido a la universidad mediante las PAU.
2. Por la formación en una lengua extranjera diferente de aquella con la que el estudiante ha accedido a la universidad mediante las PAU, se pueden reconocer 3 créditos por cada nivel superado, de acuerdo con la escala de niveles del Servicio de Lenguas de la UAB, y a partir del nivel 1 de dicha escala.

***Subsección 2ª. Del reconocimiento en los estudios de grado por actividades universitarias culturales, deportivas, de solidaridad y de cooperación***

**Artículo 25. Actividades objeto de reconocimiento**

1. Los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, solidarias, de cooperación y de representación estudiantil.
2. La comisión encargada de los estudios de grado aprobará anualmente las actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación que lleva a cabo la UAB susceptibles de ser reconocidas y los créditos que corresponden a cada una.
3. Las actividades objeto de reconocimiento tendrán que ser las mismas para todos los estudiantes de cualquier grado, y tendrán que tener la misma valoración en créditos.
4. Las actividades reconocidas tendrán que ser organizadas por unidades pertenecientes a la UAB. Las propuestas de instituciones externas tendrán que ser vehiculadas y avaladas por la unidad de referencia en la UAB y tendrán que ser incluidas en su programa anual.
5. La oferta de actividades reconocidas se publicará antes del inicio de cada curso académico.

**Artículo 26. Criterios generales de aplicación**

1. Las actividades que pueden ser objeto de reconocimiento académico en créditos tendrán que desarrollarse de forma simultánea a las enseñanzas de grado en las que se quieran incorporar.

2. Se podrán reconocer como optativos hasta 6 créditos de esta tipología de actividades por estudiante. Una vez incorporados los 6 créditos reconocidos en el expediente académico del estudiante, no se podrán reconocer más actividades de esta tipología.
3. Para reconocer las actividades a que se refiere este capítulo, se establece que un crédito se obtendrá con 25 horas de dedicación a la actividad.

Artículo 27. Reconocimiento académico por la participación en actividades de representación estudiantil

1. Las actividades objeto de reconocimiento académico por la participación en actividades de representación estudiantil se estructurarán en tres tipos, con un valor de 2 créditos cada uno, de la manera siguiente:
2. El primer tipo de actividad consiste en la *asistencia y el aprovechamiento a cursos de formación* sobre promoción de la participación de los estudiantes en el aseguramiento de la calidad (órganos de gobierno UAB, realidad universitaria en Cataluña, introducción AQU Cataluña, sistemas de garantía de calidad, etc.). Podrán asistir a esos cursos de formación los estudiantes de primer o segundo curso, preferentemente, que por primera vez ocupan un cargo de representación, con el fin de favorecer que el conocimiento adquirido revierta en la misma Universidad. También se podrán admitir estudiantes de cursos superiores que ya sean representantes de estudiantes en órganos de gobierno. Se podrá asistir a los cursos de formación antes de la actividad representativa o simultáneamente.
3. El segundo tipo de actividad consiste en *ejercer durante un curso académico un cargo de representación estudiantil*.
4. El tercer tipo de actividad consiste en *ejercer un segundo año académico un cargo de representación estudiantil*. Este tipo de actividad no se puede realizar el mismo curso en el que se obtienen los créditos del segundo tipo.
5. A fin de que estas actividades puedan ser objeto de reconocimiento, será necesario que los estudiantes asistan al menos a un 80 % de las sesiones del órgano de representación del que sean miembros.
6. Los centros docentes establecerán la metodología para valorar el aprovechamiento del ejercicio de los cargos de representación, tutorizarán a los estudiantes participantes y certificarán la asistencia y el aprovechamiento de la participación.
7. Una vez finalizado el curso académico, los centros docentes comunicarán a la persona delegada de la rectora con competencias sobre asuntos de estudiantes el listado de alumnos que han demostrado el aprovechamiento de las actividades de representación.

Artículo 28. Fases del procedimiento

1. La inscripción a la actividad objeto de reconocimiento se tendrá que hacer en la unidad de la UAB que la organiza y en las condiciones que se establezcan.
2. La evaluación de cada actividad requerirá que el estudiante haya cumplido el porcentaje de asistencia previamente establecido y la presentación de una memoria. La persona responsable de la organización de la actividad evaluará la actividad realizada como «apto/a» o «no apto/a» y la unidad de gestión certificará la calificación de los estudiantes matriculados.
3. Cuando el estudiante supere una actividad de las que regula este capítulo podrá solicitar el reconocimiento académico en su centro docente, siguiendo el procedimiento que se establezca en el anexo I de esta normativa. El decanato o la dirección del centro resolverá esta solicitud.

4. Una vez aceptado el reconocimiento académico, los créditos reconocidos se incorporarán en el expediente académico después de abonar el precio que determine el decreto de precios públicos de la Generalitat de Catalunya, de acuerdo con el grado de experimentalidad asignado a la titulación que cursa el alumno.
5. Cualquier aspecto relativo al procedimiento para el reconocimiento de estas actividades será competencia de la comisión delegada del Consejo de Gobierno con competencias sobre ordenación académica de los estudios de grado.

#### Artículo 29. Equivalencia transitoria con la oferta de actividades actuales de libre elección

1. Vista la coexistencia de actividades de formación complementaria para estudiantes de titulaciones de planes antiguos y de actividades para estudiantes de grado durante un periodo de tres a cuatro años, habrá una equivalencia transitoria para el reconocimiento de las actividades universitarias culturales, deportivas, solidarias y de cooperación, de acuerdo con lo que se establece a continuación.

2. Con respecto a las actividades culturales y deportivas, esta equivalencia tiene en cuenta las características de las diferentes actividades que se desarrollan, si éstas tienen un mayor componente teórico y de trabajo personal o de trabajo en grupo, y se pueden agrupar en dos categorías:

- a) Cursos y talleres con un fuerte componente teórico (clases presenciales), como mínimo el 33 % del total de tiempo de dedicación. La otra parte contiene trabajo práctico y/o trabajo personal:  
1 crédito = 0,75 créditos ECTS
- b) Cursos y talleres que son prácticos y participativos con elaboración de un trabajo personal o trabajo en grupo:  
1 crédito = 0,65 créditos ECTS

3. Con respecto a las actividades solidarias y de cooperación, esta equivalencia también tiene en cuenta las características de las diferentes actividades que se desarrollan, si éstas tienen un mayor componente teórico y de trabajo personal o de participación voluntaria.

- a) Cursos y otras actividades con un fuerte componente teórico (clases presenciales), como mínimo el 70 % del total de tiempo de dedicación. La otra parte contiene trabajo personal. En este caso el número de créditos se determina exclusivamente en función del número de horas presenciales. Para la equivalencia a créditos ECTS se han tenido en cuenta las horas de trabajo personal:  
1 crédito = 0,75 créditos ECTS
- b) Actividades de voluntariado con un componente teórico de formación sobre voluntariado y sobre la realidad social donde se desarrollará la acción, una dedicación práctica o participativa a través de la tarea voluntaria y de trabajo de coordinación y acompañamiento individual y en grupo, y la elaboración de un trabajo personal. En este caso el número de créditos se determina en función del número de horas teóricas y del 35 % de las horas reales realizadas de voluntariado. Para la equivalencia en ECTS se han tenido en cuenta las horas de trabajo personal y el total de horas de trabajo práctico:  
1 crédito = 1 créditos ECTS

### **Capítulo IV**

#### **De la adaptación de estudios por extinción de los estudios legislados según ordenamientos educativos anteriores**

#### Artículo 30. Adaptación de estudios por extinción de los estudios anteriores

1. El proceso de implantación de las nuevas titulaciones tiene que prever la adaptación a las nuevas enseñanzas de las enseñanzas reguladas de conformidad con ordenamientos educativos anteriores al Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre.

2. Este proceso de adaptación es de aplicación tanto en los estudios oficiales como en los estudios propios en proceso de extinción.
3. De manera excepcional, los créditos procedentes de títulos propios pueden ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al 15 % del total de créditos que constituyen el plan de estudios o, si procede, ser objeto de reconocimiento en su totalidad, siempre que el correspondiente título propio haya sido extinguido y sustituido por uno oficial.

#### Artículo 31. Proceso de extinción

1. En los estudios anteriores en proceso de extinción y que sean sustituidos por nuevas enseñanzas hay que establecer protocolos sobre:
  - a. Las enseñanzas en extinción.
  - b. El calendario de extinción de las enseñanzas, que puede ser simultáneo, para uno o diversos cursos, o progresivo, de acuerdo con la temporalidad prevista en el plan de estudios correspondiente.
  - c. Las correspondencias entre los estudios, que se recogerán en tablas de adaptación. Para elaborar las tablas de adaptación se pueden utilizar diferentes criterios de agrupación: por asignaturas, por bloques de asignaturas, por materias, por tipologías de asignaturas, por cursos o por ciclos.
  - d. Los procedimientos con el fin de permitir al estudiante superar las enseñanzas una vez iniciada la extinción y hasta que ésta sea definitiva.
2. En los estudios anteriores en proceso de extinción y que no sean sustituidos por nuevas enseñanzas, hay que establecer los procedimientos que permitan superar esas enseñanzas una vez iniciada la extinción.
3. Las enseñanzas estructuradas de conformidad con ordenamientos educativos anteriores quedarán definitivamente extinguidas el 30 de septiembre de 2015. No obstante, sin perjuicio de las normas de permanencia que sean de aplicación, se garantizará la organización de al menos cuatro convocatorias de examen en los dos cursos académicos siguientes a la mencionada fecha de extinción.
4. A los estudiantes que hayan iniciado estudios oficiales de conformidad con ordenaciones anteriores les serán de aplicación las disposiciones reguladoras por las que hubieran iniciado sus estudios.

#### Artículo 32. Solicitud y procedimiento de resolución del cambio de estudios

1. El estudiante tiene que solicitar el cambio de estudios en los plazos establecidos en el calendario académico administrativo, al decanato o a la dirección del centro, acompañada de la documentación que se relaciona en el anexo 1 de esta normativa.
2. El decanato o la dirección de centro es el responsable de resolver las solicitudes.
3. El procedimiento para la resolución de las solicitudes de reconocimiento de créditos se especifica en el anexo 1 de esta normativa.
4. La comisión delegada del Consejo de Gobierno con competencias sobre ordenación académica es responsable de cualquier aspecto relativo al procedimiento.

#### Artículo 33. Criterios para la resolución de las solicitudes de cambio de estudios

1. Sólo pueden ser adaptados a los nuevos estudios las asignaturas o los módulos superados en los estudios anteriores.
2. Las solicitudes de cambio de estudios se resuelven de acuerdo con lo que establecen las tablas de adaptación a este efecto, recogidas en la memoria del plan de estudios correspondiente.



3. Las actividades de formación no reglada que figuren en el expediente como reconocimiento de créditos de libre elección no se reconocen en las nuevas enseñanzas, con excepción de:

- a. La formación en terceras lenguas, siempre que las actividades hayan sido reconocidas por 6 o más créditos de libre elección.
- b. Las actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, hasta un máximo de 6 créditos.

Estas actividades no se reconocen de oficio sino a petición del interesado, una vez haya sido resuelta su solicitud de cambio de estudios.

4. Los créditos superados en el plan de estudios de los estudios anteriores que no se reconozcan se transfieren al nuevo expediente con el fin de incorporarlos, si procede, en el Suplemento Europeo al Título.
5. Las asignaturas o los módulos objeto de reconocimiento figuran en el nuevo expediente académico con la calificación obtenida en los estudios anteriores. En el caso de que dos o más asignaturas o módulos de los estudios antiguos hayan sido reconocidos por una o más asignaturas o módulos de los nuevos estudios, se aplican los criterios recogidos en el anexo II de esta normativa.
6. No se reconoce en ningún caso el trabajo de fin de estudios.
7. Para todo aquello que no esté previsto en esta normativa, el decanato o la dirección del centro tiene que establecer los circuitos y los criterios de resolución de las solicitudes.

#### Artículo 34. Efectos del cambio de estudios

La solicitud de cambio de estudios no tiene efectos económicos.

### **Capítulo V** **Del reconocimiento de estudios finalizados según ordenamientos anteriores o de la retitulación**

#### Artículo 35. Estudios objeto de reconocimiento

1. Las personas con posesión de un título oficial de diplomado, ingeniero técnico o maestro y que acceden posteriormente a los estudios de grado por los que han sido sustituidos estos estudios, pueden reconocer los contenidos alcanzados en las enseñanzas oficiales finalizadas segundos ordenamientos anteriores.
2. Los créditos reconocidos computan en las nuevas enseñanzas a efectos de la obtención del título de grado.

#### Artículo 36. Solicitud y procedimiento de resolución de las solicitudes de reconocimiento

1. El estudiante tiene que solicitar el cambio de estudios en los plazos establecidos en el calendario académico administrativo, al decanato o a la dirección del centro, acompañada de la documentación que se relaciona en el anexo 1 de esta normativa.
2. El decanato o la dirección de centro es el órgano responsable de resolver las solicitudes.
3. El procedimiento para la resolución de las solicitudes de reconocimiento de créditos se especifica en el anexo 1 de esta normativa.
4. La comisión delegada del Consejo de Gobierno con competencias sobre ordenación académica es responsable de cualquier aspecto relativo al procedimiento.

Artículo 37. Criterios para la resolución de las solicitudes de reconocimiento

1. Las solicitudes de reconocimiento se resuelven de acuerdo con lo que establecen las tablas de adaptación a tal efecto, recogidas en la memoria del plan de estudios correspondiente.
2. Los créditos de los estudios anteriores que, una vez revisadas las tablas de adaptación, no tengan equivalencia con ninguna asignatura del grado, se pueden incorporar al nuevo expediente académico como «reconocimiento de créditos de la titulación (nombre de la titulación previa)».
3. Las asignaturas o los módulos objeto de reconocimiento figuran en el nuevo expediente académico con la calificación obtenida en los estudios anteriores. En el caso de que dos o más asignaturas o módulos de los estudios antiguos hayan sido reconocidos por una o más asignaturas o módulos de los nuevos estudios, se aplican los criterios recogidos en el anexo II de esta normativa.
4. No se reconocerá en ningún caso el trabajo de fin de estudios.
5. Para todo aquello que no esté previsto en esta normativa, el decanato o la dirección del centro tiene que establecer los circuitos y los criterios de resolución de las solicitudes.

Artículo 38. Programa formativo

1. Cada centro establece el programa formativo que tienen que seguir las personas tituladas para alcanzar el perfil asociado a las nuevas enseñanzas de grado, y que puede variar en función de la correspondencia que haya entre los estudios anteriores y los nuevos.
2. El número de créditos que hay que superar en el marco de las nuevas enseñanzas es aproximadamente de 60. Dentro de esos 60 créditos se puede computar la actividad profesional previa que haya sido reconocida como prácticas de la titulación.

Artículo 39. Profesiones reguladas

Los criterios para el reconocimiento de los estudios con regulaciones específicas se tienen que adaptar a las directrices específicas que se puedan aprobar en el ámbito nacional.

Disposición final. Entrada en vigor

Esta normativa entra en vigor a partir del día siguiente de su aprobación por el Consejo de Gobierno.

**ANEXO I: PROCEDIMIENTOS Y CIRCUITOS**

1. Documentación requerida

- 1) La solicitud tiene que ir acompañada de la documentación siguiente:
  - a) Certificación académica personal, Suplemento Europeo al Título o fotocopia compulsada del expediente académico donde figure la formación alcanzada, el año académico y las calificaciones.
  - b) Recibos del pago de los precios públicos correspondientes, si procede.
  - c) Guía docente del módulo o de la asignatura, en la que figuren las competencias, los conocimientos asociados y el número de créditos o de horas o semanas por semestre o año, con el sello del centro de origen correspondiente.
  - d) Plan de estudios o cuadro de asignaturas o módulos exigidos para alcanzar las enseñanzas previas, expedido por el centro de origen, con el sello correspondiente.

- e) Cualquier otra documentación que el centro considere oportuna para tramitar la solicitud.

El procedimiento administrativo correspondiente establece la documentación que hay que aportar en cada caso.

- 2) Si las enseñanzas previas se han obtenido en una universidad fuera del Estado español, se tiene que presentar, adicionalmente, la documentación siguiente:
  - a) Información sobre el sistema de calificaciones de la universidad de origen.
  - b) Si procede, la traducción correspondiente efectuada por traductor jurado.

Todos los documentos tienen que ser oficiales, expedidos por las autoridades competentes, y tienen que estar convenientemente legalizados por vía diplomática, según las disposiciones establecidas por los órganos competentes, excepto la documentación proveniente de países miembros de la Unión Europea.

## 2. Procedimiento de resolución de las solicitudes

- 1. Las solicitudes son revisadas por la gestión académica del centro correspondiente, que comprueba que la documentación presentada sea correcta.
- 2. La persona responsable del centro en esta materia emite una propuesta de resolución. Antes de emitir la propuesta, se puede abrir el trámite de audiencia, en el que se pueden aportar nuevos documentos, nuevos elementos de juicio o hacer las alegaciones oportunas.
- 3. El decanato o la dirección del centro resuelve la solicitud.
- 4. La gestión académica del centro notifica la resolución a la persona interesada por cualquier medio que permita tener constancia de la recepción.

## 3. Procedimiento de revisión de la resolución

- 1) Contra la resolución del decanato o de la dirección del centro, la persona interesada puede interponer un recurso de alzada delante del rector en el plazo de un mes a contar a partir de la fecha de la notificación.
- 2) Contra la resolución del rector o de la dirección del centro, si no se ha interpuesto recurso de alzada en el plazo establecido, la persona interesada puede interponer recurso extraordinario de revisión, cuando se dé alguna de las circunstancias siguientes:
  - a) Que se pueda comprobar, con la documentación que consta en el expediente, que en la resolución se incurrió en un error de hecho.
  - b) Que aparezcan documentos nuevos, aunque sean posteriores a la resolución, que evidencien que se incurrió en un error.
  - c) Que los documentos aportados por la persona interesada sean declarados falsos por sentencia judicial firme.
  - d) Que por sentencia judicial firme se declare que la resolución fue dictada como consecuencia de prevaricación, soborno, violencia, maquinación fraudulenta u otras conductas punibles.

El plazo para poder interponer un recurso extraordinario de revisión en el caso del apartado a del párrafo anterior es de cuatro años, a contar a partir de la fecha de la notificación de la resolución.

El plazo para poder interponer un recurso extraordinario de revisión en el caso de los apartados b, c y d del párrafo anterior es de tres meses a contar a partir del conocimiento de los documentos o del día en que la sentencia judicial fue firme.

## 4. Rectificación de la resolución

- 1) Sólo el decanato o director puede rectificar, en cualquier momento, los errores materiales que se detecten en sus acuerdos.
- 2) El decanato o la dirección del centro sólo puede modificar su resolución si supone una mejora para la persona interesada respecto de la situación anterior.
- 3) La rectificación se documenta añadiendo una diligencia en el expediente correspondiente, que tiene que firmar el decanato o el director del centro.

- 4) La modificación mencionada se documenta a través de una nueva resolución que contenga los aspectos que hay que modificar y la motivación por los que se lleva a cabo.

## ANEXO II: CÁLCULO DE LA CALIFICACIÓN PARA EL RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

1. La calificación de las asignaturas y de los módulos reconocidos será la media ponderada de la totalidad de los créditos reconocidos, y se calculará aplicando la formula siguiente:

$$CR = \frac{\Sigma(P \times Nm)}{Nt}$$

CR	=	nota media de los créditos reconocidos
P	=	puntuación de cada materia reconocida
Nm	=	número de créditos que integran la materia reconocida
Nt	=	número de créditos reconocidos en total

2. Cuando se trata de estudios de ámbitos afines, cada asignatura o módulo reconocido figura en el nuevo expediente académico con la calificación obtenida en origen. En caso de que dos o más asignaturas o módulos de los estudios anteriores sean reconocidos por una o más asignaturas o módulos de los estudios nuevos, se aplica la calificación que resulte de calcular la media ponderada de todas las asignaturas origen que se han tenido en cuenta en la relación origen-destino.
3. Cuando las calificaciones originales no estén expresadas en la escala del 0 al 10, se seguirán los criterios establecidos a continuación:

a) Calificaciones cualitativas: cuando en el expediente académico tan sólo se hace referencia a las calificaciones cualitativas se transforman en calificaciones numéricas, teniendo en cuenta la tabla de equivalencias siguiente:

Aprobado:	6,0
Notable:	8,0
Sobresaliente:	9,5
Matrícula de honor:	10,0

b) Calificaciones de sistemas educativos extranjeros: las calificaciones que figuren en el expediente académico previo que hayan sido conseguidas en sistemas educativos extranjeros tienen que ser adaptadas de acuerdo con la tabla de equivalencias de calificaciones extranjeras correspondiente, aprobada por la comisión delegada del Consejo de Gobierno con competencias sobre ordenación académica de los estudios de grado. En caso de que no haya tabla de equivalencia aprobada para un país o para una titulación, se tienen que aplicar los criterios siguientes:

- Si hay convenio de colaboración con una universidad del país de la universidad afectada, se aplica la calificación que determine el coordinador de intercambio.
- Si no hay convenio de colaboración, la comisión delegada del Consejo de Gobierno con competencias sobre ordenación académica de los estudios de grado resuelve las equivalencias que procedan.

## ANEXO III: INSTITUCIONES Y CERTIFICACIONES RECONOCIDAS

1. Las instituciones referidas en el artículo 21.2.b son las siguientes:

- a. Servicios o centros de lenguas de las universidades públicas y de las universidades privadas del sistema universitario catalán;
- b. Escuelas oficiales de idiomas;
- c. Institutos dependientes de organismos oficiales (British Council, Institut Français, Alliance Française, Goethe Institut, Istituto Italiano di Cultura, Instituto Camões, Instituto Confucio, etc.);

d. Instituto de Estudios Norteamericanos.

2. La escala de niveles del *Marco europeo común de referencia* (MERC) es el siguiente:

**Certificacions reconegudes de coneixements d'idiomes d'acord amb el MECR**

IDIOMES	CENTRES ACREDITADORS	A2 Usuari bàsic (Waystage)	B1 Usuari independent Llindar (Threshold)	B2 Usuari independent avançat (Vantage)	C1 Usuari experimentat amb domini funcional efectiu (Effective)	C2 Usuari experimentat (Mastery)
Alemany	ESCOLA OFICIAL D'IDIOMES (EOI)	Nivell bàsic	Nivell intermedi	Nivell avançat		
	UNIVERSITATS CATALANES (Centres acreditadors: Serveis de Llengües, EIM, Escola de Llengües de la UOC, etc.)	Certificat de nivell A2	Certificat de nivell B1	Certificat de nivell B2.1 Certificat de nivell B2.2		
	GOETHE INSTITUT	Start Deutsch 2	Zertifikat B1	Zertifikat B2	Zertifikat C1	Zentrale Oberstufenprüfung (ZOP) Kleines Deutsches Sprachdiplom (KDS)
Anglès	ESCOLA OFICIAL D'IDIOMES (EOI)	Nivell bàsic	Nivell intermedi	Nivell avançat		
	UNIVERSITATS CATALANES (Centres acreditadors: Serveis de Llengües, EIM, Escola de Llengües de la UOC, etc.)	Certificat de nivell A2	Certificat de nivell B1	Certificat de nivell B2.1 Certificat de nivell B2.2	Certificat de nivell C1	
	CAMBRIDGE ESOL	KET Key English Test	PET Preliminary English Test	FCE First Certificate in English	CAE Certificate in Advanced English	CPE Certificate of Proficiency in English
			BEC Preliminary (Business English Certificate)	BEC Vantage (Business English Certificate)	BEC Higher (Business English Certificate)	
				BULATS B2 (Business Language Testing Services)	BULATS C1 (Business Language Testing Services)	BULATS C2 (Business Language Testing Services)
				ICFE International Certificate in Financial English		
				ILEC International Legal English Certificate		
	CITY & GUILDS (abans Pitman Qualifications)				International ESOL Expert SETB (Spoken English Test for Business)	International ESOL Mastery
	TRINITY COLLEGE EXAMS	ISE 0 Integrated Skills in English 0	ISE I Integrated Skills in English I	ISE II Integrated Skills in English II	ISE III Integrated Skills in English III	ISE IV Integrated Skills in English IV
				GESE Grade 7, 8 i 9 Graded Examination in Spoken English Grade 7, 8 i 9	GESE - Grade 10, 11 Graded Examination in Spoken English - Grade 10, 11	GESE Grade 12 Graded Examination in Spoken English - Grade 12
	UNIVERSITY OF MICHIGAN ENGLISH LANGUAGE INSTITUTE			ECCE (Examination for the Certificate of Competence in English)		ECPE (Examination for the Certificate for the Proficiency in English)

**Certificacions reconegudes de coneixements d'idiomes d'acord amb el MECR**

IDIOMES	CENTRES ACREDITADORS	A2 Usuari bàsic (Waystage)	B1 Usuari independent Llindar (Threshold)	B2 Usuari independent avançat (Vantage)	C1 Usuari experimentat amb domini funcional efectiu (Effective)	C2 Usuari experimentat (Mastery)
Francès	ESCOLA OFICIAL D'IDIOMES (EOI)	Nivell bàsic	Nivell intermedi	Nivell avançat		
	UNIVERSITATS CATALANES (Centres acreditadors: Serveis de Llengües, EIM, Escola de Llengües de la UOC, etc.)	Certificat de nivell A2	Certificat de nivell B1	Certificat de nivell B2.1 Certificat de nivell B2.2		
	CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS		DFP Juridique B1	DFP Affaires B2	DFP Affaires C1	
			CFS (Certificat de Français du Secrétariat)			
			CFTH (Certificat de Français du Tourisme et de l'Hôtellerie)			
	MINISTÈRE FRANÇAIS DE L'ÉDUCATION NATIONALE (A través de centres diversos: Alliance Française, Institut Français, etc.)	DELF A2 Diplôme d'Études en Langue Française	DELF B1 Diplôme d'Études en Langue Française	DELF B2 Diplôme d'Études en Langue Française	DALF C1 Diplôme Approfondi de Langue Française	DALF C2 Diplôme Approfondi de Langue Française
Italià	ESCOLA OFICIAL D'IDIOMES (EOI)	Nivell bàsic	Nivell intermedi	Nivell avançat		
	UNIVERSITATS CATALANES (Centres acreditadors: Serveis de Llengües, EIM, Escola de Llengües de la UOC, etc.)	Certificat de nivell A2	Certificat de nivell B1	Certificat de nivell B2.1 Certificat de nivell B2.2		
	ISTITUTO ITALIANO DI CULTURA	CELI 1 Certificato di Conoscenza della Lingua Italiana - Livello 1	CELI 2 Certificato di Conoscenza della Lingua Italiana - Livello 2	CELI 3 Certificato di Conoscenza della Lingua Italiana - Livello 3	CELI 4 Certificato di Conoscenza della Lingua Italiana - Livello 4	CELI 5 Certificato di Conoscenza della Lingua Italiana - Livello 5
			DILI Diploma Intermedio di Lingua Italiana	DALI Diploma Avanzato di Lingua Italiana	DALC Diploma Commerciale di Lingua Italiana	

#### 4.5 Reconocimiento de títulos propios anteriores

No se han previsto

#### 4.6. Complementos formativos.

Los estudiantes con una formación previa en un ámbito diferente al de la comunicación, podrían necesitar cursar y superar algunos complementos formativos.

Los complementos formativos consistirán en asignaturas de grado del área de Comunicación Audiovisual y Publicidad. La Comisión de selección del máster establecerá, una vez analizados los estudios de grado de los estudiantes admitidos, los complementos formativos que deberá cursar cada uno de ellos, siempre que se considere necesario para acceder al máster. En ningún caso el total de los complementos de formación necesarios superarán los 12 créditos.

Los complementos de formación se determinarán y concretarán entre algunas de las siguientes asignaturas:

ASIGNATURA	CRÉDITOS
Teoría y Análisis de la Televisión	6 ECTS
Teoría y Análisis del Film	6 ECTS

Teoría y Análisis de la Radio	6 ECTS
Géneros Televisivos	6 ECTS
Géneros Cinematográficos	6 ECTS
Géneros Interactivos	6 ECTS
Géneros Publicitarios	6 ECTS
Teoría y Análisis de la Fotografía	6 ECTS
Teoría e Historia de la Comunicación Interactiva	6 ECTS
Géneros y formatos audiovisuales multimedia	6 ECTS
Estudios de audiencia y recepción	6 ECTS
Géneros Fotográficos	6 ECTS
Sistemas Publicitarios Contemporáneos	6 ECTS
Comunicación de las Organizaciones	6 ECTS

## 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

### 5.1. Estructura de las enseñanzas. Explicación general de la planificación del plan de estudios.

#### Descripción de la estructura del máster

El Máster Universitario en Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad consta de 60 créditos que se realizan en curso académico organizado en dos semestres.

Contiene 29 créditos obligatorios incluyendo el Trabajo de fin de Máster y 33 optativos, que permiten al alumno componer su propio perfil.

El máster tiene un doble perfil investigador y profesionalizador para lo cual se ha incluido un módulo de Prácticas Externas.

La Universitat Autònoma de Barcelona aprobó el Marco para la elaboración de los planes de estudios de másteres universitarios, en Comisión de Asuntos Académicos, delegada de Consejo de Gobierno, de 21 de marzo de 2006, modificado posteriormente en Comisión de Asuntos Académicos de 15 de abril de 2008, y en Consejo de Gobierno de 26 de enero de 2011 y 13 de julio de 2011.

En este documento se define el módulo como la unidad básica de formación, matrícula y evaluación, para todos los másteres de la Universidad.

Por todo ello, en la introducción del plan de estudios en el nuevo aplicativo RUCT, los módulos de los másteres de la UAB se introducirán en el apartado correspondiente a "Nivel 2", y a "Asignatura" (Nivel 3).

#### Resumen de los módulos y distribución en créditos ECTS a cursar por el estudiante

TIPO DE MÓDULO	ECTS
Obligatorios	21
Optativos	33
Trabajo de fin de Máster	6
ECTS TOTALES	60

#### Módulos y distribución por semestre

Módulo			ECTS Semestre		ECTS a cursar alumno	
Módulo	ECTS	Carácter	1r	2n	1r	2n
M1: Estrategias de investigación y estudios sobre el mercado	12	OB	12		12	
M2: Industrias, contenidos y recepción	9	OB	9		9	
M3: Industrias y Políticas	12	OT	4,5	7,5	9	15
M4: Tendencias en Contenidos Audiovisuales y Publicitarios	12	OT	4,5	7,5		
M5: Comunicación Interactiva y Redes Sociales	12	OT	4,5	7,5		



<b>M6: Estudios de audiencia, Testeo de Productos y Analítica Web</b>	12	OT	4,5	7,5		
<b>M7: Iniciación a la Investigación</b>	9	OT		9		9
<b>M8: Prácticas Externas</b>	9	OT		9		
<b>M9: Trabajo de fin de Máster</b>	6	OB		6		6
					30	30

A continuación se presenta una breve descripción de la oferta de módulos obligatorios y optativos a cursar durante el máster. La descripción detallada de cada módulo ofertado será presentada en el apartado 5.5. de la aplicación RUCT.

### **Módulos Obligatorios**

#### **MÓDULO 1: Estrategias de investigación y estudios sobre el mercado**

Créditos: 12 ECTS

Ob./1er Semestre

Este módulo pretende dotar del conocimiento específico de carácter metodológico aplicado a la investigación de contenidos audiovisuales y publicitarios, ofreciendo las bases del trabajo científico y de los estudios de mercado, y formar en los métodos y técnicas de investigación cuantitativas, cualitativas y experimentales.

#### **MÓDULO 2: Industrias, contenidos y recepción**

Créditos: 9 ECTS

Ob./1er Semestre

Este módulo pretende sentar las bases de investigación sobre los diferentes aspectos relacionados con los contenidos en la era digital, las industrias que los generan y los públicos que los consumen. Este saber transversal actuará como fundamento para la focalización en los diferentes aspectos que se profundizan en los módulos optativos.

#### **MÓDULO 9: Trabajo de Fin de Máster**

Créditos: 6 ECTS

Ob./2o. Semestre

Realización de un proyecto de investigación integral dentro de cualquier ámbito de las políticas, la industria, los mercados o la generación, producción, distribución y consumo de los contenidos audiovisuales y publicitarios

### **Módulos Optativos**

#### **MÓDULO 3: Industrias y Políticas**

Créditos: 12 ECTS

Ot./1er y 2o. Semestre

Este módulo profundiza en la transformación de las industrias audiovisuales y los sistemas publicitarios contemporáneos, así como las políticas de comunicación en el escenario de las transformaciones digitales

#### MÓDULO 4: Tendencias en Contenidos Audiovisuales y Publicitarios

Créditos: 12 ECTS

Ot./1er y 2o. Semestre

Este módulo profundiza en la investigación de las principales tendencias nacionales e internacionales en formatos audiovisuales y publicitarios que afectan a los contenidos en diferentes soportes, así como en las estrategias de programación.

#### MÓDULO 5: Comunicación interactiva y redes sociales

Créditos: 12 ECTS

Ot./1er y 2o. Semestre

Este módulo profundiza en el estudio, análisis y producción de contenidos interactivos en los diferentes soportes y formatos, su declinación *cross media* y la implementación de estrategias de comunicación en redes sociales.

#### MÓDULO 6: Estudios de Audiencia, Testeo de Productos y Analítica Web

Créditos: 12 ECTS

Ot./1er y 2o. Semestre

Este módulo profundiza en el conocimiento de las técnicas de estudios de audiencias, testeo de productos y analítica web para su aplicación en la creación y gestión de productos audiovisuales y publicitarios

#### MÓDULO 7: Iniciación a la investigación

Créditos: 9 ECTS

Ot./2o. Semestre

Este módulo pretende dotar de las herramientas concretas para el planteamiento de un proyecto de investigación científica, delimitar sus objetivos, identificar los métodos y fuentes apropiadas para cubrirlos y establecer el plan de trabajo.

#### MÓDULO 8: Prácticas Externas

Créditos: 9 ECTS

Ot./2o. Semestre

Este módulo permite aplicar los conocimientos adquiridos sobre la comunicación audiovisual y publicitaria en un entorno profesional con estancias supervisadas en empresas e instituciones

#### Distribución de competencias/módulos

	E01	E02	E03	E04	E05	T01	T02	T03	T04	T05	T06	CB06	CB07	CB08	CB09	CB10
M1		X			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
M2	X		X	X			X				X	X		X		X
M3	X	X	X	X			X			X		X		X	X	X
M4	X	X	X	X			X	X		X		X		X	X	
M5	X	X	X	X			X	X				X		X	X	
M6		X	X	X		X		X		X	X		X		X	X
M7		X			X		X	X	X	X	X	X	X	X		
M8			X			X		X		X	X		X		X	X
M9	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X			X	X	X

### **Prácticas externas**

Las prácticas externas constituyen el módulo 8, con un total de 9 créditos ECTS. La tipología de las empresas para la realización de estas prácticas contempla:

- Empresas radiofónicas
- Empresas televisivas
- Agencias de publicidad
- Agencias de planificación de medios
- Productoras audiovisuales
- Empresas de Internet
- Empresas de audiometría
- Empresas de analítica web
- Empresas de telecomunicación
- Órganos reguladores
- Departamentos de Comunicación de instituciones públicas y empresas
- Gestoras de servicios
- Consultorías
- Departamentos de I+D

Los alumnos se integrarán en el proceso productivo de estas corporaciones por un periodo de 210 horas bajo la supervisión de un tutor/a en la corporación y la tutoría de un profesor/a del Máster.

Para la evaluación de estas prácticas se requerirá un informe pautado por parte del supervisor/a en la empresa y una memoria de prácticas realizada por el alumno/a.

### **Tutorización y descripción del trabajo que el alumnado debe realizar en el marco del Trabajo de Fin de Máster**

El trabajo de Fin de Máster consiste en la realización de un proyecto de investigación integral dentro de cualquier ámbito de las políticas, la industria, los mercados o la generación, producción, distribución y consumo de los contenidos audiovisuales y publicitarios (se adjunta guía para la realización del Trabajo de Fin de Máster).

Los y las estudiantes deberán desarrollar el trabajo a partir de las pautas establecidas y de las tutorías académicas realizadas. Concretamente se realizan tres tutorías: la primera, trata de acotar el objeto de estudio propuesto por el o la estudiante y concreta la estrategia metodológica; la segunda, supervisa el proceso del plan de trabajo, el desarrollo del marco teórico y la estrategia de análisis; y la tercera, valora los resultados de la investigación y guía las conclusiones finales. Cada tutor podrá además establecer sesiones complementarias cuando el desarrollo del trabajo así lo requiera.

### **Sistema de coordinación docente y supervisión**

La coordinación general será llevada a cabo por la figura del/ de la coordinador/a del Máster, que junto a los/las coordinadores de cada módulo se reunirán periódicamente para evaluar los objetivos docentes planificados en el postgrado, así como para supervisar y velar por el buen funcionamiento organizativo. Se establecerán reuniones periódicas de coordinación (al inicio del curso, al final del primer cuatrimestre, al final del curso...) para garantizar el cumplimiento de los objetivos, el logro de las competencias y la gestión eficaz de la docencia. Los/las coordinadores/as de módulo

reunirán a los docentes de las diferentes materias para verificar el grado de consecución de los objetivos programados. Finalmente, el/la coordinador/a del Máster será la persona encargada de recibir y canalizar las propuestas de mejora, las sugerencias y las posibles reclamaciones del alumnado.

### **Evaluación y sistema de calificación**

Cada coordinador de módulo es responsable de la evaluación del mismo, en colaboración con los profesores participantes

El sistema de calificaciones que utiliza la UAB para todos sus estudios se ajusta y cumple las exigencias establecidas en el artículo 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional. La Normativa de reconocimiento y de transferencia de créditos de la UAB (aprobada por la Comisión de Asuntos Académicos, delegada del Consejo de Gobierno, el 15 de julio de 2008, modificada el 28 de julio de 2009 y por el Consejo de Gobierno, el 26 de enero de 2011), hace referencia al sistema de calificaciones que utiliza la UAB y se incluye en el apartado 4.4).

### **Acuerdo de la Comisión de Acceso y Asuntos Estudiantiles del Consejo Interuniversitario de Cataluña sobre la adaptación curricular a los estudiantes con discapacidad**

Para garantizar la igualdad de oportunidades de los estudiantes con discapacidad en el acceso al currículum, las universidades podrán realizar adaptaciones curriculares a los estudiantes con discapacidad, siempre y cuando se cumplan los siguientes requisitos:

1. El estudiante tenga reconocido por el organismo competente un grado de discapacidad igual o superior al 33%.
2. La adaptación curricular no podrá superar el 15% de los créditos totales.
3. Las competencias y contenidos adaptados han de ser equiparables a los previstos en el plan de estudios.
4. Al finalizar los estudios, el estudiante ha de haber superado el número total de créditos previstos en la correspondiente directriz que regula el título.
5. El organismo competente de la universidad tendrá que hacer un estudio de las características de la discapacidad del estudiante para proponer una adaptación curricular de acuerdo a sus características. De este estudio se derivará un informe sobre la propuesta de adaptación.
6. La resolución aceptando la adaptación curricular será regulada por la universidad y deberá firmarla el órgano competente que cada universidad determine.
7. Esta adaptación curricular se tendrá que especificar en el Suplemento Europeo del Título.

### **Protocolo de atención a las necesidades educativas especiales del estudiante con discapacidad**

El **Servicio de atención a la discapacidad**, el **PIUNE**, iniciativa de la Fundació Autònoma Solidària y sin vinculación orgánica con la UAB, es el responsable del

protocolo de atención a las necesidades educativas especiales del estudiante con discapacidad.

La atención a los estudiantes con discapacidad se rige por los principios de corresponsabilidad, equidad, autonomía, igualdad de oportunidades e inclusión.

La atención al estudiante con discapacidad sigue el *Protocolo de atención a las necesidades educativas especiales del estudiante con discapacidad*. El protocolo tiene como instrumento básico el *Plan de actuación individual* (PIA), donde se determinan las actuaciones que se realizarán para poder atender las necesidades del estudiante en los ámbitos académicos y pedagógicos, de movilidad y de acceso a la comunicación. En el plan se especifican los responsables de ejecutar las diferentes actuaciones y los participantes en las mismas, así como un cronograma de ejecución.

El protocolo de atención está estructurado en cuatro fases: 1) alta en el servicio; 2) elaboración del Plan de actuación individual (PIA); 3) ejecución del PIA, y 4) seguimiento y evaluación del PIA. A continuación detallamos brevemente las principales fases del proceso.

### **Alta en el servicio**

A partir de la petición del estudiante, se le asigna un técnico de referencia del servicio y se inicia el procedimiento de alta con la programación de una entrevista.

El objetivo de la entrevista es obtener los datos personales del estudiante, de su discapacidad, un informe social y de salud y una primera valoración de las necesidades personales, sociales y académicas derivadas de su discapacidad.

Durante la entrevista se informa al estudiante del carácter confidencial de la información que facilita y de que, según establece la *LO 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de datos de carácter personal*, los datos facilitados por el estudiante al PIUNE, en cualquier momento del proceso serán incorporados a un fichero de carácter personal que tiene como finalidad exclusiva mejorar la integración, adaptación, información, normalización, atención y apoyo a los estudiantes con discapacidad de la UAB. La entrega de estos datos es voluntaria por parte del interesado. El responsable del fichero es la Fundación Autónoma Solidaria. El interesado podrá ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición en la oficina del programa del PIUNE.

### **Elaboración del Plan de actuación individual**

#### Valoración de necesidades

Basándose en el análisis de necesidades identificadas en el proceso de alta y previo acuerdo con el estudiante, se le dirige a las diferentes unidades del servicio para determinar las actuaciones más adecuadas para atender esas necesidades.

Si es necesario, y en función de la actuación, se consensúa con el tutor académico del estudiante, o con las diferentes áreas y servicios que tendrán que participar en la ejecución de la actuación, la medida óptima propuesta, y en caso de no ser posible su implantación o de no serlo a corto plazo, se hace una propuesta alternativa.

### Unidad pedagógica

Desde la unidad pedagógica se valoran las necesidades educativas del estudiante y se proponen y consensuan con el estudiante y, en caso de ser necesario, con el tutor o profesor, las medidas que deberían introducirse. Algunas de estas medidas son:

- Entrega por avanzado del material de apoyo en el aula por parte del profesorado.
- Adaptaciones de los sistemas de evaluación: ampliación del tiempo de examen, priorización de algunos de los sistemas de evaluación, uso de un ordenador adaptado a la discapacidad para la realización de los exámenes, uso del lector de exámenes, producción del examen en formato alternativo accesible.
- Adaptaciones de la normativa de matriculación de acuerdo al ritmo de aprendizaje del estudiante con discapacidad.
- Planificación de tutorías académicas con el tutor.
- Asesoramiento sobre la introducción de nuevas metodologías pedagógicas para garantizar el acceso al currículo.
- Uso de recursos específicos en el aula para garantizar el acceso a la información y a la comunicación: frecuencias moduladas, pizarras digitales, sistemas de ampliación de prácticas de laboratorio

### Unidad de movilidad

Desde la unidad de movilidad se valoran las necesidades de movilidad y orientación, y se proponen las medidas que deben llevarse a cabo. Algunas de estas medidas son:

- Uso del transporte adaptado dentro del campus.
- Orientación a los estudiantes ciegos o con deficiencia visual en su trayecto usual durante la jornada académica dentro del campus.
- Identificación de puntos con accesibilidad o practicabilidad no óptimas a causa de la discapacidad o del medio de transporte utilizado por el estudiante en su trayecto habitual durante la jornada académica en el campus, y propuesta de solución: modificación de rampas que, según la legislación vigente, no sean practicables; introducción de puertas con abertura automática.
- Identificación de puntos críticos que puedan representar un peligro para la seguridad de los estudiantes con dificultades de movilidad o discapacidad visual, y propuesta de solución: cambio de color de elementos arquitectónicos; barandas de seguridad.
- Adaptaciones de baños: introducción de grúas.
- Descripción de las características de las aulas, lo que puede llevar a cambios de aulas por aquellas que mejor se adapten a las necesidades del estudiante con discapacidad.
- Adaptación del mobiliario del aula.

### Unidad tecnológica

Desde la unidad tecnológica se valoran las necesidades comunicativas y de acceso a la información, y se proponen posibles soluciones tecnológicas. Algunas de estas medidas son:

- Valoración técnica para identificar las tecnologías más adecuadas de acceso a la información a través de los equipos informáticos de uso personal.
- Entrenamiento en el uso de los recursos tecnológicos.
- Préstamo de recursos tecnológicos.

### Definición del Plan de actuación individual

Basándose en los informes de valoración de necesidades elaborados por las unidades específicas y en las medidas propuestas, el técnico de referencia del estudiante consensúa con él las actuaciones concretas que formarán parte de su PIA.

El técnico de referencia designa, en coordinación con los técnicos de las unidades y el estudiante, al responsable de la ejecución de cada una de las actuaciones, establece el calendario de ejecución y, si procede, una fecha de encuentro con el estudiante para valorar si la acción satisface la necesidad inicial. El estudiante puede ser responsable o participante activo de las acciones propuestas.

El proceso de valoración de las necesidades de un estudiante no es estático, sino que puede ir cambiando en función de la variabilidad de sus necesidades, derivadas de su discapacidad o de la progresión de sus estudios. Por eso puede ser necesaria una revisión, aconsejable como mínimo una vez al año, aunque pueda ser más frecuente, principalmente en el caso de estudiantes con enfermedades crónicas degenerativas.

El PIA contiene una programación de las sesiones de seguimiento y evaluación, y de revisión de las valoraciones.

#### Ejecución del Plan de actuación individual

Los responsables de la ejecución de cada actuación ponen en marcha las acciones que conforman el PIA en los plazos establecidos y en colaboración con el tutor académico del estudiante, y con las diferentes áreas y servicios de la UAB.

#### Seguimiento y evaluación del Plan de actuación individual

De acuerdo con la programación del PIA, se realizan las sesiones de seguimiento con el estudiante, y si procede, con el tutor académico, el profesorado y los responsables de las diferentes áreas y servicios de la UAB.

Las sesiones de seguimiento son dirigidas por el técnico de referencia.

Del seguimiento del PIA se puede derivar la introducción de nuevas medidas o la modificación de las medidas propuestas en el PIA original.

#### Calidad

El proceso va acompañado de un sistema de control de calidad que garantiza su correcta implantación y posibilita la introducción de medidas correctoras o de mejoras. Este sistema incluye encuestas de satisfacción por parte de los estudiantes y de los diferentes interlocutores del servicio.

El proceso, los procedimientos que se derivan de él y los diferentes recursos de recogida de datos están adecuadamente documentados.

## **5.2 Planificación y gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida**

### **Programas de movilidad**

La política de internacionalización que viene desarrollando la UAB ha dado pie a la participación en distintos programas de intercambio internacionales e incluye tanto movilidad de estudiantes como de profesorado.

Los principales programas de movilidad internacional son:

-Programa Erasmus

-Programa propio de intercambio de la UAB que comprende:

- Practicas con reconocimiento académico en países sudamericanos.
- Becas de cooperación con determinadas universidades.

- Estancias cortas de estudiantes en universidades europeas (distintos del programa Erasmus)

Así mismo, la universidad participa en otros programas educativos europeos que incorporan movilidad de estudiantes como Tempus, Alfa o Imageen, entre otros, y acoge gran número de estudiantes internacionales de postgrado procedentes de convocatorias de distintos organismos como Alban, AECID, Erasmus Mundus, etc.

### **Movilidad que se contempla en el título**

En este máster, de 60 ECTS a cursar en un único curso académico, no está prevista movilidad de estudiantes.

No obstante, si en el futuro se opta por la posibilidad de cursar algún módulo o parte de un módulo en otra universidad, con la que previamente se habrá establecido un convenio de colaboración, se aplicarán los mecanismos y acciones generales de la universidad que se describen a continuación.

### **Estructura de gestión de la movilidad**

#### **1. Estructura centralizada, unidades existentes:**

**Unidad de Gestión Erasmus.** Incluye la gestión de las acciones de movilidad definidas en el “Erasmus Program” dentro del Lifelong learning program. Implica la gestión de la movilidad de estudiantes, de personal académico y de PAS.

**Unidad de Gestión de otros Programas de Movilidad.** Gestión de los Programas Drac, Séneca, Propio y otros acuerdos específicos que impliquen movilidad o becas de personal de universidades.

**International Welcome Point.** Unidad encargada de la acogida de toda persona extranjera que venga a la universidad. Esta atención incluye, además de los temas legales que se deriven de la estancia en la UAB, actividades para la integración social y cultural.

#### **2. Estructura de gestión descentralizada**

Cada centro cuenta con un coordinador de intercambio, que es nombrado por el rector a propuesta del decano o director de centro. Y en el ámbito de gestión, son las gestiones académicas de los diferentes centros quienes realizan los trámites.

El coordinador de intercambio es el representante institucional y el interlocutor con otros centros y facultades (nacionales e internacionales) con respecto a las relaciones de su centro.

### **El sistema de reconocimiento y acumulación de créditos ECTS**

Previamente a cualquier acción de movilidad debe haber un contrato, compromiso o convenio establecido entre las universidades implicadas, donde queden recogidos los aspectos concretos de la colaboración entre ellas y las condiciones de la movilidad.

Todo estudiante que se desplaza a través de cualquiera de los programas de movilidad establecidos, lo hace amparado en el convenio firmado, en el que se prevén tanto sus obligaciones como estudiante como sus derechos y los compromisos que adquieren las instituciones participantes.



Cuando el estudiante conozca la universidad de destino de su programa de movilidad, con el asesoramiento del Coordinador de Intercambio del centro, estudiará la oferta académica de la universidad de destino. Antes del inicio del programa de movilidad debe definir su "Academic Plan" o el "Learning Agreement", donde consten las asignaturas a cursar en la universidad de destino y su equivalencia con las asignaturas de la UAB, para garantizar la transferencia de créditos de las asignaturas cursadas.

Una vez en la universidad de destino y después de que el estudiante haya formalizado su matrícula, se procederá a la revisión del "Academic Plan" para incorporar, si fuera necesario, alguna modificación.

Una vez finalizada la estancia del estudiante en la universidad de destino, ésta remitirá al Coordinador de Intercambio, una certificación oficial donde consten las asignaturas indicando tanto el número de ECTS como la evaluación final que haya obtenido el estudiante.

El Coordinador de Intercambio, con la ayuda de las tablas de equivalencias establecidas entre los diferentes sistemas de calificaciones de los diferentes países, determinará finalmente las calificaciones de las asignaturas de la UAB reconocidas.

El Coordinador de Intercambio es el encargado de la introducción de las calificaciones en las actas de evaluación correspondientes y de su posterior firma.

### 5.3 Descripción detallada de los módulos de enseñanza-aprendizaje de que consta el plan de estudios

Módulo 1: Estrategias de investigación y estudios sobre el mercado			
ECTS:	12	Carácter	OB
Idioma/s:	Castellano		
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan	1er. semestre
Descripción	Este módulo pretende dotar del conocimiento específico de carácter metodológico aplicado a la investigación de contenidos audiovisuales y publicitarios, ofreciendo las bases del trabajo científico y de los estudios de mercado, y formar en los métodos y técnicas de investigación cuantitativas, cualitativas y experimentales.		
	Bases del conocimiento científico para la estrategia metodológica Aproximación a las estrategias en la investigación de mercados Métodos y técnicas cuantitativas Métodos y técnicas cualitativas Introducción a la investigación experimental		
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas		
	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación	
	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio	
	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades	
	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo	
	Específicas y resultados de aprendizaje		
	E02	Seleccionar, diseñar y aplicar estrategias metodológicas de investigación científica en el estudio de la comunicación audiovisual y en el desarrollo de productos.	
	E02.01	Identificar y diferenciar las técnicas metodológicas	
	E02.02	Evaluar las distintas estrategias metodológicas para la investigación en comunicación audiovisual y publicitaria	
	E02.03	Definir y acotar un objeto de estudio	
	E02.04	Identificar y describir las etapas metodológicas de la investigación científica	
	E02.05	Distinguir los bases y estrategias para la investigación de mercados	
	E05	Elaborar, planificar, dirigir, coordinar y gestionar proyectos de investigación académicos y/o profesionales en el ámbito de la comunicación audiovisual y publicitaria siguiendo criterios de calidad, igualdad y responsabilidad ética y social	
	E05.01	Aprender a diseñar pre-proyectos de investigación	
	E05.02	Adecuar las fases de la investigación a las disponibilidades temporales de la investigación	
	E05.03	Valorar la importancia del conocimiento sobre los mercados en el diseño y desarrollo de los proyectos	
	E05.04	Presentar y defender los pre-proyectos creados	
	E05.05	Potenciar el trabajo en equipo en la gestión y desarrollo de la planificación de los proyectos	

	<b>Transversales</b>			
	T01	Trabajar y dirigir equipos interdisciplinarios en entornos diversos		
	T02	Planificar las tareas de acuerdo a los recursos humanos, instrumentales y temporales disponibles, siendo capaz de mejorar el rendimiento		
	T03	Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de habilidades operativas en el uso de las TIC		
	T04	Analizar los resultados de investigación para obtener nuevos productos o procesos, valorando su viabilidad industrial y comercial para su transferencia a la sociedad		
	T05	Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades y consecuencias que éstas conllevan		
	T06	Demostrar una actitud despierta, innovadora y analítica en relación con los interrogantes de investigación		
<b>Actividades formativas</b>		<b>Dirigidas</b>	<b>Supervisadas</b>	<b>Autónomas</b>
	<b>Horas</b>	75	75	150
	<b>% presencialidad</b>	<b>100%</b>	<b>10%</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	Clases magistrales Seminarios Lectura de artículos o informes de interés Estudio personal Presentación oral de trabajos Tutorías Elaboración de trabajos			
<b>Sistemas de evaluación</b>				<b>Peso Nota Final</b>
	Asistencia y participación activa en clase			10%
	Entrega de trabajos			70%
	Defensa oral de trabajos			20%
<b>Observaciones</b>				

Módulo 2: Industrias, Contenidos y Recepción			
ECTS:	9	Carácter	OB
Idioma/s:	Castellano		
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan	1er Semestre
Descripción	Este módulo pretende sentar las bases de investigación sobre los diferentes aspectos relacionados con los contenidos en la era digital, las industrias que los generan y los públicos que los consumen. Este saber transversal actuará como fundamento para la focalización en los diferentes aspectos que se profundizan en los módulos optativos.		
	Innovación y la convergencia tecnológica Las transformaciones de la industria audiovisual Los estudios sobre contenidos Los estudios sobre los públicos Los estudios desde una perspectiva de género		
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas		
	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación	
	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios	
	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo	
	Específicas y resultados de aprendizaje		
	E01	Identificar y comprender los principales fenómenos que inciden en las industrias, las políticas, los contenidos audiovisuales y publicitarios, así como en su recepción	
	E01.04	Describir los principales autores y sus teorías referidas a las industrias culturales y las políticas de comunicación	
	E01.05	Interpretar los autores/as más relevantes y sus aportaciones en relación a la innovación y transformación tecnológica a los contenidos audiovisuales y publicitarios	
	E01.06	Identificar los autores y sus aportaciones en relación a la recepción de mensajes audiovisuales y publicitarios	
	E01.07	Identificar los principales conceptos y aproximaciones epistemológicas referidas a las industrias culturales, las políticas de comunicación, la innovación y transformación tecnológica y los contenidos	
	E01.08	Interpretar los autores, las teorías y los conceptos relacionados con la recepción de mensajes audiovisuales y publicitarios	
	E03	Aplicar modelos validados de análisis de contenidos, de evaluación de políticas, de estudios de recepción y análisis de industrias del sector audiovisual y publicitario	
	E03.03	Proponer modelos de análisis teóricos en el campo del audiovisual para el estudio de casos concretos	
	E03.04	Debatir y proponer modelos teóricos propios capaces de analizar contenidos, políticas, recepción e industrias del sector audiovisual y publicitario	
	E04	Analizar críticamente las teorías y modelos analíticos de la comunicación audiovisual y publicitaria	
	E04.01	Identificar y evaluar las principales corrientes de pensamiento presentes en	

	el estudios relacionado con las distintas industrias culturales			
	<b>Transversales</b>			
	T02	Planificar las tareas de acuerdo a los recursos humanos, instrumentales y temporales disponibles, siendo capaz de mejorar el rendimiento		
	T06	Demostrar una actitud despierta, innovadora y analítica en relación con los interrogantes de investigación		
<b>Actividades formativas</b>		<b>Dirigidas</b>	<b>Supervisadas</b>	<b>Autónomas</b>
	<b>Horas</b>	56,25	56,25	112,5
	<b>% presencialidad</b>	<b>100%</b>	<b>10%</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	Clases magistrales Clases de resolución de casos Tutorías Lectura de artículos o informes de interés Estudio personal Presentación oral de trabajos			
<b>Sistemas de evaluación</b>				<b>Peso Nota Final</b>
	Asistencia y participación activa en clase			10%
	Entrega de trabajos			45%
	Prueba teórica			45%
<b>Observaciones</b>				

Módulo 3: Industrias y Políticas			
ECTS:	12	Carácter	OT
Idioma/s:	Castellano e Inglés		
Org. Temporal	Anual	Secuencia dentro del Plan	1er Semestre y 2º Semestre
Descripción	<p>Este módulo profundiza en la transformación de las industrias audiovisuales y las políticas de comunicación contemporáneas.</p> <p>Políticas de comunicación en un escenario digital.</p> <p>Tecnología y economía en el sistema audiovisual contemporáneo</p> <p>Gestión de empresas y del conocimiento en la sociedad digital</p> <p>Internet, redes sociales y su impacto en el sector audiovisual</p> <p>Los cambios en los sistema publicitarios contemporáneos</p>		
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas		
	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación	
	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios	
	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades	
	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo	
	Específicas y resultados de aprendizaje		
	E01	Identificar y comprender los principales fenómenos que inciden en las industrias, las políticas, los contenidos audiovisuales y publicitarios, así como en su recepción	
	E01.01	Analizar la incidencia de las dinámicas que intervienen en las industrias y políticas audiovisuales y publicitarias	
	E01.02	Analizar como las fuerzas económicas, políticas, tecnológicas y sociales inciden en el sector audiovisual y publicitario, incluyendo el impacto de Internet	
	E02	Seleccionar, diseñar y aplicar estrategias metodológicas de investigación científica en el estudio de la comunicación audiovisual y en el desarrollo de productos	
	E02.01	Seleccionar, diseñar y aplicar estrategias metodológicas de investigación científica en el campo de las industrias y políticas de la comunicación audiovisual	
	E03	Aplicar modelos validados de análisis de contenidos, de evaluación de políticas, de estudios de recepción y análisis de industrias del sector audiovisual y publicitario	
	E03.01	Aplicar modelos validados de evaluación de políticas, de tecnologías, de gestión, y de industrias del sector audiovisual y publicitario	
	E04	Analizar críticamente las teorías y modelos analíticos de la comunicación audiovisual y publicitaria	
	E04.01	Analizar de manera crítica las teorías y modelos de la comunicación audiovisual que se aplican para el análisis de las políticas, las industrias, las tecnologías y el impacto cultural y social del sector audiovisual	

	<b>Transversales</b>			
	T02	Planificar las tareas de acuerdo a los recursos humanos, instrumentales y temporales disponibles, siendo capaz de mejorar el rendimiento		
	T05	Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades y consecuencias que éstas conllevan		
<b>Actividades formativas</b>		<b>Dirigidas</b>	<b>Supervisadas</b>	<b>Autónomas</b>
	<b>Horas</b>	75	75	150
	<b>% presencialidad</b>	<b>100%</b>	<b>10%</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	Clases magistrales Clases de resolución de casos Seminarios Presentación oral de trabajos Tutorías Elaboración de trabajos Lectura de artículos o informes de interés			
<b>Sistemas de evaluación</b>				<b>Peso Nota Final</b>
	Asistencia y participación activa en clase			10%
	Entrega de trabajos			70%
	Defensa oral de trabajos			20%
<b>Observaciones</b>				

Módulo 4: Tendencias en Contenidos Audiovisuales y Publicitarios			
ECTS:	12	Carácter	OT
Idioma/s:	Castellano e Inglés		
Org. Temporal	Anual	Secuencia dentro del Plan	1er Semestre y 2º Semestre
Descripción	<p>Este módulo profundiza en la investigación de las principales tendencias en formatos y programación audiovisuales y publicitarios que afectan a los contenidos en diferentes soportes.</p> <p>Tendencias internacionales de programación televisiva Tendencias de programación radiofónica Tendencias del periodismo audiovisual Tendencias en formatos publicitarios y estrategias de inserción en televisión Tendencias de la ficción cinematográfica en la era digital Tendencias del documental contemporáneo</p>		
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas		
	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación	
	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios	
	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades	
	Específicas y resultados de aprendizaje		
	E01	Identificar y comprender los principales fenómenos que inciden en las industrias, las políticas, los contenidos audiovisuales y publicitarios, así como en su recepción	
	E01.01	Analizar la incidencia de las tendencias en los contenidos y formatos audiovisuales y publicitarios de los distintos soportes	
	E01.02	Analizar como inciden los contenidos, los formatos y la programación en el sector audiovisual y publicitario	
	E02	Seleccionar, diseñar y aplicar estrategias metodológicas de investigación científica en el estudio de la comunicación audiovisual y en el desarrollo de productos	
	E02.01	Seleccionar, diseñar y aplicar estrategias metodológicas de investigación científica en el campo de los contenidos, formatos y programación audiovisuales y publicitarios	
	E03	Aplicar modelos validados de análisis de contenidos, de evaluación de políticas, de estudios de recepción y análisis de industrias del sector audiovisual y publicitario	
	E03.01	Aplicar modelos validados de evaluación de contenidos del sector audiovisual y del publicitario	
	E04	Analizar críticamente las teorías y modelos analíticos de la comunicación audiovisual y publicitaria	
	E04.01	Analizar de manera crítica las teorías y modelos de la comunicación audiovisual que se aplican para el análisis de los contenidos y el impacto cultural y social del sector audiovisual	
	Transversales		
	T02	Planificar las tareas de acuerdo a los recursos humanos, instrumentales y temporales disponibles, siendo capaz de mejorar el rendimiento	



	T03	Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de habilidades operativas en el uso de las TIC		
	T05	Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades y consecuencias que éstas conllevan		
<b>Actividades formativas</b>		<b>Dirigidas</b>	<b>Supervisadas</b>	<b>Autónomas</b>
	<b>Horas</b>	75	75	150
	<b>% presencialidad</b>	<b>100%</b>	<b>10%</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	Clases magistrales Clases de resolución de casos Seminarios Presentación oral de trabajos Tutorías Elaboración de trabajos Lectura de artículos o informes de interés			
<b>Sistemas de evaluación</b>				<b>Peso Nota Final</b>
	Asistencia y participación activa en clase			10%
	Entrega de trabajos			70%
	Defensa oral de trabajos			20%
<b>Observaciones</b>				

Módulo 5: Comunicación Interactiva y Redes Sociales			
ECTS:	12	Carácter	OT
Idioma/s:	Castellano e Inglés		
Org. Temporal	Anual	Secuencia dentro del Plan	1er Semestre y 2º Semestre
Descripción	Este módulo profundiza en el estudio, análisis y producción de contenidos interactivos en los diferentes soportes y formatos , su declinación <i>cross media</i> y la implementación de estrategias de comunicación en redes sociales.		
	Aplicaciones interactivas multimedia Producción cross-media Publicidad Interactiva Infografía digital Estrategias de comunicación en redes sociales		
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas		
	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación	
	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios	
	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades	
	Específicas y resultados de aprendizaje		
	E01	Identificar y comprender los principales fenómenos que inciden en las industrias, las políticas, los contenidos audiovisuales y publicitarios, así como en su recepción	
	E01.01	Analizar la incidencia de las dinámicas que intervienen en la comunicación interactiva y las redes sociales	
	E01.02	Analizar la incidencia de la comunicación interactiva y las redes sociales en el sector audiovisual y publicitario	
	E02	Seleccionar, diseñar y aplicar estrategias metodológicas de investigación científica en el estudio de la comunicación audiovisual y en el desarrollo de productos	
	E02.01	Seleccionar, diseñar y aplicar estrategias metodológicas de investigación científica en el campo de la comunicación interactiva y las redes sociales	
	E03	Aplicar modelos validados de análisis de contenidos, de evaluación de políticas, de estudios de recepción y análisis de industrias del sector audiovisual y publicitario	
	E03.01	Aplicar modelos validados de evaluación de comunicación interactiva y redes sociales del sector audiovisual y publicitario	
	E04	Analizar críticamente las teorías y modelos analíticos de la comunicación audiovisual y publicitaria	
	E04.01	Analizar de manera crítica las teorías y modelos de la comunicación audiovisual que se aplican para el análisis de la comunicación interactiva y las redes sociales del sector audiovisual	
	Transversales		
	T02	Planificar las tareas de acuerdo a los recursos humanos, instrumentales y temporales disponibles, siendo capaz de mejorar el rendimiento	
	T03	Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de	

		habilidades operativas en el uso de las TIC		
Actividades formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas
	Horas	75	75	150
	% presencialidad	100%	10%	0%
Metodologías docentes	Clases magistrales Clases de resolución de casos Seminarios Presentación oral de trabajos Tutorías Elaboración de trabajos Lectura de artículos o informes de interés			
Sistemas de evaluación				Peso Nota Final
	Asistencia y participación activa en clase			10%
	Entrega de trabajos			70%
	Defensa oral de trabajos			20%
Observaciones				

Módulo 6: Estudios de Audiencia, Testeo de Productos y Analítica Web			
ECTS:	12	Carácter	OT
Idioma/s:	Castellano e Inglés		
Org. Temporal	Anual	Secuencia dentro del Plan	1er semestre y 2º semestre
Descripción	<p>Este módulo profundiza en el conocimiento de las técnicas de estudios de audiencias, testeo de productos y analítica web para su aplicación en la creación y gestión de productos audiovisuales y publicitarios</p> <p>Técnicas y sistemas de Estudios de Audiencia Técnicas y sistemas de analítica web Testeo de productos audiovisuales y publicitarios Aplicación del conocimiento de las audiencias en el diseño y gestión de los productos audiovisuales y publicitarios</p>		
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas		
	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio	
	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades	
	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo	
	Específicas y resultados de aprendizaje		
	E02	Seleccionar, diseñar y aplicar estrategias metodológicas de investigación científica en el estudio de la comunicación audiovisual y en el desarrollo de productos.	
	E02.01	Distinguir los diferentes sistemas de medición de audiencia de los productos audiovisuales y publicitarios	
	E02.02	Identificar los sistemas de analítica web	
	E02.03	Identificar y comparar las técnicas de testeo de productos audiovisuales y publicitarios	
	E03	Aplicar modelos validados de análisis de contenidos, de evaluación de políticas, de estudios de recepción y análisis de industrias del sector audiovisual y publicitario	
	E03.01	Aplicar los modelos de análisis de estudios de audiencia, analítica web y testeo de productos audiovisuales y publicitarios	
	E03.02	Aplicar el conocimiento de las audiencias en el diseño y gestión de productos audiovisuales y publicitarios	
	E04	Analizar críticamente las teorías y modelos analíticos de la comunicación audiovisual y publicitaria	
	E04.01	Analizar desde una perspectiva crítica los sistemas y técnicas de medición presentados	
	E04.02	Idear y planificar futuras estrategias a partir del análisis de los sistemas y técnicas presentados	
	Transversales		
	T01	Trabajar y dirigir equipos interdisciplinares en entornos diversos	
	T03	Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de habilidades operativas en el uso de las TIC	
	T05	Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades y consecuencias que	

		éstas conllevan		
	T06	Demostrar una actitud despierta, innovadora y analítica en relación con los interrogantes de investigación		
<b>Actividades Formativas</b>		<b>Dirigidas</b>	<b>Supervisadas</b>	<b>Autónomas</b>
	<b>Horas</b>	75	75	150
	<b>% presencialidad</b>	<b>100%</b>	<b>10%</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	Clases magistrales Clases de resolución de casos Seminarios Presentación oral de trabajos Tutorías Elaboración de trabajos Lectura de artículos o informes de interés			
<b>Sistemas de evaluación</b>				<b>Peso Nota Final</b>
	Asistencia y participación activa en clase			10%
	Entrega de trabajos			60%
	Defensa oral de trabajos			30%
<b>Observaciones</b>				

Módulo 7: Iniciación a la investigación				
ECTS:	9		Carácter	OT
Idioma/s:	Castellano			
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan	Curso 2º semestre	
Descripción	Este módulo pretende dotar de las herramientas concretas para el planteamiento de un proyecto de investigación científica, delimitar sus objetivos, identificar los métodos y fuentes apropiadas para cubrirlos y establecer el plan de trabajo.			
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas			
	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
	Específicas y resultados de aprendizaje			
	E02	Seleccionar, diseñar y aplicar estrategias metodológicas de investigación científica en el estudio de la comunicación audiovisual y en el desarrollo de productos		
	E02.01	Seleccionar las técnicas metodológicas adecuadas a un proyecto tipo		
	E02.02	Definir y acotar un objeto de estudio		
	E02.03	Establecer las etapas metodológicas de una investigación		
	E05	Elaborar, planificar, dirigir, coordinar y gestionar proyectos de investigación académicos y/o profesionales en el ámbito de la comunicación audiovisual y publicitaria siguiendo criterios de calidad, igualdad y responsabilidad ética y social		
	E05.01	Diseñar proyectos de investigación tipo		
	E05.02	Adecuar las fases de la investigación a las disponibilidades temporales de la investigación		
	E05.03	Presentar y defender los proyectos creados		
	Transversales			
	T02	Planificar las tareas de acuerdo a los recursos humanos, instrumentales y temporales disponibles, siendo capaz de mejorar el rendimiento		
	T03	Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de habilidades operativas en el uso de las TIC		
	T04	Analizar los resultados de investigación para obtener nuevos productos o procesos, valorando su viabilidad industrial y comercial para su transferencia a la sociedad		
	T05	Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades y consecuencias que éstas conllevan		
	T06	Demostrar una actitud despierta, innovadora y analítica en relación con los interrogantes de investigación		
	Actividades formativas		Dirigidas	Supervisadas
Horas		56,25	56,25	112,5
% presencialidad		100%	10%	0%
Metodologías docentes	Clases magistrales Seminarios			

	Lectura de artículos o informes de interés Estudio personal Presentación oral de trabajos Tutorías Elaboración de trabajos	
<b>Sistemas de evaluación</b>		<b>Peso Nota Final</b>
	Asistencia y participación activa en clase	10%
	Entrega de trabajos	60%
	Defensa oral de trabajos	30%
<b>Observaciones</b>		

Módulo 8: Prácticas Externas				
ECTS:	9		Carácter	OT
Idioma/s:	Castellano			
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan	2º semestre	
Descripción	Este módulo permite aplicar los conocimientos adquiridos sobre la comunicación audiovisual y publicitaria en un entorno profesional con estancias supervisadas en empresas e instituciones			
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas			
	CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo		
	Específicas y resultados de aprendizaje			
	E03	Aplicar modelos validados de análisis de contenidos, de evaluación de políticas, de estudios de recepción y análisis de industrias del sector audiovisual y publicitario		
	E03.01	Aplicar los modelos de análisis de estudios de audiencia, analítica web y testeo de productos audiovisuales y publicitarios		
	E03.02	Aplicar el conocimiento de las audiencias en el diseño y gestión de productos audiovisuales y publicitarios		
	E03.03	Aplicar modelos validados de evaluación de comunicación interactiva y redes sociales del sector audiovisual y publicitario		
	Transversales			
	T01	Trabajar y dirigir equipos interdisciplinares en entornos diversos		
	T03	Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de habilidades operativas en el uso de las TIC		
	T05	Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades y consecuencias que éstas conllevan		
	T06	Demostrar una actitud despierta, innovadora y analítica en relación con los interrogantes de investigación		
	Actividades formativas		Dirigidas	Supervisadas
Horas		5	210	10
% presencialidad		100%	10%	0%
Metodologías docentes	Seminarios Tutorías Elaboración de trabajos			
Sistemas de evaluación				Peso Nota Final
	Realización de prácticas			90%
	Entrega de trabajos			10%
Observaciones				



Módulo 9: Trabajo de Fin de Máster			
ECTS:	6	Carácter	OB
Idioma/s:	Castellano e Inglés		
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan	2º semestre
Descripción	Realización de un proyecto de investigación integral dentro de cualquier ámbito de las políticas, la industria, los mercados o la generación, producción, distribución y consumo de los contenidos audiovisuales y publicitarios		
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas		
	CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación	
	CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios	
	CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades	
	CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo	
	Específicas y resultados de aprendizaje		
	E01	Identificar y comprender los principales fenómenos que inciden en las industrias, las políticas, los contenidos audiovisuales y publicitarios, así como en su recepción	
	E01.01	Identificar y seleccionar el fenómeno sobre el que centrará su Trabajo de Fin de Master	
	E02	Seleccionar, diseñar y aplicar estrategias metodológicas de investigación científica en el estudio de la comunicación audiovisual y en el desarrollo de productos	
	E02.01	Seleccionar la metodología adecuada para cumplir con los objetivos marcados por el TFM	
	E03	Aplicar modelos validados de análisis de contenidos, de evaluación de políticas, de estudios de recepción y análisis de industrias del sector audiovisual y publicitario	
	E03.01	Aplicar modelos de análisis al fenómeno estudiado en el TFM	
	E04	Analizar críticamente las teorías y modelos analíticos de la comunicación audiovisual y publicitaria	
	E04.01	Determinar el modelo teórico y analítico desde el que se abordará el TFM	
	E05	Elaborar, planificar, dirigir, coordinar y gestionar proyectos de investigación académicos y/o profesionales en el ámbito de la comunicación audiovisual y publicitaria siguiendo criterios de calidad, igualdad y responsabilidad ética y social	
	E05.01	Establecer el cronograma y plan de trabajo del TFM	
	Transversales		
	T02	Planificar las tareas de acuerdo a los recursos humanos, instrumentales y temporales disponibles, siendo capaz de mejorar el rendimiento	
	T03	Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de habilidades operativas en el uso de las TIC	

	T04	Analizar los resultados de investigación para obtener nuevos productos o procesos, valorando su viabilidad industrial y comercial para su transferencia a la sociedad		
	T05	Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades y consecuencias que éstas conllevan		
	T06	Demostrar una actitud despierta, innovadora y analítica en relación con los interrogantes de investigación		
Actividades formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas
	Horas	3	27	120
	% presencialidad	100%	10%	0%
Metodologías docentes	Seminarios Tutorías Elaboración de trabajos Presentación oral de trabajos			
Sistemas de evaluación				Peso Nota Final
	Asistencia a tutorías			5%
	Entrega de trabajos			80%
	Defensa oral de trabajos			15%
Observaciones				

## 6. PERSONAL ACADÉMICO

### 6.1. Profesorado y otros recursos humanos necesarios y disponibles para llevar a cabo el plan de estudios propuesto. Incluir información sobre su adecuación.

El personal académico disponible para la coordinación e impartición de los módulos propuestos en el apartado 5.5 de la aplicación RUCT, se resume en la siguiente tabla:

#### Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad

Titulación	Acreditación*	Categoría	Dedicación	Área de conocimiento	Experiencia docente
Doctor en Ciencias de la Información		Catedrático	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	34 años
Doctora en Historia		Catedrática	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	30 años
Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Catedrático	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	15 años
Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	10 años
Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	15 años
Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	15 años
Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	13 años
Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	18 años
Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	25 años
Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	15 años
Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	13 años
Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	13 años
Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	20 años
Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	25 años
Doctor en Comunicación		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	25 años

Audiovisual y Publicidad					
Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	17 años
Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	17 años
Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	15 años
Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	15 años
Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	20 años
Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	20 años
Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad		Titular	T. completo	Comunicación Audiovisual y Publicidad	20 años

\* Solo para personal académico con contrato laboral con la UAB

La experiencia docente acumulada por el conjunto del profesorado es muy amplia. La enseñanza universitaria va desde 34 años acumulados por el profesor con mayor experiencia a 10 años el de menor. La media del cuerpo de profesores propuestos puede situarse alrededor de los 18 años de experiencia docente en cursos de postgrado o doctorado.

Por otra parte, una inmensa mayoría han realizado actividades de formación en postgrados o doctorados de otras universidades. Igualmente, se han efectuado docencias en universidades europeas y americanas. Algunos centros donde se han impartido docencia de Postgrado o doctorado: Universidad de Santiago, la Universidad del País Vasco y la Universitat Pompeu Fabra, Jaume I, Universidad de la Laguna, Universidad Rey Juan Carlos, Universidad de Carlos III, Universidad de Sevilla, Universidad de Málaga, Universidad Complutense, Universidad de la Coruña, Universidad Rovira y Virgili,...Además, dos catedráticos poseen experiencia en el diseño de programas docentes del mismo nivel en otras universidades como la Universidad de Santiago, Universidad de Sheffield o la Universidad Carlos III de Madrid.

### **Experiencia investigadora:**

La experiencia en investigación del grupo de los/as 22 profesores/as incluye un total de **35** tramos reconocidos, de los cuales 17 son vivos. En el periodo 2002-2011 el personal académico ha publicado 135 artículos, 98 capítulos de libro y 30 libros; y ha participado en 38 proyectos de I+D y en 110 convenios. El profesorado que forma parte del proyecto ha dirigido un total de 33 tesis en el período 2003-2011.

Como resultado de la actividad investigadora de los miembros del GRISS en este período, se recibió en 2009 el reconocimiento como Grupo de Investigación Consolidado por parte de la Agencia de Gestión de Ayudas Universitarias y de Investigación de la Generalitat de Catalunya (2009SGR1013) y también en el 2005 (2005SGR00846).

Entre los proyectos de I+D+I competitivos dirigidos por miembros del grupo destacan los siguientes:

Innovaciones programáticas y de inserción publicitaria en la TDT generalista europea

Período: 2010-2012

Financiación: Ministerio de Ciencia e Innovación

Investigador principal: Emili Prado

Entorno cross media: transformaciones organizativas y productivas en los grupos radiotelevisivos

Período: 2009-2011

Financiación: Ministerio de Ciencia e Innovación

Investigadora Principal: Rosa Franquet

Pluralismo y grupos de comunicación en España: la concentración de audiencias.

Período: 2008- 2011

Financiación: Ministerio de Ciencia e Innovación

Investigador principal: Carles Llorens

Radio y jóvenes. Problemática actual y tendencias de futuro.

Período: 2008 - 2009

Financiación: Asociación Catalana de la Radio

Josep Maria Martí y Xavier Ribes

Estudio de la programación de la TV digital: innovación en contenidos, formatos y técnicas de programación en la TDT

Período: 2006-2009

Financiación: Ministerio de Educación y Ciencia

Investigador principal: Emili Prado

Televisión interactiva en el entorno cross media: tipología de la oferta, los contenidos, los formatos y los servicios emergentes

Período: 2006-2009

Financiación: Ministerio de Educación y Ciencia

Investigadora principal: Rosa Franquet

La presencia del deporte femenino en la televisión pública catalana: TV3 y C33

Período: 2008-2009

Institut Català de les Dones

Investigadora principal: Natividad Ramajo

La imagen de los/las adolescentes en el prime time televisivo. Transmisión, consumo y recepción

Período: 2006-2008

Financiación: Instituto de la Mujer

Investigadora principal: Virginia Luzón

Entre los 110 convenios establecidos con empresas u organismos públicos destacamos los siguientes:

Indicators for for Independence and efficient functioning of audiovisual media services regulatory bodies for the purpose of enforcing the rules in the AVMS Directive

Período: 2010-2010

Financiación: Hans Bredow Institute for Media research

Mapping Digital Media: journalism, democracy and values  
 Período: 2010-2011  
 Financiación: Open Society Foundation  
 Open Society Media Program & Open Society Information Program

EUROTRENDS TV, Estudio de las tendencias televisivas en Europa  
 Período: 2007-2008  
 Financiación: TVE

Elaboración del libro de estilo de la Compañía de Radio e Televisión de Galicia  
 Período: 2008-2009  
 Financiación: CRTVG

Möbius: Tendencias en las aplicaciones Multimedia  
 Períodos: 2005-2008 y 2009-2012  
 Financiación: Banco Santander

Estudio sobre el futuro de la difusión radiofónica en soportes digitales  
 Período: 2008-2009  
 Financiación: Associació Catalana de Ràdio

Participación ciudadana y comunicación  
 Período: 2009  
 Financiación: Departament d'Interior, Relacions Institucionals i Participació

Trabajo de Investigación sobre Convergencia en el Sistema Audiovisual  
 Período: 2008-2010  
 Financiación: CAC

Desarrollo de servicios interactivos para la TDT  
 Período: 2006-2008  
 Financiación: Gestión y Control de las Ondas, SL

Indicators for media pluralism in the Member States — Towards a risk-based approach  
 Período: 2008-2009  
 Financiación: Katholieke Universiteit Leuven. Altres partnaires. Ernst & Young, Jönköping International University and Central University of Hungary

L'Observatori de la ràdio a Catalunya. Acr-l'obs  
 Período: 2006-2010  
 Financiación: Associació Catalana de Ràdio

Representación de las mujeres en los medios de comunicación  
 Período: 2006-2007  
 Financiación: Institut Català de les dones

Estudio sobre la Radio y los jóvenes  
 Período: 2008-2009  
 Financiación: Associació Catalana de Ràdio

Difusión del documental Universo extremo  
 Período: 2010-2010  
 Financiación: Asociación Española de Cine Científico y la FECYT

Veinte años de Investigación en Comunicación en Cataluña. Análisis de las revistas de la Societat Catalana de Comunicació (1989-2009)

Período: 2010-2011

Financiación: Institut d'Estudis Catalans

ExtraRadio

Período: 2009

Financiación: Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología

2007ARCS1/00117

Reflexiones sobre el entretenimiento interactivo.

Período: 2008

Financiación: Generalitat de Catalunya

Representación de las mujeres en los medios

Período: 2007

Financiación: Institut Català de les Dones

Diseño de contenidos y estudios de mercado para la TDT en Cataluña, Andalucía, Extremadura y Cantabria.

Período: 2006-2008

Financiación: Gestión y Control de las Ondas, SL

Social Networking Websites and the Olympic Movement

Período: 2010-2011

Financiación: International Olympic Committee

Estudios para la TDT del grupo Vocento en Asturias

Período: 2005

Financiación: Gestión y Control de las Ondas, SL

Estudio sobre análisis televisivo en Estados Unidos

Período: 2006

Financiación: Televisión Española, S.A

Estudio sobre análisis televisivo en Europa

Período: 2006

Financiación: Televisión Española, S.A

Desarrollo de servicios interactivos para la TDT

Período: 2006

Financiación: Gestión y Control de las Ondas, SL.

Ingeniería de contenidos y servicios digitales para el grupo Vocento

Período: 2005

Financiación: Gestión y Control de las Ondas, SL

Diseño de contenidos y estudios de mercado para la TDT en Cataluña, Andalucía, Extremadura y Cantabria.

Período: 2006

Financiación: Gestión y Control de las Ondas, SL

Informe pericial para Localia sobre el concurso de TDT en Madrid

Período: 2006

Financiación: Gestión y Control de las Ondas, SL.

Necesidades estadísticas del sector de la Comunicación en Cataluña

Período: 2005

Financiación: Departament de Presidència, Generalitat de Catalunya.

### Experiencia profesional:

La experiencia profesional se concreta en tres ámbitos en los que ha participado el personal académico: las actividades profesionales desarrolladas en la empresa libre, las actividades de transferencia del conocimiento a las industrias e instituciones del sector de la comunicación; y, finalmente, la participación del equipo en la gestión académica en cargo directivos y de coordinación.

En primer lugar, destaca la actividad profesional de miembros del equipo en diversas empresas, como son TV3, TVE, Grupo Z, Europa Press, Barça TV, Catalunya Ràdio, RNE, RTO, Barcelona 1250, Cadena SER, Cadena Catalana, Planeta, Santillana, Lavinia TV, Muf, entre otras. La experiencia profesional demostrada a partir de la transferencia de conocimiento en la industria y en instituciones ha estado presente en empresas u organismos, como el Grupo Prisa, Vocento, Planeta, CCRTV, RTVE, RAI, Consell de la Comunicació de Catalunya, entre muchas otras. Finalmente, la actividad generada en la gestión académica se detalla a partir de la participación tanto en cargos de dirección (decanos de facultad, director/a de departamento, vicedirectores/as de decanato y departamento, Dirección Sociedad Catalana de Comunicación, entre otros), y de coordinación (Coordinador de Grado del Centro, Coordinadora de Programa Oficial de Postgrado).

La experiencia profesional acumulada en la industria por parte de los profesores que intervendrán en la docencia del Máster supone un valor añadido en relación a los aspectos más profesionalizadores del Máster y una adecuación a los requerimientos específicos del mercado.

### Información adicional:

El grupo de investigación cuenta con un laboratorio propio, en el que se pueden encontrar equipos y software informático para realizar investigación cualitativa y cuantitativa en el ámbito de los contenidos. Cabe mencionar un sistema digital para la sintonización, grabación, reproducción y codificación de señales de tdt y satélite, una infraestructura de red para la gestión de dichos flujos y unas cabinas de discos de gran capacidad para su almacenamiento. También dispone de una estación de edición no-lineal con FinalCut, una mesa de mezclas de audio de 24 canales, 2 monitores de vídeo profesional, magnetoscopios y reproductores de varios formatos, 2 cámaras DV, 4 sintonizadores de satélite y varias capturadoras de vídeo. Además del profesorado disponible, el GRISS dispone de un técnico de laboratorio a tiempo a completo con carácter permanente para la puesta en marcha y mantenimiento de los equipos e infraestructuras destinadas a la investigación.

Gracias a la experiencia docente e investigadora aportada por el equipo que presenta esta propuesta, se dispone de todos los recursos humanos y materiales necesarios

### Resumen personal académico:

Categoría Académica	Acreditación	Dedicación	Número total de doctores	Número total de profesores
Catedráticos (3) Titulares (19)		T. completo T. completo	Total=22 (100%)	Total= 22



### Personal de administración y servicios

Personal de apoyo	Vinculación a la Universidad	Experiencia profesional	Dedicación laboral
Servicio de Informática y Multimedia	1 técnico responsable y 9 técnicos de apoyo	Todos poseen una amplia experiencia en la Universidad	Mantenimiento del <i>hardware</i> y <i>software</i> de las aulas de teoría, aulas de informática, seminarios y despachos del personal docente y del PAS
Administración del Centro	1 Administradora laboral, 1 secretaria y 1 administrativa de apoyo	Todos poseen una amplia experiencia en la Universidad	Apoyo al equipo decanal, gestión de las instalaciones, de los recursos de personal y del control presupuestario.
Gestión Académica	1 Gestora responsable y 11 administrativo/as de apoyo	Todos poseen una amplia experiencia en la Universidad	Gestión del expediente académico, plan docente, asesoramiento e información a docentes y alumnos/as los usuarios y control sobre la aplicación de las normativas académicas.
Gestión Económica	1 Gestora responsable y 1 administrativa de apoyo	Todos poseen una amplia experiencia en la Universidad	Gestión y control del ámbito económico y contable y asesoramiento a los usuarios.
Biblioteca	1 Bibliotecaria responsable, 1º bibliotecarios/as, 15 administrativos/as y 8 auxiliares de servicio	Todos poseen una amplia experiencia en la Universidad	Apoyo al estudio, a la docencia y a la investigación
Soporte Logístico y Punto de Información	1 técnico responsable y 7 personas de apoyo	Todos poseen una amplia experiencia en la Universidad	Soporte logístico y auxiliar a la docencia, la investigación y servicios.
Departamento de Comunicació Audiovisual i Publicitat	1 gestor y 1 administrativa	Todos poseen una amplia experiencia en la Universidad	Apoyo al equipo de dirección, al personal docente e investigador del departamento y alumnos vinculados al mismo
INCOM – Instituto de la Comunicación	1 técnico responsable, 1 gestor y 1 administrativo	Todos poseen una amplia experiencia en la Universidad	Investigación básica y aplicada, la formación especializada, la divulgación social de conocimientos y la prestación de servicios avanzados en el ámbito de la comunicación
CEOiE – Centro de Estudios Olímpicos y del Deporte	1 responsable 1 administrativo	Todos poseen una amplia experiencia en la Universidad	Investigación básica y aplicada, la formación especializada en Deporte, la divulgación social de conocimientos y la prestación de servicios avanzados en el ámbito de la comunicación y el deporte
Laboratorios docentes	1 responsable, 1 persona de apoyo	Todos poseen una amplia experiencia en la Universidad	Apoyo docente, servicio de préstamos de equipamiento, taller técnico, reparación y mantenimiento

### Previsión de personal académico y de personal de administración y servicios no disponibles actualmente

No se prevén recursos humanos adicionales a los que constan en el apartado anterior.

### Política de igualdad entre mujeres y hombres de la UAB

El Consejo de Gobierno de la Universitat Autònoma de Barcelona aprobó en su sesión del 9 de junio de 2008 el “Segundo plan de acción para la igualdad entre mujeres y hombres en la UAB. Cuadrienio 2008-2012”.

El segundo plan recoge las medidas de carácter permanente del plan anterior y las nuevas, las cuales se justifican por la experiencia adquirida en el diseño y aplicación del primer plan de igualdad y los cambios legales que introducen la Ley Orgánica de igualdad y la de reforma de la LOU aprobadas el año 2007.

En dicho plan se especifican las acciones necesarias para promover el acceso al trabajo y a la promoción profesional en igualdad de condiciones:

1. Garantizar que la normativa de la UAB relativa a los criterios de contratación, de evaluación de currícula y de proyectos de investigación no contenga elementos de discriminación indirecta.
2. Presentar desagregados por sexo los datos de aspirantes y de ganadores y ganadoras de las plazas convocadas por la Universidad, y de composición de las comisiones.
3. Velar por la igualdad en la composición de los tribunales de los concursos. Ante la elección de candidatos con méritos equivalentes, aplicar la acción positiva a favor del sexo menos representado.
4. En igualdad de méritos, incentivar la contratación o cambio de categoría del profesorado que represente al sexo infrarepresentado.
5. Priorizar, en la adjudicación del contrato, aquellas ofertas de empresas licitadoras que en situación de empate dispongan de un plan de igualdad hombre-mujer.
6. Estimular una presencia creciente de mujeres expertas en los proyectos de investigación internacionales hasta llegar al equilibrio.
7. Impulsar medidas para incentivar que las mujeres se presenten a las convocatorias para la evaluación de los méritos de investigación hasta llegar al equilibrio.
8. Recoger la información sobre eventuales situaciones de discriminación, acoso sexual o trato vejatorio en la UAB.
9. Incrementar el número de mujeres entre los expertos, conferenciantes e invitados a los actos institucionales de la UAB, las facultades y escuelas y los departamentos, así como en los doctorados honoris causa, hasta llegar al equilibrio.
10. Organizar jornadas de reflexión sobre los posibles obstáculos para la promoción profesional de las mujeres del personal académico de la UAB. Si procede, proponer medidas encaminadas a superarlos.
11. Elaborar un diagnóstico sobre las condiciones de promoción de las mujeres entre el personal de administración y servicios.
12. Nombrar una persona responsable del seguimiento de las políticas de igualdad, en los equipos de gobierno de centros o departamentos.
13. Nombrar una persona responsable del seguimiento de las políticas de igualdad, en los equipos de gobierno de centros o departamentos.
14. Estimular que las mujeres tituladas soliciten becas predoctorales y postdoctorales.

## 7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

### 7.1 Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles

#### Recursos materiales y servicios disponibles

La Facultad de Ciencias de la Comunicación es pionera desde 1971 en el Estado Español en la enseñanza de estudios de comunicación. Actualmente, la Facultad de Ciencias de la Comunicación dispone de la dotación suficiente de equipamientos y estructuras adecuadas que dan respuesta a los objetivos docentes y de investigación planteados en el ámbito de la Comunicación. Por tanto, se garantiza el desarrollo de todas las actividades formativas. En este sentido, cada una de las aulas convencionales, así como los seminarios, están dotadas de tecnología audiovisual. Las aulas informáticas disponen del equipamiento necesario y un amplio software unificado que permite el trabajo multidisciplinar y polivalente. Las aulas de edición audiovisual y los estudios de radio y televisión disponen del sistema Dalet y Ávid respectivamente. La Facultad también cuenta con espacios equipados para el tratamiento de la imagen, como platós y laboratorios de fotografía.

La Facultad de Ciencias de la Comunicación tiene planificada la reserva de espacios necesaria para la puesta en marcha de este Máster, así como de todos los recursos administrativos y humanos necesarios. La docencia del máster requerirá entre 3 o 4 de espacios docentes (aulas, seminarios, laboratorios, sala de grados) de los que dispone la Facultad de Ciencias de la Comunicación

En la Facultad conviven diferentes estudios de grado, de máster y estudios de doctorado, lo cual facilita colaboraciones y proyectos comunes y permite la optimización de recursos tanto de tipo espacial y materiales como humanos. Así pues, se pueden encontrar consignaciones de datos que, por atender de forma general a todas las titulaciones, se consideren repetidos.

- Aulas de docencia con equipamiento docente fijo: 14
- Seminarios con equipamiento docente fijo y conexión informática: 6 (15 y 30 personas de capacidad)
- Aulas de informática con equipamiento docente fijo: 9 integradas en la red de aulas de informática de la UAB
- Biblioteca : 1 – Integrada en el Servicio de Bibliotecas de la UAB
- Hemeroteca: 1
- Salas de estudio: 5
- Sala de Grados con equipamiento fijo: 1
- Sala de Juntas con equipamiento fijo: 1
- Aula Magna con equipamiento fijo: 1
- Salas de reuniones: 2
- Local de estudiantes: 1 con microondas y wifi
- Equipamiento específico: 3 platós de TV, 3 laboratorios de radio, 3 estudios de continuidad, 2 salas avid, 2 salas dalet, 2 laboratorios de fotografía, 2 platós de fotografía, 1 sala de proyección de fotografía, 1 sala de tutoría de fotografía
- Equipamiento específico portátil (material para préstamo a alumnos): 6 cámaras betacama+ trípode + baterías + micros; 9 minidvd + micro; 4 maletas de luz con 3 fotos + trípodes; 6 antorchas; 12 micrófonos de corbata; 3 micrófonos de cañón con percha; 7 micrófonos de mano; 7 minidiscos + micro; 2 grabadoras mp3; 4 trípodes de fotografía.

- Ordenadores para docencia: 283
- Equipamiento docente adicional portátil: 1 ordenador portátil; 1 cañón; 2 Radiocassete; 1 radiocassete con CD
- Servicio de reprografía y fotocopias - en la propia facultad disponemos de empresa concesionaria y 2 máquinas autoservicio
- Servicio de restauración: en la propia facultad disponemos de empresa concesionaria. bar con aforo para 180 personas
- Kiosco: servicio de prensa diaria, artículos de papelería y snacks
- Máquinas vending: 2 máquinas café, 2 máquinas bebidas, 2 máquinas snacks, 2 máquinas retorno botellas vacías, 2 fuentes de agua
- Red wifi.
- Todos los locales son accesibles para discapacitados. La Facultad está equipada con ascensores adaptados para desplazamiento entre los diferentes niveles y pasillos llanos. Rampas de acceso exterior.

### **Servicios generales**

La Facultat de Ciències de la Comunicació dispone de Servicios Informáticos de apoyo a la Docencia. Se dispone de acceso a Internet desde cualquier punto de la red de la universidad. Acceso Wi-Fi a la red de la universidad. Acceso a Internet para todos los usuarios y acceso a la red de la universidad para los usuarios de la UAB y de EDUROAM ([www.eduroam.es](http://www.eduroam.es)). Correo electrónico.

#### Aplicaciones de soporte a la docencia

Creación de la intranet de alumnos ([intranet.uab.cat](http://intranet.uab.cat))

Adaptación del campus virtual ([cv2008.uab.cat](http://cv2008.uab.cat)).

Creación de un depósito de documentos digitales ([ddd.uab.cat](http://ddd.uab.cat)).

Además, se han creado centros multimedia para contribuir a la creación de materiales docentes y servicios de apoyo a la docencia en las aulas convencionales y en las aulas informatizadas con software específico de ofimática, tratamiento y edición de textos, sonido e imagen.

## **BIBLIOTECA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y HEMEROTECA CENTRAL**

### **Carta de servicios de las bibliotecas de la UAB**

Para dar soporte al estudio, a la docencia y a la investigación, en las bibliotecas de la Universitat Autònoma de Barcelona disponemos de una dotación importante de recursos documentales, materiales y de personal preparado adecuadamente. Además, la Biblioteca posee además un centro adscrito, el Centro Documental de la Comunicación (CEDOC).

Todos estos recursos (más de un millón de documentos, seiscientas bases de datos, cincuenta mil colecciones de publicaciones periódicas, también en formato electrónico, cerca de cinco mil puestos de lectura, etc.), los organizamos para ofrecer los servicios que solicitan nuestros usuarios. Esta carta de servicios es un compromiso formal para garantizar la prestación de estos servicios con un nivel de calidad elevado. Periódicamente revisamos la carta de servicios, así como sus indicadores de calidad. Regularmente nos sometemos a auditorias y a controles internos y externos. De esto, son una prueba las diferentes acreditaciones de calidad conseguidas (ISO 9001, evaluación de la AQU, certificación de la ANECA, etc.).

- 1) Fondo documental  
Cuenta con 96.149 libros, la mayoría de los cuales están clasificados según la Clasificación Decimal Universal (CDU). Las principales materias son: comunicación, periodismo, publicidad, relaciones públicas, radio y televisión, cine, documentación y fotografía. Hay que destacar la amplia colección de obras de referencia, el fondo de biblioteconomía y la colección local UAB, es decir, los libros editados por la misma universidad.
- 2) Diarios y revistas  
En total la Biblioteca dispone de 8.017 colecciones de prensa e información general y 2.915 revistas especializadas de comunicación y documentación. Los últimos años de todas las publicaciones son de libre acceso, mientras que el resto permanece en los depósitos y hay pedirlos para consultarlos. La colección de prensa contiene: prensa extranjera, diarios regionales españoles, diarios de Barcelona y Madrid, prensa local y comarcal catalana, revistas de información general, tanto españolas como extranjeras, revistas editadas por la misma UAB, anuarios, y suplementos de diarios. Los formatos son muy variados: papel, microfilm, CD-ROM y documentos en línea.
- 3) Mediateca  
La Mediateca cuenta con un fondo de 21.546 documentos audiovisuales en múltiples formatos (vídeos, CD, DVD, casetes, etc.). La mayor parte de los documentos son de libre acceso y se pueden consultar, ya que la Mediateca dispone de los aparatos de visualización y reproducción adecuados. Desde los 20 ordenadores de la planta de la Mediateca se pueden consultar la televisión por Internet (Tv3alacarta), los CD-ROM locales, las bases de datos de la red UAB, el servidor de vídeo y audio digital, los DVD y los CD.
- 4) Equipamiento informático y audiovisual  
La Biblioteca dispone de 92 ordenadores destinados a los usuarios distribuidos por las diferentes salas de lectura, cabinas y salas de grupo y también 15 puntos de consulta de audiovisuales.
- 5) Reserva  
El fondo de reserva UAB consta de un fondo documental antiguo de temática general impreso entre los siglos XVI y XX.
- 6) Tesis doctorales  
La Biblioteca también es depositaria de los trabajos de investigación de los Departamentos adscritos y de todas las tesis doctorales leídas en la UAB.

Los servicios que ofrece la Biblioteca son los siguientes:

- a. Adquisición de documentos  
Este servicio se encarga de controlar y gestionar la adquisición del fondo documental.  
Los profesores y los alumnos pueden proponer nuevas adquisiciones documentales mediante los formularios de propuesta de compra que hay en los mostradores de Información y de Préstamo, y también en la página web de la biblioteca.
- b. Novedades bibliográficas  
Mensualmente se publicitan las novedades bibliográficas que se han incorporado a la biblioteca a través de la página web:  
<http://www.bib.uab.cat/comunica/novbib.htm>

c. Consulta y préstamo

Para localizar el fondo documental se consulta el Catálogo UAB, accesible desde los ordenadores de todas las plantas o desde cualquier otra biblioteca del campus y desde Internet en la dirección: <http://www.babel.uab.cat>

La Biblioteca dispone de los siguientes equipamientos:

- Salas de consulta: Hemeroteca, Biblioteca y Mediateca.
- Cabinas de trabajo: 9 cabinas individuales para profesores, alumnos de postgrado e investigadores visitantes y 5 cabinas dobles para alumnos de todos los ciclos formativos.
- Cabinas para discapacitados: 6 cabinas equipadas con aparatos adecuados de ser utilizados para personas con alguna deficiencia, sea física o sensorial
- Sala de estudio. Situada a la planta -1 con 91 plazas.
- Salas de trabajo en grupo. Hay 12 salas de trabajo en grupo destinadas a los estudiantes para hacer trabajos y reuniones en grupo
- Sala de postgrado: Sala equipada con 9 ordenadores destinada sólo a los alumnos de postgrado.
- Préstamo. Para los alumnos de 1r y 2n ciclo el préstamo es de hasta 6 documentos, los de 3r ciclo hasta 12 documentos, y los profesores hasta 35 documentos.

d. Acceso remoto

Acceso remoto a la colección de recursos digitales del Servicio de Bibliotecas en: <http://www.uab.cat/bib/trobador>. Los usuarios de la UAB pueden acudir a estos recursos desde casa a través del Servicio de Redes Privadas Virtuales.

e. Formación de usuarios

A principio de curso la Biblioteca organiza para los alumnos de 1r, el curso “Ven a conocer tu biblioteca”, que tiene como objetivo presentar la Biblioteca, enseñar el fondo documental de las diferentes secciones e informar de su funcionamiento y de los servicios que ofrece.

La Biblioteca también organiza cursos sobre bases de datos y el gestor de referencias bibliográficas Refworks y además ofrece la posibilidad de solicitar cursos específicos y visitas guiadas.

f. Información bibliográfica

En las 3 salas de lectura hay mostradores de información, donde el personal de la biblioteca ayuda al usuario en las búsquedas documentales y atiende sus necesidades de información.

g. Página Web

La información general sobre la biblioteca: horarios, distribución de espacios, servicios que se ofrecen, recopilación de recursos temáticos en línea, etc.

h. Obtención de documentos

Este servicio está a disposición de los usuarios que deseen solicitar documentos a otras bibliotecas cuando el documento solicitado no está disponible en la UAB.

i. Reproducciones e impresión de documentos

Las 3 salas de lectura de la biblioteca disponen de fotocopadoras e impresoras de autoservicio. Además en la sala de la Hemeroteca, se ubica el Servicio de Reprografía de la empresa OCE que realiza los encargos del profesorado.

- j. Microformas  
En la sala de la Hemeroteca hay una importante colección de microformas, la mayoría de diarios antiguos, y de los aparatos lectores-reproductores necesarios para consultarlas.
- k. Préstamo de ordenadores portátiles  
Se prestan ordenadores portátiles a los usuarios por un periodo máximo de un día para utilizar dentro de la Biblioteca.
- l. Red sin hilos  
Todas las plantas disponen de acceso a Internet y a los recursos de la red UAB.

#### Centro documental de la Comunicación (CEDOC)

Reúne documentos para el análisis de la situación política contemporánea de Catalunya y España. Hay material de más de 300 partidos políticos, sindicatos, movimientos de jóvenes, de vecinos, ONG y organizaciones municipales. El centro cuenta con documentos de campañas electorales locales, autonómicas, generales, del Parlamento Europeo y referéndums. El fondo documental del CEDOC está formado por 10.445 libros y folletos, 8.329 revistas y una importante colección de carteles de propaganda política.

#### Red de Bibliotecas de la UAB: Red de servicios

Los alumnos de la UAB tienen acceso a las red de bibliotecas de la UAB.

La Universitat Autònoma de Barcelona, para apoyar el estudio, la docencia y la investigación, dispone de una dotación importante de recursos documentales, materiales y de personal preparado adecuadamente.

Todos estos recursos (más de un millón de documentos, seiscientas bases de datos, cincuenta mil colecciones de publicaciones periódicas, también en formato electrónico, cerca de cinco mil puestos de lectura, etc.), se organizan para ofrecer los servicios que solicitan los usuarios. Esta carta de servicios es un compromiso formal para garantizar la prestación de estos servicios con un nivel de calidad elevado. Periódicamente revisamos la carta de servicios, así como sus indicadores de calidad. Regularmente nos sometemos a auditorias y a controles internos y externos. De esto, son una prueba las diferentes acreditaciones de calidad conseguidas (ISO 9001, evaluación de la AQU, certificación de la ANECA, etc.).

La red de Bibliotecas de la UAB ofrece los siguientes servicios:

- Consulta del fondo documental necesario para el aprendizaje y la investigación.
- Espacios y equipamientos para el trabajo individual o en grupo, salas de formación y equipamientos para la reproducción del fondo documental.
- Atención a las consultas e información con personal especializado en cuestiones documentales.
- Préstamo domiciliario de la mayor parte del fondo documental.
- Obtención de documentos que no están en las bibliotecas de la UAB.
- Formación para conocer los servicios, los recursos y los espacios de las bibliotecas y sacar el mejor rendimiento.
- Adquisición de fondo bibliográfico y documental para las bibliotecas de la UAB, también a partir de vuestras peticiones.

- Acceso remoto a una amplia colección de recursos digitales.  
<http://www.bib.uab.cat>

El Servei de Biblioteques de la UAB tiene, desde el año 2000, la certificación ISO 9001, que cualifica los estándares de calidad de nuestro servicio y garantiza el logro de estos compromisos:

- Resolver de manera personalizada las consultas en el mostrador, por correo electrónico o por teléfono, sobre el fondo y los servicios de las bibliotecas.
- Garantizar el acceso a la bibliografía básica que ha sido facilitada por los profesores y contestamos a vuestras propuestas de compras.
- Informar mensualmente de las nuevas adquisiciones en la web.
- Poner a disposición de los usuarios los documentos de bibliotecas de otros campus (Bellaterra, Sabadell o unidades docentes hospitalarias).
- Responder a todas las quejas, consultas o sugerencias que los usuarios formulen en el buzón institucional, por teléfono o en *UAB Digueu*.
- Ofrecer cursos de formación personalizados según la demanda. Los profesores pueden pedir a la biblioteca cursos a medida sobre recursos de información para sus alumnos.
- Disponer del material solicitado para préstamo interbibliotecario a las bibliotecas externas a la UAB en un plazo medio de once días.
- Avisar de los cambios y de las novedades programadas en la prestación de los servicios mediante carteles y/o la Web, con una antelación mínima de cinco días.
- Mantener la Web permanentemente actualizada con contenidos de interés para la comunidad universitaria.

### **Mecanismos de revisión y mantenimiento**

La revisión y mantenimiento del edificio de la Facultat de Ciències de la Comunicació, del material docente y de los servicios de la Facultat, incluyendo su actualización, se realizan a varios niveles:

En los reglamentos correspondientes de la Facultat y de la Biblioteca y Hemeroteca de Ciencias de la Comunicación, se establecen las siguientes comisiones que se encargan de las adquisiciones de los fondos bibliográficos, la revisión y el mantenimiento en el edificio, mantenimiento y renovación informáticas y de nuevas tecnologías en general:

#### Comisiones delegadas de la Junta de Facultat:

- **Comisión Coordinadora**  
Está formada por representantes de los diversos departamentos y de todos los estamentos de la Junta (profesores, PAS y estudiantes) y presidida por el Decano asistido por el Secretario Académico y la Administradora de Centro. Su función es la de hacer un seguimiento de los temas de carácter urgente cuando no sea posible convocar la Junta de Facultat.
- **Comisión de Economía, y Servicios**  
Está formada por la Administración de Centro, representantes de todos los departamentos de la Facultat, coordinadores docentes de servicios, estudiantes de la Junta y presidida por la Vicedecana de Economía y Servicios. Su función es la de preparar, debatir, y proponer los asuntos pertinentes relacionados con la actividad económica, los servicios, las infraestructuras y los equipamientos de la Facultat.



- **Comisión de Docencia y Estudios**  
Está formada por representantes de los diversos departamentos y de todos los estamentos de la Junta (profesores, PAS y estudiantes) y presidida por el Vicedecano de Docencia y Estudios. Su función es la de preparar, debatir y proponer cualquier asunto relacionado con la docencia, la ordenación académica y estudios.
- **Comisión de Intercambios**  
Está formada por el Coordinador y Tutores de Intercambios, Coordinadores de Titulación, representantes de los estudiantes de la Comisión de Docencia y PAS y presidida por el Vicedecano de Docencia y Estudios. Su función es la de acordar las políticas, programas y actividades de intercambios y realizar el seguimiento de los intercambios de estudiantes
- **Comisión de Biblioteca**  
Está formada por representantes de los Departamentos, estudiantes de la Junta de Facultad, el/la director/a del servicio de bibliotecas, responsable y miembros del PAS de la Biblioteca y Hemeroteca de la Comunicación, Administradora de Centro, coordinadora de la Biblioteca y presidida por la Vicedecana de Economía y Servicios. Su función es coordinar el fondo bibliográfico, aprobar las nuevas adquisiciones, desarrollar y coordinar la implementación de nuevas tecnologías y velar por las buenas praxis de los usuarios.

A parte de estas comisiones, la Facultad anualmente realiza un Plan Renovi para las aulas de informática y la tecnología de radio y televisión.

#### Servicios Centrales de la Universidad

La Unidad de Infraestructuras y de Mantenimiento de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) está formada por 10 técnicos, 7 de personal fijo laboral y 3 externos.

Sus funciones principales son: 1) Garantizar el funcionamiento correcto de las instalaciones, infraestructura y urbanización del campus; y 2) Dirigir y supervisar las mejoras a efectuar en las infraestructuras de la UAB.

Estas funciones se desarrollan mediante las diversas empresas concesionarias de los servicios de mantenimiento con presencia permanente en el campus (5 empresas de 80 trabajadores), y otras con presencia puntual (25 empresas).

Entre las funciones de las empresas de mantenimiento con presencia permanente están:

- Mantenimiento de electricidad (baja tensión)
- Mantenimiento de calefacción, climatización, agua y gas
- Mantenimiento de obra civil: albañil, carpintero, cerrajero y pintor
- Mantenimiento de jardinería
- Mantenimiento de teléfonos

Entre las funciones de las empresas de mantenimiento con presencia puntual están:

- Mantenimiento de instalaciones contra incendios
- Mantenimiento de pararrayos
- Mantenimiento de estaciones transformadoras ( media tensión)

- Mantenimiento de aire comprimido
- Mantenimiento de grupos electrógenos
- Mantenimiento de barreras de parking
- Mantenimiento de cristales
- Mantenimiento de ascensores (80 unidades)
- Desratización y desinsectación

### **Accesibilidad de los espacios**

La UAB garantiza que todos los estudiantes, independientemente de su discapacidad y de las necesidades especiales que de ella se derivan, puedan realizar los estudios en igualdad de condiciones que el resto de estudiantes.

La Junta de Gobierno de la Universitat Autònoma de Barcelona aprobó el 18 de noviembre de 1999 el Reglamento de igualdad de oportunidades para las personas con necesidades especiales, que regula las actuaciones de la universidad en materia de discapacidad. El reglamento pretende conseguir el efectivo cumplimiento del principio de igualdad en sus centros docentes y en todas las instalaciones propias, adscritas o vinculadas a la UAB, así como en los servicios que se proporcionan.

Para ello se inspira en los criterios de accesibilidad universal y diseño para todos según lo dispuesto en la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad que se extiende a los siguientes ámbitos:

- El acceso efectivo a la universidad a través de los diversos medios de transporte
- La libre movilidad en los diferentes edificios e instalaciones de los campus de la UAB
- La accesibilidad y adaptabilidad de los espacios: aulas, seminarios, bibliotecas, laboratorios, salas de estudio, salas de actos, servicios de restauración, residencia universitaria
- El acceso a la información, especialmente la académica, proporcionando material accesible a las diferentes discapacidades y garantizando la accesibilidad de los espacios virtuales.
- El acceso a las nuevas tecnologías con equipos informáticos y recursos técnicos adaptados

La UAB se ha dotado de planes de actuación plurianuales para seguir avanzando en estos objetivos.

## **7.2 Previsión de adquisición de los recursos materiales y servicios necesarios.**

En la actualidad, la Facultad de Ciencias de la Comunicación dispone de todos los recursos materiales y servicios clave para la impartición del Máster que se propone. No obstante, la Comisión de Economía y Servicios de la Facultad es la encargada de velar y proponer las actuaciones, a realizar en las infraestructuras, que pudieran ser necesarias en un futuro.

## 8. RESULTADOS PREVISTOS

### 8.1. Valores cuantitativos estimados para los indicadores y su justificación.

Del máster universitario que extingue esta nueva propuesta, Investigación en Contenidos en la Era Digital, disponemos de pocos indicadores dado implantación en el curso académico 2009-10:

	09/10	10/11
<b>TASA DE GRADUACIÓN</b>	<b>91%</b>	<b>74%</b>
<b>TASA DE ABANDONO</b>	<b>9%</b>	<b>-</b>
<b>TASA DE EFICIENCIA</b>	<b>100%</b>	<b>97%</b>

En función de la experiencia precedente y los datos disponibles para el conjunto de másteres de la universidad, se puede proyectar la siguiente previsión

<b>TASA DE GRADUACIÓN</b>	<b>85</b>
<b>TASA DE ABANDONO</b>	<b>10</b>
<b>TASA DE EFICIENCIA</b>	<b>95</b>

### 8.2 Progreso y resultados de aprendizaje

#### PROCEDIMIENTO DE LA UNIVERSIDAD PARA VALORAR EL PROGRESO Y LOS RESULTADOS DEL APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES EN TÉRMINOS DE ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS

La docencia de calidad debe disponer de procedimientos para verificar el cumplimiento del objetivo de ésta, esto es, la adquisición por parte del estudiante de las competencias definidas en la titulación. La universidad aborda esta cuestión desde dos perspectivas:

1. El aseguramiento de la adquisición de competencias por parte del estudiantado mediante un sistema de evaluación adecuado y acorde con los nuevos planteamientos de los programas formativos, y
2. El análisis de la visión que tienen de las competencias adquiridas los propios estudiantes, los profesores y los profesionales externos a la universidad que a lo largo del programa formativo puedan haber tenido un contacto directo con el estudiante.

Por lo que se refiere al punto 1, la universidad dispone de una normativa de evaluación actualizada<sup>1</sup> que fija unas directrices generales que garantizan la coherencia de los sistemas de evaluación utilizados en todas sus titulaciones con los objetivos de las mismas, su objetividad y su transparencia. Como principio general, esta normativa cede al Centro (Facultad o Escuela), a través de su Comisión de Evaluación, la potestad de establecer los criterios y pautas de evaluación para todas sus titulaciones.

El punto 2 se aborda desde la perspectiva de encuestas a los recién egresados, foros de discusión de profesores y estudiantes a nivel de cada titulación, reuniones periódicas con los tutores de prácticas externas (si las hay) y la eventual incorporación

<sup>1</sup> Normativa d'avaluació en el estudis de la UAB. Aprobada en Consejo de Gobierno de 17.11.2010.

de profesionales externos a la universidad en los tribunales de evaluación de los trabajos fin de máster.

Los procedimientos para el seguimiento de la adquisición de competencias por parte de los estudiantes de la titulación se hallan recogidos en los procesos PC5 (Evaluación del estudiante) y PC7 (Seguimiento, evaluación y mejora de las titulaciones) del Manual del Sistema de Calidad de la UAB. En este apartado recogemos los puntos fundamentales del seguimiento de la adquisición de competencias: (1) Qué evidencias sobre la adquisición de competencias se recogen, (2) cómo se analizan y se generan propuestas de mejora y (3) quienes son los responsables de la recogida, análisis e implementación de mejoras en caso necesario.

### 8.2.1. RECOGIDA DE EVIDENCIAS:

#### 1. Aseguramiento de la adquisición de competencias por parte del estudiantado.

En este punto, la recogida de evidencias se ataca desde la perspectiva de los módulos<sup>1</sup>. En cada módulo se garantiza la adquisición de las competencias correspondientes a través de las actividades de evaluación programadas.

Es responsabilidad del equipo de Coordinación de la titulación, con la colaboración de los departamentos y el Centro, definir la estrategia que se utilizará para evaluar la adquisición de las competencias por parte del estudiante, de acuerdo con la normativa de la UAB y los criterios generales establecidos por el Centro, y velar por que así se realice. Las competencias asociadas a cada asignatura y la estrategia de evaluación de las mismas quedan reflejadas, con carácter público, en la Guía Docente de la asignatura, que a su vez es validada por el Centro.

Es responsabilidad del equipo docente del módulo definir la estrategia de evaluación que se seguirá para evaluar a los estudiantes, que debe adecuarse a la definición de competencias y resultados de aprendizaje que define al módulo en la memoria acreditada a la normativa de evaluación de la UAB y a los criterios generales establecidos por el Centro, realizar dicha evaluación, informar a los estudiantes de los resultados obtenidos, y analizar los resultados, comparándolos con los esperados y estableciendo medidas de mejora en el desarrollo de la asignatura cuando se estime conveniente. La estrategia de evaluación del estudiante en cada módulo queda reflejada, con carácter público, en la correspondiente Guía Docente.

**Evidencias:** Son evidencias de la adquisición de las competencias a este nivel:

- a) Las propias pruebas y actividades de evaluación (la normativa de evaluación regula la custodia de pruebas),
- b) Los indicadores de resultados académicos (rendimiento de las asignaturas, distribución de las calificaciones en cada una de las asignaturas, porcentaje de estudiantes no-presentados, abandonos, etc.), y
- c) Las consultas a profesores y estudiantes sobre su grado de satisfacción con las estrategias de evaluación de la titulación.

#### 2. Análisis de la visión de los diferentes colectivos sobre el grado de adquisición de competencias por parte de los estudiantes.

Visión de los estudiantes:

---

<sup>1</sup> Las asignaturas de los Másteres en la UAB reciben el nombre de módulos

El proceso PS6 -Satisfacción de los grupos de interés- regula la administración de la encuesta a recién egresados, que se pasa a los estudiantes cuando solicitan su título

Visión de los profesores:

Los profesores tienen en las reuniones de seguimiento de la titulación el foro adecuado para discutir su visión del nivel de adquisición de competencias por parte de sus estudiantes.

Visión de profesionales externos a la titulación y/o a la universidad:

Las prácticas profesionales (si las hay), el Trabajo Fin de Máster y otros espacios docentes similares son los lugares más adecuados para realizar esta valoración puesto que recogen un número significativo de competencias de la titulación a la vez que suponen en muchos casos la participación de personal ajeno a la titulación y/o al Centro y/o a la universidad. El seguimiento del estudiante por parte del tutor o tutores en estos espacios de aprendizaje es mucho más individualizado que en cualquier otra asignatura, de modo que éstos pueden llegar a conocer significativamente bien el nivel de competencia del estudiante.

Es responsabilidad del equipo de Coordinación de la titulación, con el soporte de los Centros, definir estrategias de consulta entre los tutores internos (profesores) y externos (profesionales, investigadores, etc.) de las prácticas externas, trabajos fin de máster y similares.

La universidad recomienda fuertemente la inclusión en los tribunales de evaluación del Trabajo Fin de Máster, dentro de las capacidades propias de la titulación, de profesionales externos a la misma, sobre todo en aquellos Másters que no disponen de prácticas externas.

**Evidencias:** Así pues, son evidencias de la adquisición de las competencias a este nivel:

- a) La documentación generada en las consultas a los tutores internos y externos y en la evaluación de los Trabajos Fin de Máster, y
- b) Los resultados de la encuesta a recién graduados.

### 8.2.2. ANÁLISIS DE LAS EVIDENCIAS:

El equipo de coordinación de la titulación, a través del proceso de seguimiento PC7 definido en el Sistema Interno de Calidad, analiza periódicamente la adecuación de las actividades de evaluación a los objetivos de la titulación de acuerdo con las evidencias recogidas, proponiendo nuevas estrategias de evaluación cuando se consideren necesarias.

### 8.2.3. RESPONSABLES DE LA RECOGIDA DE EVIDENCIAS Y DE SU ANÁLISIS:

Recogida de evidencias:

1. Pruebas y actividades de evaluación: El profesor responsable del módulo, de acuerdo con la normativa de custodia de pruebas de la universidad,
2. Indicadores de resultados académicos: Estos indicadores se guardan en la base de datos de la universidad y los aplicativos informáticos propios del sistema de seguimiento de las titulaciones.

3. Consultas a profesores y estudiantes sobre su grado de satisfacción con las estrategias de evaluación de la titulación: El equipo de coordinación de la titulación.
4. El “mapa de adquisición de las competencias”: El equipo de coordinación de la titulación.
5. Los resultados de la encuesta a recién graduados: La oficina técnica responsable del proceso de seguimiento de las titulaciones (actualmente la Oficina de Programación y Calidad).

**Análisis de las evidencias:**

1. Análisis de las evidencias: El equipo de coordinación de la titulación, con la colaboración del Centro y de los departamentos involucrados en la docencia de la titulación.
2. Propuesta de nuevas estrategias de evaluación (en caso necesario): El equipo de coordinación de la titulación, con la colaboración del Centro y de los departamentos involucrados en la docencia de la titulación.
3. Implementación de las propuestas de nuevas estrategias de evaluación: El equipo de coordinación de la titulación y los profesores. Dependiendo de la naturaleza de la propuesta puede ser necesaria la intervención de los departamentos, del Centro o de los órganos directivos centrales de la UAB.

## 9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO

<http://www.uab.es/sistema-calidad>

## 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

### 10.1 Calendario de implantación de la titulación

La implantación del plan de estudios se realizará durante el curso 2012-2013.

### 10.2 Procedimiento de adaptación de los estudiantes, en su caso, de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudio

No procede la adaptación de los estudiantes de los másteres que extingue esta propuesta al plan de estudios del nuevo máster

La universidad garantiza que los estudiantes del máster que extingue esta propuesta, podrán finalizar sus estudios actuales en los dos cursos académicos siguientes a la extinción de los mismos. Es decir, durante los cursos académicos 2012-13 y 2013-14.

### 10.3 Enseñanzas que se extinguen por la implantación del correspondiente título propuesto

El Máster Universitario en Contenido en Comunicación Audiovisual y Publicidad substituye y extingue al Máster Universitario en Investigación en Contenidos en la Era Digital.