

GRADO EN COMUNICACIÓN INTERACTIVA

UAB
**Universitat Autònoma
de Barcelona**

Gener 2026

Índice

1. Descripción, objetivos formativos y justificación del título	5
TABLA 1. Descripción del título	5
1.10. Justificación del interés del título	6
1.11. Objetivos formativos	8
1.11.a) Principales objetivos formativos del título	8
1.11.b) Objetivos formativos de las menciones o especialidades	9
1.12. Estructuras curriculares específicas y justificación de sus objetivos	9
1.13. Estrategias metodológicas de innovación docente específicas y justificación de sus objetivos	9
1.14. Perfiles fundamentales de egreso a los que se orientan las enseñanzas	10
1.14.bis) Actividad profesional regulada habilitada por el título.....	10
2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje	11
2.1. Conocimientos o contenidos (<i>Knowledge</i>)	11
2.2. Habilidades o destrezas (<i>Skills</i>)	11
2.3. Competencias (<i>Competences</i>)	12
3. Admisión, reconocimiento y movilidad	12
3.1. Requisitos de acceso y procedimientos de admisión del estudiantado	12
3.1.a) Normativa y procedimiento general de acceso	12
3.1.b) Criterios y procedimiento de admisión a la titulación.....	13
3.2. Criterios para el reconocimiento y transferencias de créditos	14
TABLA 3. Criterios específicos para el reconocimiento de créditos.....	14
3.3. Procedimientos para la organización de la movilidad del estudiantado propio y de acogida.....	15
4. Planificación de las enseñanzas.....	16
4.1. Estructura básica de las enseñanzas	16
4.1.a) Resumen del plan de estudios	16
Tabla 4a. Resumen del plan de estudios (estructura semestral).....	16

4.1.b) Plan de estudios detallado	18
Tabla 5. Plan de estudios detallado	19
4.2. Actividades y metodologías docentes	49
4.2.a) Materias/asignaturas básicas, obligatorias y optativas	49
4.2.b) Prácticas académicas externas (obligatorias)	50
4.2.c) Trabajo de fin de Grado o Máster	50
4.3. Sistemas de evaluación.....	51
4.3.a) Evaluación de las materias/asignaturas ¹ básicas, obligatorias y optativas	51
4.3.b) Evaluación de las Prácticas académicas externas (obligatorias)	52
4.3.c) Evaluación del Trabajo de fin de Grado o Máster	52
4.4. Estructuras curriculares específicas	53
5. Personal académico y de apoyo a la docencia.....	53
5.1. Perfil básico del profesorado.....	53
5.1.a) Descripción de la plantilla de profesorado del título.....	53
5.1.b) Estructura de profesorado	55
Tabla 6. Resumen del profesorado asignado al título	55
5.2. Perfil detallado del profesorado.....	56
5.2.a) Detalle del profesorado asignado al título por ámbito de conocimiento	56
Tabla 7a. Detalle del profesorado asignado al título por ámbitos de conocimiento.	56
5.2.b) Méritos docentes del profesorado no acreditado y/o méritos de investigación del profesorado no doctor	60
5.2.c) Perfil del profesorado necesario y no disponible y plan de contratación	61
5.2.d) Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios.....	61
6. Recursos para el aprendizaje: materiales e infraestructurales, prácticas y servicios	63
6.1. Recursos materiales y servicios	63
6.2 Procedimiento para la gestión de las prácticas académicas externas	63
6.3. Previsión de dotación de recursos materiales y servicios	64
7. Calendario de implantación.....	64
7.1. Cronograma de implantación del título	64
7.2 Procedimiento de adaptación	65
7.3 Enseñanzas que se extinguen.....	65

8. Sistema Interno de Garantía de la Calidad	65
8.1. Sistema Interno de Garantía de la Calidad	65
8.2. Medios para la información pública	65
ANEXOS DE LA TITULACIÓN A LA MEMORIA RUCT.....	66
ANEXOS INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA PROCESOS DE CALIDAD DE TITULACIONES UAB	69

1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

TABLA 1. Descripción del título

1.1. Denominación del título	Graduado o Graduada en Comunicación Interactiva por la Universitat Autònoma de Barcelona
1.2. Convenio títulos conjuntos	Interuniversitario: No Nacional: No
1.2.a. Rama	Ciencias Sociales y Jurídicas
1.2.b Campo de estudio	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas
Codi ISCED	0321 Periodismo y comunicación
1.3. Menciones y especialidades	<i>Mención o especialidad en: (X ECTS)</i> <i>Mención o especialidad en: (Y ECTS)</i> ¿Es obligatorio cursar una Mención/Especialidad?: No
1.3.b. Mención Dual	No
1.4.a) Universidad responsable	Universitat Autònoma de Barcelona
1.4.b) Universidades participantes	
1.5.a) Centro de impartición responsable	<i>Facultad de Ciencias de la Comunicación (08033213)</i>
1.5.b) Centros de impartición	<i>Denominación y código RUCT</i>
1.6. Modalidad de enseñanza	Presencial
1.7. Número total de créditos	240
1.8. Idiomas de impartición	Catalán (50%) Español (50%)
1.9.a) Oferta de plazas por modalidad* *Indicar plazas totales de todos los cursos de duración del título	Presencial: 60

1.9.b) Número total de plazas ofertadas	240
1.9.c) Número de plazas de nuevo ingreso para primer curso	60
1.9. d) Número de plazas según lengua	No aplica
1.9. e) Número de plazas del itinerario de simultaneidad donde participa el título	No aplica
1.9.f) Número de plazas del itinerario académico abierto	No aplica
% plazas para personas con titulación universitaria	3% de las plazas de preinscripción (artículo 143 normativa acad. UAB)
% traslados de expedientes para personas con titulaciones universitarias españolas parciales	1-10% de las plazas ofrecidas para nuevo acceso por preinscripción universitaria (artículo 145 normativa acad. UAB)
% plazas para personas con titulaciones universitarias extranjeras parciales, o totales sin homologación ni equivalencia de sus títulos en España	1-10% de las plazas ofrecidas para nuevo acceso por preinscripción universitaria (artículo 151 normativa acad. UAB)
% plazas por cambio de estudios por interdisciplinariedad (canvi de modalitat)	Máximo 5% (artículo 158 normativa acad. UAB)

1.10. Justificación del interés del título

(500 palabras máximo)

La Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) propone este título para dar respuesta a la necesidad de una oferta formativa centrada en la comunicación interactiva. Entendemos como comunicación interactiva aquella comunicación digital surgida al socaire de Internet y de los contenidos generados por ordenador. Así, este título se sitúa en la intersección de los campos de la comunicación, la ingeniería y las humanidades.

La irrupción de la cultura digital y la transformación radical de todos los procesos de producción, distribución y apropiación de todo tipo de bienes culturales está alterando los ecosistemas de comunicación y todos los sectores económicos y profesionales implicados. Asistimos a una modificación muy significativa de estos oficios y en la emergencia de nuevos perfiles profesionales asociados al ámbito de la gestión de la información y la tecnología de la comunicación en red. En este contexto, es necesario formar expertos en comunicación digital, con un perfil rico, complejo y multidisciplinar, cuya formación integral

les permita liderar y gestionar proyectos comunicativos interactivos a partir del análisis y la creación de servicios y productos que potencian la experiencia de usuario. En este sentido, el aspecto común que aglutina el concepto de comunicación interactiva **es la interfaz**, elemento que permite la comunicación entre las personas y los ordenadores y que hace posible que por ejemplo podamos jugar con videojuegos, acceder a internet a través de páginas web o aplicaciones, interactuar con los teléfonos móviles inteligentes, tabletas u ordenadores, tratar datos masivos y ofrecerlos al público.

Este grado pretende formar un "comunicador interactivo" que si bien sabrá que la parte técnica es imprescindible para que el mensaje llegue, también lo es la percepción final que el usuario tendrá de este mensaje. Y esta percepción no depende exclusivamente del buen funcionamiento técnico del entorno digital, sino también de otros factores, como la interfaz, que debe ser asequible, comprensible e integrada con los contenidos, y las competencias narrativas y expresivas adaptadas a los nuevos soportes y formatos.

Este grado combina la formación en disciplinas humanísticas y de ciencias sociales como las teorías de la comunicación, el estudio de los lenguajes audiovisuales y multimedia o el diseño, junto a contenidos propios de la ingeniería, como la programación informática, los sistemas de información o la tecnología web. Este enfoque transdisciplinario que orienta el Grado de Comunicación Interactiva está presente en las políticas de la Unión Europea. Según la autoridad europea los retos a los que se enfrentan las sociedades actuales requieren de un enfoque que supere los límites entre las disciplinas tradicionales, en la búsqueda de una cooperación entre ámbitos del conocimiento antaño distantes y separados. En este sentido, los productos digitales de éxito con alto valor añadido están guiados por esta creciente integración entre la tecnología (la ingeniería) y las artes liberales (las humanidades y las ciencias sociales), lógicas que iluminan el grado de Comunicación Interactiva que la Universitat Autònoma de Barcelona presenta, situándolo en este territorio de convergencia multidisciplinar y de visión holística.

El título se ha diseñado teniendo en cuenta dos factores. En primer lugar, la demanda del mercado laboral y, en segundo lugar, la inexistencia de un grado de esta naturaleza integral y multidisciplinar en la actual oferta formativa en Cataluña y España como se plantea en esta titulación. Para su concepción se realizó un estudio sobre los grados relacionados con la comunicación interactiva. Seis universidades catalanas imparten más de una docena de grados con estudios relativos a la comunicación interactiva, esta oferta se centra en temas de arte, relacionados o no con la tecnología, videojuegos, marketing, diseño digital, multimedia y comunicación digitales, ninguno de ellos adscrito a las Ciencias Sociales ni a la Ingeniería. Igual sucede con las once universidades españolas que imparten también casi una veintena de grados, bajo el amparo de Facultades de Letras o Bellas Artes con un fuerte componente de creación artística en sus planes de estudio. Los referentes internacionales de este grado se encuentran en la tradición interdisciplinar en la formación sobre comunicación de las más prestigiosas universidades norteamericanas y de Singapur, presentando una serie de elementos coincidentes con proyectos recientes y consolidados

de las instituciones líderes en el mundo de educación superior como el Massachusetts Institute of Technology (MIT), la Universidad de Stanford, la Universidad de California (UCLA) y la Nanyang Technological University en Singapur.

Este grado se inscribe dentro del objetivo global de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, en constante búsqueda de la mejora de la satisfacción de sus estudios y con el deseo de liderar la innovación en el ámbito de los estudios de comunicación en el territorio catalán y español. La Facultat imparte también los grados de Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación de las Organizaciones. El Grado en Comunicación Interactiva completa esta oferta formativa de la Facultat, comprometida con la vanguardia en la formación en comunicación con un título innovador y consecuente con las transformaciones actuales y futuras del sector de la comunicación digital con la finalidad de aportar respuestas y propuestas funcionales a las necesidades y demandas de la sociedad y del mercado laboral. Por otra parte, las fortalezas de la masa humana de la Facultat, tanto de profesorado como de personal técnico, así como de sus infraestructuras, garantizan que el grado en Comunicación Interactiva se pueda impartir en óptimas condiciones.

1.11. Objetivos formativos

1.11.a) Principales objetivos formativos del título

(250 palabras máximo)

El grado aporta los conocimientos y las herramientas precisos para formar profesionales altamente cualificados que ejerzan su actividad en una gama de escenarios laborales relacionados con la comunicación interactiva, mediante los siguientes objetivos formativos:

- 1.-Proporcionar un conocimiento básico y general de los principales aspectos que configuran el panorama actual de la labor del profesional de la comunicación digital, especialmente en el ámbito de la comunicación interactiva, así como del contexto tecnológico, económico, regulatorio, social y cultural en el cual se inserta su trabajo para actuar de forma ética y responsable.
- 2.-Desarrollar un pensamiento estratégico en la toma de decisiones a la hora de dirigir, gestionar y elaborar proyectos comunicativos interactivos tales como interfaces de comunicación, plataformas web y servicios para los nuevos medios a partir del análisis y la creación de servicios y productos que potencien la experiencia de usuario.
- 3.-Dar una respuesta eficaz a las necesidades y demandas sociales a través de servicios, aplicaciones y productos innovadores y funcionales en el ámbito de la comunicación interactiva.

4.-Fomentar la capacidad crítica, analítica e interpretativa, incorporando los conocimientos sobre programación, sistemas interactivos de interfaces persona-máquina, big-data, animación, realidad virtual y aumentada, así como procedimientos de trabajo idóneos para planificar y ejecutar servicios y productos interactivos en diferentes medios y soportes para todo tipo de públicos.

5.-Mostrar la significación de la función social de la comunicación interactiva y su implicación en el fomento de valores, comportamientos, diversidad y perspectiva de género.

6.-Incentivar la proactividad y la capacidad de innovación y autoaprendizaje.

1.11.b) Objetivos formativos de las menciones o especialidades

(500 palabras máximo)

No procede

1.12. Estructuras curriculares específicas y justificación de sus objetivos

(250 palabras máximo)

No procede

1.13. Estrategias metodológicas de innovación docente específicas y justificación de sus objetivos

(250 palabras máximas)

No procede

1.14. Perfiles fundamentales de egreso a los que se orientan las enseñanzas

(250 palabras)

El grado en Comunicación interactiva está diseñado para capacitar a profesionales especializados en la dirección y gestión de cualquier tipo de proyecto comunicativo interactivo en distintos medios y soportes y adaptado a cada público, así como el diseño de sistemas interactivos de interfaces persona-máquina sobre cualquier tipo de producto y aplicación, la creación de contenidos y productos interactivos como videojuegos, plataformas web, aplicaciones y experiencias inmersivas de realidad virtual y aumentada y la extracción, tratamiento y visualización de datos masivos.

A lo largo del grado, se proporcionan conocimientos y herramientas que permiten al alumnado idear y desarrollar productos, plataformas web y servicios interactivos eficaces, innovadores y funcionales para cualquier público. Se aportan también las habilidades necesarias para una correcta aplicación de los estudios cursados a nivel profesional, tales como haber desarrollado su capacidad de investigación y reflexión, hablar correctamente en público, presentar proyectos o ser capaces de idear y desarrollar productos y servicios destinados a solucionar demandas y necesidades sociales en el ámbito de la comunicación digital en base a un correcto pensamiento creativo, innovador y funcional entre otras habilidades a desarrollar.

Este grado quiere formar profesionales que puedan responder a la demanda emergente de nuevos especialistas con conocimientos tecnológicos capaces de adaptarse a los cambios que experimenta el sector comunicativo orientado a satisfacer la experiencia del usuario y la creación de nuevas formas de comunicación emergentes. Profesionales con una visión integral de la comunicación interactiva y capacidades para diseñar la forma en que interactuamos diariamente con la tecnología.

1.14.bis) Actividad profesional regulada habilitada por el título

Habilita para profesión regulada*: Trieu un element.

Condición de acceso para título profesional*: Trieu un element.

No procede

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

(1.750 palabras máximo para todo el apartado 2)

2.1. Conocimientos o contenidos (*Knowledge*)

(aprox. 600 palabras)

KT01: Describir los conceptos teóricos de la comunicación interactiva y cómo sus procesos y técnicas están influidos por los contextos tecnológico, económico, regulatorio, social y cultural.

KT02: Definir el impacto y los retos de la comunicación interactiva en la sociedad y la cultura contemporáneas.

KT03: Describir las teorías, procesos y técnicas de construcción de proyectos en el ámbito de la comunicación interactiva.

KT04: Identificar los recursos de programación, narrativos, de diseño de interfaces, experiencia de usuario y analítica digital que intervienen en la creación y gestión de proyectos comunicativos interactivos.

KT05: Reconocer la estructura y funciones del contexto tecnológico y su influencia en la creación y gestión de proyectos comunicativos interactivos.

KT06: Distinguir los diferentes elementos narrativos, procesos y técnicas que intervienen en el diseño y la creación de contenidos y productos interactivos.

KT07: Reconocer las herramientas e interfaces de programación de aplicaciones para el análisis de datos masivos que intervienen en el proceso de creación, implementación y mejora de proyectos comunicativos interactivos.

KT08: Reconocer los modelos y fundamentos teóricos de la narrativa audiovisual y sus géneros aplicables a la comunicación interactiva.

2.2. Habilidades o destrezas (*Skills*)

(aprox. 850 palabras)

ST01: Adaptar los fundamentos teóricos, estructurales, económicos, legislativos e históricos de la comunicación social al ámbito de la comunicación interactiva.

ST02: Hacer uso de los principales conocimientos sobre programación, diseño de interfaces, artes visuales y cultura digital en el desarrollo de proyectos comunicativos interactivos.

ST03: Utilizar los procesos y técnicas creativas en la planificación y ejecución de servicios y productos interactivos en los diferentes medios y soportes.

ST04: Utilizar la tecnología y el software idóneos para la creación y gestión de proyectos comunicativos interactivos que potencien la experiencia de usuario.

ST05: Diseñar sistemas interactivos de interfaces persona-máquina sobre cualquier tipo de producto y aplicación.

ST06: Planificar contenidos y productos interactivos como videojuegos, plataformas web, aplicaciones para dispositivos móviles y experiencias inmersivas como realidad virtual y realidad aumentada.

ST07: Gestionar datos masivos sobre servicios y productos para desarrollar proyectos interactivos con el fin de mejorar la experiencia de usuario.

ST08: Expresarse con corrección, claridad y eficacia comunicativa en español, catalán e inglés, de manera oral y escrita, evitando usos sexistas y discriminatorios del lenguaje.

2.3. Competencias (*Competences*)

(aprox. 300 palabras)

CT01: Trasladar los conocimientos y habilidades de la comunicación interactiva a la práctica profesional mediante casos concretos para dar respuestas innovadoras y funcionales a las necesidades y demandas de la sociedad.

CT02: Actuar en el ámbito profesional de la comunicación interactiva considerando el impacto tecnológico, económico, regulatorio, social y medioambiental de su actividad.

CT03: Proceder en el ámbito profesional de la comunicación interactiva con responsabilidad ética y respetando los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos, todo ello de acuerdo con los Objetivos del Desarrollo Sostenible.

CT04: Identificar las desigualdades por razón de sexo/género en el campo de la comunicación interactiva con el fin de neutralizarlas en el ejercicio profesional.

CT05: Trabajar de manera autónoma y colaborativa en el desarrollo de propuestas y proyectos en el ámbito profesional de la comunicación interactiva.

CT06: Desarrollar los valores del trabajo en equipo y el trato social durante el proceso de ideación, realización y ejecución de proyectos comunicativos interactivos.

CT07: Actuar con iniciativa, proactividad y capacidad de adaptación ante los nuevos retos tecnológicos en la comunicación interactiva.

CT08: Idear servicios y productos innovadores y funcionales que potencien la experiencia del usuario y respondan a las necesidades y demandas sociales.

3. Admisión, reconocimiento y movilidad

3.1. Requisitos de acceso y procedimientos de admisión del estudiantado

3.1.a) Normativa y procedimiento general de acceso

Acceso a los estudios de grado:

Procedimiento UAB: Vías de acceso a los estudios y sus requisitos

Normativa de la UAB aplicable a los estudios universitarios regulados de conformidad con los planes de estudios regulados por el RD 822/2021

Título II. Acceso y admisión

Capítulo I. Enseñanzas de grado

Sección 1a. Disposiciones generales

Artículo 123. Ámbito de aplicación

1. El objeto de este capítulo es regular las condiciones para el acceso y la admisión a las titulaciones de grado de la UAB, en desarrollo del contenido del Real Decreto 534/2024, de 11 de junio, por el que se regulan los requisitos de acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, las características básicas de la prueba de acceso y la normativa básica de los procedimientos de admisión.
2. Pueden ser admitidas a las titulaciones de grado de la UAB, en las condiciones que se determinan en este capítulo y en la legislación de rango superior, las personas que reúnan alguno de los requisitos establecidos en los artículos 4 a 8 del RD 534/2024.
3. Todos los preceptos de este capítulo se interpretan adoptando como principios fundamentales la igualdad, el mérito y la capacidad.

Perfil de ingreso

Las personas que deseen acceder a este grado deben estar interesadas en la comunicación y los avances tecnológicos y científicos. Mostrar una especial motivación para aprender a integrar las innovaciones tecnológicas y las herramientas y procesos de la producción digital emergente para liderar, gestionar y crear proyectos interactivos en el ámbito de la comunicación. Asimismo, estas personas tienen que estar interesadas en la comunicación digital, la programación, el diseño de interfaces, las artes visuales y la cultura digital. Por tanto, recomendamos que sea un/a estudiante con capacidad de razonamiento lógico, con alta valoración de la calidad en el trabajo y capacidad para trabajar de forma organizada y metódica. Deben ser personas con intereses amplios en las ciencias sociales, tener capacidad para la comunicación oral y escrita y no solo estar familiarizado con el manejo de instrumentos tecnológicos, sino sobre todo tener interés en el uso de la tecnología que sustenta las formas de comunicarse interpersonales, de los *mass media*, así como en el uso de la misma para desarrollar productos o servicios comunicativos. Por otra parte, en cuanto a sus intereses profesionales, los y las futuros/as estudiantes deben estar dispuestos/as a integrarse en equipos interdisciplinarios y mostrar interés por el trabajo colaborativo y la ideación de propuestas creativas, innovadoras y funcionales en el ámbito de la comunicación interactiva. También deberán dominar las lenguas propias de Cataluña y tener un buen nivel de inglés, aunque no es imprescindible para acceder a la titulación.

3.1.b) Criterios y procedimiento de admisión a la titulación

(300 palabras máximo)

No procede

3.2. Criterios para el reconocimiento y transferencias de créditos

Reconocimiento y transferencia de créditos para titulaciones de grado:

<https://www.uab.cat/web/estudios/grado/informacion-academica/reconocimiento-de-creditos/creditos-reconocidos-y-transferidos-1345672757413.html>

Normativa de la UAB aplicable a los estudios universitarios regulados de conformidad con los planes de estudios regulados por el RD 822/2021

Título IV: Transferencia y reconocimiento de créditos

TABLA 3. Criterios específicos para el reconocimiento de créditos

Reconocimiento por enseñanzas superiores no universitarias: No procede	Número máximo de ECTS: 0
Breve justificación	
Reconocimiento por títulos propios: No procede	Número máximo de ECTS: 0
Breve justificación	
Reconocimiento por experiencia profesional o laboral:	Número máximo de ECTS: 12
Breve justificación	
La actividad profesional se puede reconocer siempre que el alumno se encuentre en uno de los dos siguientes supuestos: a) Contrato de trabajo (con retribución), de una antigüedad mínima de 6 meses, con una categoría laboral correspondiente al trabajo que desarrolla el alumno en una empresa del sector audiovisual. b) Los convenios de cooperación educativa (prácticas extracurriculares) gestionados por "Treball Campus" (Oficina de empleabilidad de la UAB) en el sector audiovisual, siempre y cuando el Vicedecano de Prácticas Externas o la persona en quien delegue, dé su aprobación a dicho convenio. Para proceder al reconocimiento serán requisitos imprescindibles: 1) Informe del director o responsable de la empresa donde el alumno presta sus servicios en el que se indique detalladamente las tareas profesionales desarrolladas por el alumno. Si es necesario, el alumno, tendrá que presentar un dossier de trabajos realizados durante dicho período de trabajo. 2) Presentar los originales de los documentos acreditativos de los puntos a o b anteriores. 3) Presentar la solicitud de reconocimiento según marque el calendario académico administrativo en vigor.	

4) El visto bueno del Vicedecano de Prácticas Externas o la persona en quién delegue.

Los créditos reconocidos en concepto de experiencia laboral computan en el nuevo expediente como Prácticas en empresas y/o instituciones de la titulación. El número máximo de créditos que se pueden reconocer por las actividades recogidas en este artículo es de 12 créditos ECTS, los mismos que contempla la asignatura de Prácticas en empresas y/o instituciones.

3.3. Procedimientos para la organización de la movilidad del estudiantado propio y de acogida

Movilidad en titulaciones de grado y máster:

<https://www.uab.cat/web/movilidad-e-intercambio-internacional-1345680250578.html>

(100 palabras máximo)

La titulación de Comunicación Interactiva ofrece una elevada posibilidad de intercambio universitario tanto a nivel nacional, como a nivel europeo y extraeuropeo.

En la actualidad, la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB cuenta con 49 acuerdos bilaterales dentro del programa Erasmus a los que se pueden acoger las y los estudiantes del grado. Dichos acuerdos se traducen en la existencia de más de cien plazas en 11 países distintos, por lo que la demanda potencial puede ser cubierta en su totalidad. Por otra parte, la Facultat cuenta con convenios del programa Séneca – SICUE con 5 universidades españolas que suponen cinco plazas. Finalmente, las y los estudiantes pueden contar también con el programa propio de la UAB, el cual dispone de 183 convenios bilaterales con universidades españolas y extranjeras de los cuales 13 son para el ámbito de la Comunicación.

Los programas de movilidad específicos que se ofertan dentro de esta titulación son los que se detallan en estas páginas de la Universidad Autònoma de Barcelona:

<https://www.uab.cat/web/movilidad-internacional-1345717364012.html>

<https://www.uab.cat/web/internacional-1345839078553.html>

<https://www.uab.cat/web/movilidad-e-intercambio-internacional-1345680250578.html>

Para más información, se puede consultar el [proceso PC06](#). Gestión de la movilidad del alumnado, PAS y PDI.

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

Distribución en créditos ECTS a cursar

TIPO DE MATERIA	ECTS
Formación básica ¹	60
Obligatorias	120
Optativas	48
Prácticas en empresas y/o instituciones (Optativas)	12
Trabajo de Fin de Grado/Máster	12
ECTS TOTALES	240

¹ sólo para titulaciones de Grado

4.1. Estructura básica de las enseñanzas

4.1.a) Resumen del plan de estudios

Tabla 4a. Resumen del plan de estudios (estructura semestral)

Curso	Semestre	Asignatura	Carácter	ECTS
1	1	Teoría e Historia de la Comunicación	FB	6
		Teoría y Técnica del Diseño	OB	6
		Teoría y Técnica de la Fotografía	FB	6
		Introducción a la Algorítmica	FB	6
		Expresión y Argumentación en Inglés	FB	6
	2	Lenguajes Audiovisual y Multimedia	FB	6
		Introducción a la Programación	FB	6
		Derecho Digital y de las TIC	FB	6
		Introducción a la Tecnología Web	OB	6
		Sociedad Red y Cultura Digital	FB	6
		Total primer curso		60
2	3	Programación	FB	6
		Diseño de Interacción	OB	6
		Teorías Narrativas y Géneros del Discurso	OB	6

	4	Estructura del Sistema de Comunicación	FB	6
		Teoría y Técnica de la Creatividad	OB	6
		Géneros en Videojuegos	OB	6
		Matemáticas y Física para Objetos Digitales Animados	OB	6
		Fundamentos de la Animación	OB	6
	Anual	Servicios Web Avanzados	OB	12
		Total segundo curso		60
3	5	Diseño Centrado en el Usuario	OB	6
		Programación de Aplicaciones en Tecnología Web	OB	6
		Diseño de Interfaces	OB	6
		Teoría y Técnica del Guión	OB	6
		Introducción al Big Data y a las Bases de Datos	OB	6
	6	Infografía y Visualización de Datos	OB	6
		Animación Avanzada	OB	6
		Inteligencia Artificial en la Comunicación y Procesamiento del Lenguaje Natural	OB	6
		Escenarios y Usos de Big Data	OB	6
		Emprendimiento y Creación de Empresas	OB	6
		Total tercer curso		60
4	7	Gestión y Presentación de Proyectos	OP	6
		El Uso del Catalán en los Proyectos Interactivos	OP	6
		Arte y Arquitectura de Mapas y Entornos Virtuales	OP	6
		Creación de Objetos Digitales	OP	6
		Realidad Aumentada y Virtual	OP	6
		Marketing Digital	OP	6
		Analítica Digital	OP	6

	8	Fundamentos del Modelado de Personajes	OP	6
		Sonorización	OP	6
		Integración de Objetos Digitales	OP	6
		Análisis y Visualización de Big Data	OP	6
		Inteligencia Artificial Generativa	OP	6
		Ciberseguridad en la Comunicación	OP	6
	Semestre indeterminado	Prácticas en empresas y/o instituciones	PRO	12
	Anual	Trabajo de Fin de Grado	TFE	12
		Total cuarto curso		60

4.1.b) Plan de estudios detallado

Tabla resumen de materias	
M1	Comunicación
M2	Lengua
M3	Derecho
M4	Ingeniería y Profesiones Afines
M5	Matemáticas
M6	Diseño
M7	Creatividad
M8	Narrativa y Géneros
M9	Tecnología Web
M10	Marketing
M11	Teoría y Técnica de la Animación
M12	Economía
M13	Big Data
M14	Gestión de Datos
M15	Arquitectura de Entornos Virtuales
M16	Prácticas en empresas y/o instituciones
M17	Trabajo de Fin de Grado

Tabla 5. Plan de estudios detallado

M1: Comunicación	
Número de créditos ECTS	30
Tipología	Básico
Campo de estudio	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas
Organización temporal	1.1, 1.2, 2.1
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Explica contenidos relacionados con las teorías de la comunicación interactiva, los fundamentos de la interactividad y la interfaz gráfica del usuario. Análisis histórico y filosófico de Internet desde sus orígenes hasta la actualidad. Expone los conceptos clave en relación con los nuevos medios como convergencia, recomendación social, economía de la demanda o economía de la atención. Por otra parte, expone también los fundamentos teóricos de la sociedad red o sociedad de la información, sus implicaciones a la comunicación, la cultura, la economía y la sociedad. La materia ofrece igualmente una aproximación al estudio de las empresas de nuevos medios, su regulación y estrategias de expansión de los principales actores de la industria de las tecnologías de la información y la comunicación a nivel mundial. En particular, de su estructura de propiedad, modelos de crecimiento empresarial y principales fórmulas de negocio. La materia proporciona también las bases de los lenguajes y técnicas de la fotografía (elemento clave de la comunicación en la construcción posterior de los lenguajes expresivos audiovisuales) y de los lenguajes audiovisual y multimedia. Por un lado, se adentra en la ejecución y análisis expresivo de las principales técnicas de producción y postproducción fotográfica. Se incide en la conceptualización, realización y valoración crítica de proyectos fotográficos. Por otro lado, el estudio y la práctica de las formas de crear historias y significado a través de los medios audiovisuales y los nuevos medios en Internet. La materia explica los fundamentos teórico-prácticos del lenguaje audiovisual, como la delimitación de la realidad a través del plano y el montaje, así como las especificidades del lenguaje multimedia, como los hipervínculos y la mediación, para la construcción y desarrollo de proyectos interactivos.
Resultados del aprendizaje de la MATERIAⁱ	Conocimientos: KM01. Identificar los fundamentos de las teorías y de la historia de la comunicación interactiva y de la sociedad red y sus implicaciones a la comunicación, la economía y la sociedad. (KT01) KM02. Distinguir la estructura y los principales actores de los sistemas comunicativos a nivel nacional e internacional. (KT01, KT02) KM03. Reconocer los fundamentos, los conceptos y las principales técnicas de producción y postproducción fotográfica, audiovisual y multimedia que se utilizan en la elaboración de proyectos comunicativos interactivos. (KT03, KT06).

	Habilidades: SM01. Determinar lo que es sustancial y relevante en documentos sobre teoría, historia y estructura de la comunicación interactiva y de la sociedad red. (ST01) SM02. Distinguir los lenguajes fotográfico, audiovisual y multimedia utilizados en los proyectos comunicativos interactivos. (ST02, ST03, ST04, ST06) SM03. Comunicar información e ideas con adecuación y corrección en catalán, español e inglés estándar en la elaboración y defensa de argumentos relacionados con la historia, las teorías y la estructura de la comunicación. (ST08)				
	Competencias: CM01. Introducir las teorías más significativas de la disciplina y los fundamentos históricos y estructurales de la comunicación interactiva en cualquiera de sus manifestaciones, valorando el impacto de los estereotipos y el rol de género. (CT01, CT02, CT04) CM02. Aplicar los fundamentos de los lenguajes fotográfico, audiovisual y multimedia en la elaboración de contenidos, productos, aplicaciones y servicios interactivos de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos y con propuestas inclusivas y no sexistas. (CT03, CT04) CM03. Operar autónomamente en la creación y el desarrollo de proyectos comunicativos interactivos. (CT05) CM04. Trabajar en equipo en los procesos de conceptualización, materialización y ejecución de propuestas de contenidos, productos, aplicaciones y servicios interactivos en el marco de un ejercicio profesional sensible a los problemas y retos sociales. (CT01, CT05, CT06).				
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	262,5	37,5	450	
	% presencialidad	100%	X%	0%	
Asignaturas	Denominación	ECTS	Tipología	Curs/Semestre	Idioma
	Teoría e Historia de la Comunicación	6	FB	1.1	Catalán/ Español
	Estructura del Sistema de Comunicación	6	FB	2.1	Catalán/ Español
	Teoría y Técnica de la Fotografía	6	FB	1.1	Catalán/ Español
	Sociedad Red y Cultura Digital	6	FB	1.2	Catalán/ Español
	Lenguajes Audiovisual y Multimedia	6	FB	1.2	Catalán/ Español

M2: Lengua						
Número de créditos ECTS	6					
Tipología	Básico					
Campo de estudio	Filología, estudios clásicos, traducción y lingüística					
Organización temporal	1.1					
Modalidad	Presencial					
Contenidos de la materia	Descripción de los modelos orales y escritos de la lengua inglesa y su aplicación a la composición de textos propios para la comunicación interactiva, tanto orales como escritos en diferentes soportes en inglés. Se estudian y analizan textos de especialidad en inglés y reelaboración de estos con especial hincapié en los entornos de confluencia entre la comunicación y la tecnología, donde se abordan también conceptos como la norma y el uso, la variación y el estándar, poniéndose énfasis, también en la buena pronunciación. Al final del curso, los y las estudiantes deben conocer y estar familiarizados con las principales características de una serie de modelos textuales, lo que les permitirá aplicar estos conocimientos a la composición de textos en inglés. También deberán conocer las herramientas básicas de consulta lingüística en inglés.					
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM04. Identificar los recursos expresivos y narrativos de la lengua inglesa para la elaboración de proyectos comunicativos interactivos, tanto orales como escritos. (KT04)					
	Habilidades: SM04. Generar enunciados gramaticalmente correctos y retóricamente eficaces para contenidos, productos, aplicaciones y servicios de la comunicación interactiva escrita y oral en inglés. (ST06) SM05. Distinguir los distintos modelos textuales y las herramientas básicas de consulta lingüística en inglés. (ST03) SM06. Utilizar con adecuación y corrección el lenguaje inclusivo y no sexista en inglés estándar para la construcción de textos propios orales y escritos en diferentes soportes para la comunicación digital. (ST08)					
	Competencias: CM05. Evaluar los recursos narrativos de la comunicación interactiva en inglés con la finalidad de detectar buenas prácticas de expresión oral y escrita que eviten usos discriminatorios de lenguaje. (CT04).					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas		
	Horas	52,5	7,5	90		
	% presencialidad	100%	X%	0%		
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología	Semestre	Idioma

	Expresión y Argumentación en Inglés	6	FB	1.1	Inglés
--	-------------------------------------	---	----	-----	--------

M3: Derecho	
Número de créditos ECTS	6
Tipología	Básico
Campo de estudio	Derecho y especialidades jurídicas
Organización temporal	1.2
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Introducción al Derecho de la comunicación digital, la libertad de creación, expresión e información. Se incide en el concepto de la privacidad y la seguridad en Internet como las licencias, derechos de propiedad intelectual y <i>Big data</i>. Explica y analiza aspectos relacionados con el marco jurídico del comercio electrónico, el derecho de los activos intangibles, tales como marcas, nombres de dominio y licencias en el mundo digital, así como los derechos y deberes digitales de las personas. Se estudian también los ilícitos penales, civiles y mercantiles relacionados con el mundo digital y de Internet. Se analizan también los problemas que genera la comunicación interactiva para con los derechos tradicionales como el derecho de autor y la propiedad intelectual. También se incide también en el Big Data y su incidencia en los derechos. Con independencia de la importancia de contar con unos mínimos conocimientos jurídicos por parte de los profesionales de la comunicación interactiva, los y las estudiantes aprenden qué es la deontología profesional y el ordenamiento jurídico de la comunicación digital.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM05. Distinguir el marco regulatorio y jurídico por el que se encuentra regida la comunicación digital. (KT01) KM06. Reconocer los códigos éticos y deontológicos de la comunicación interactiva tanto en el contexto español como en el internacional. (KT01, KT08).
	Habilidades: SM07. Determinar los principales aspectos sobre legislación y ordenamiento jurídico de la comunicación digital que afectan a los contenidos, productos, aplicaciones y servicios de la comunicación interactiva. (ST01)
	Competencias: CM06. Valorar críticamente los principales problemas jurídicos relacionados con la comunicación digital. (CT02) CM07. Aplicar los principios deontológicos y normativos a la creación, el desarrollo y la gestión de proyectos comunicativos interactivos. (CT01, CT02, CT03).

	CM08. Elaborar proyectos comunicativos interactivos de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos en el marco de la legislación y el ordenamiento jurídico de la comunicación digital. (CT03, CT04).					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	52,5	7,5		90	
	% presencialidad	100%	25%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología	Semestre	Idioma
	Derecho Digital y de las TIC		6	FB	1.2	Catalán/ Español

M4: Ingeniería y Profesiones Afines

Número de créditos ECTS	18
Tipología	Básico
Campo de estudio	Ingeniería informática y de sistemas
Organización temporal	1.1, 1.2, 2.1
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Explica las bases de las infraestructuras y los sistemas de tecnológicos de información necesarios para la creación, almacenamiento y transmisión de productos interactivos. Los y las estudiantes deben entender el paradigma de la programación y desarrollar aplicaciones informáticas en lenguajes de programación concretos. Aproximación al ámbito de la algorítmica y de la programación, así como a sus conceptos básicos para convertir un problema concreto en un conjunto de instrucciones compatibles con lenguajes de programación. Se introducen instrucciones condicionales repetitivas y funcionales, así como un entorno de programación en Python, su funcionamiento y cómo depurar programas. La materia estudia y analiza también la arquitectura de un Sistema de Información (SI), el <i>hardware</i> y las redes de comunicación, los sistemas Operativos, el <i>software</i>, las aplicaciones y los lenguajes. Se introduce a los y las estudiantes al lenguaje Python con relación a la estructura de datos, instrucciones y funciones con el fin de desarrollar aplicaciones básicas en Python. Al final del curso, los y las estudiantes deben conocer y estar familiarizados con los conceptos más complejos de programación en Python para la programación de aplicaciones relacionadas con la comunicación interactiva.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM07. Explicar los conceptos básicos de la algorítmica y la programación, sus lenguajes y su aplicación en un entorno de programación desde un punto de vista conceptual y práctico. (KT04)

	KM08. Identificar los aspectos específicos de un sistema de información respecto a su arquitectura, protocolos, sistemas de almacenamiento, lenguajes, prestaciones y aplicaciones. (KT04, KT05)				
	KM09. Distinguir los conceptos más complejos de programación en Python. (KT04, KT06)				
	Habilidades: SM08. Utilizar los principios de la programación para convertir un problema concreto en un programa que lo resuelva. (ST02) SM09. Conocer los elementos definitorios de un sistema de información. (ST02) SM10. Utilizar el lenguaje de programación Python en proyectos comunicativos interactivos. (ST03, ST04, ST05, ST06)				
	Competencias: CM09. Aplicar los principios de la algorítmica y la programación a propuestas de proyectos comunicativos interactivos en el marco de un ejercicio profesional sensible a los problemas y retos sociales. (CT01) CM10. Diseñar proyectos comunicativos interactivos con el lenguaje de programación Python de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos. (CT03) CM11. Operar autónomamente con iniciativa y proactividad en la creación y el desarrollo de aplicaciones con el lenguaje de programación Python en el ámbito de la comunicación interactiva. (CT05, CT07)				
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	157,5	22,5	270	
	% presencialidad	100%	25%	0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología	Semestre
	Introducción a la Algorítmica		6	FB	1.1
	Introducción a la Programación		6	FB	1.2
	Programación		6	FB	2.1
					Idioma
					Catalán/ Español
					Catalán/ Español
					Catalán/ Español

M5: Matemáticas

Número de créditos ECTS	6
Tipología	Obligatorio
Campo de estudio	

Organización temporal	2.2				
Modalidad	Presencial				
Contenidos de la materia	La materia explica los conceptos matemáticos y físicos básicos para crear las representaciones 3D y su aplicación a ámbitos como la simulación de juegos, la visualización científica, la animación por ordenador y el diseño de objetos, personajes, paisajes, mapas y arquitecturas virtuales. Se incide primeramente en los puntos y los vectores para calcular distancias entre puntos y ángulos entre vectores. Posteriormente, se estudian las rectas y los planos, elementos base de la creación de modelos 3D (objetos, personajes y escenarios). Los y las estudiantes aprenden a crear la visualización de estos objetos en función de la posición de la cámara. Finalmente, se incide en las ecuaciones esenciales para describir el movimiento de los objetos. A través de la integración numérica de las ecuaciones de los movimientos, se consigue mover los objetos en un mundo con y sin gravedad. Se introducen también los modelos usuales para objetos animados, los parámetros y simulación y el análisis de continuidad en objetos animados (movimientos, fuerzas, entre otros). Los ajustes y sintonización de los parámetros, así como la validación de la simulación son otros contenidos claves de la materia. Al finalizar el curso, los y las estudiantes deben conocer las lógicas científicas de movimientos/fuerzas de los objetos animados para su aplicación al diseño y la animación de objetos, personajes, mapas y arquitecturas virtuales.				
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM10. Identificar los conceptos matemáticos y físicos básicos en el diseño y la animación de objetos, personajes y escenarios virtuales en la comunicación interactiva. (KT03)				
	Habilidades: SM11. Utilizar los principios matemáticos y físicos básicos en proyectos comunicativos interactivos. (ST03, ST06)				
	Competencias: CM12. Aplicar los fundamentos de las matemáticas y la física al desarrollo de proyectos en el ámbito de la comunicación interactiva. (CT01) CM13. Operar autónomamente con iniciativa y proactividad en la utilización de los principios básicos en matemáticas y física para el desarrollo de proyectos en el ámbito de la comunicación interactiva. (CT05).				
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	52,5	7,5	90	
	% presencialidad	100%	25%	0%	
Asignaturas	Denominación	ECTS	Tipología	Semestre	Idioma
	Matemáticas y Física para Objetos Digitales Animados	6	OB	2.2	Catalán/ Español

M6: Diseño	
Número de créditos ECTS	30
Tipología	Obligatorio
Campo de estudio	
Organización temporal	1.1, 2.1, 3.1, 3.2
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Materia que se centra en la creación de interfaces, técnicamente usables y estéticamente atractivas a la medida de sus usuarios. Plantea un recorrido coherente que aborda desde el diseño como elemento estético y funcional, el diseño de interacción, el diseño centrado en el usuario, el diseño de interfaces hasta la visualización de información y grandes cantidades de datos. Introducción a la historia y elementos conceptuales y prácticos claves del diseño (formas, colores, diseño visual y herramientas digitales). Se incide en los principios generales del diseño gráfico y se estudian todo tipo de grafismos en webs i móviles desde el punto de vista del diseño y la composición visual. Se reflexiona sobre la implicación del diseño en las representaciones gráficas y documentales asociadas a la imagen y los contenidos. Se explican el diseño de productos digitales interactivos, entornos, sistemas y servicios, así como las dimensiones del diseño de interacción como son palabras, representación visual, objetos físicos y espaciales, tiempo y comportamiento. Se incide también en la percepción del diseño, la interacción de las pantallas y las formas de interacción digital. La materia se centra también en la creación de productos que resuelvan necesidades de los usuarios finales con la simplicidad y la usabilidad como base. Para ello, se estudian las metodologías, técnicas y modelos de investigación para el diseño y la evaluación de productos y servicios interactivos finales. Se incide en la experiencia del usuario, la interfaz de usuarios, la resolución de necesidades de usuarios finales en entornos interactivos y en los métodos y técnicas de investigación en la percepción e interacción del usuario. Se explica también el diseño de interfaces a través de la codificación creativa (creative coding). Se introduce a los y las estudiantes a la utilización del código y la programación para la creación de diseño de interfaces más expresivas, estéticas y personalizadas, al mismo tiempo que fáciles, eficientes y agradables para sus usuarios. Se profundiza en los conocimientos de interfaz de usuarios (UI) como aspecto integral de la experiencia de usuario (UX) tanto en la parte del diseño visual (el aspecto y la sensación de un producto) como en el diseño de interacción (la organización funcional y lógica de los elementos). Aproximación a los fundamentos del análisis visual de datos para elaborar contenidos a partir de documentos y datos alfanuméricos de procedencia diversa para su efectiva comunicación visual y documental. Para ello, se explican los principios teóricos para analizar y visualizar datos, los conceptos y principios estadísticos básicos, así como el

	procesamiento y análisis de diversas formas de datos. Los y las estudiantes aprenden a planificar y realizar un análisis visual de datos de acuerdo con los objetivos comunicativos, científicos o de gestión definidos previamente.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM11. Identificar los fundamentos teórico-prácticos de los conceptos y principios básicos del diseño gráfico, diseño de interacción, diseño centrado en el usuario y diseño de interfaces en productos, aplicaciones y servicios en el ámbito de la comunicación interactiva. (KT02, KT03, KT04) KM12. Describir las metodologías, técnicas y modelos de investigación aplicables al diseño y evaluación de los proyectos comunicativos interactivos (KT03, KT04) KM13. Identificar los fundamentos teórico-prácticos del análisis visual de datos en el ámbito de la comunicación interactiva. (KT04, KT07) Habilidades: SM12. Utilizar los conceptos fundamentales del diseño gráfico, diseño de interacción, diseño centrado en el usuario y diseño de interfaces en el diseño de interfaces persona-máquina simples, usables y estéticamente atractivos, así como en productos, aplicaciones y servicios en el ámbito de la comunicación interactiva. (ST02, ST03, ST04, ST05) SM13. Determinar los modelos de investigación, metodologías, técnicas y herramientas para el testeo y la evaluación de la eficiencia de productos, aplicaciones y servicios en el ámbito de la comunicación interactiva. (ST02, ST04) SM14. Utilizar los fundamentos del análisis visual de datos para procesar y analizar diversas formas y volúmenes de datos en el ámbito de la comunicación digital. (ST04, ST07) Competencias: CM14. Diseñar interfaces para proyectos comunicativos interactivos que mantengan un equilibrio entre un diseño técnicamente funcional con gusto estético y personalizable y se adapten a todo tipo de públicos de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos. (CT01, CT03, CT04) CM15. Evaluar la eficiencia de la interacción entre usuarios y cualquier tipo de productos y aplicaciones para detectar sus problemas y resolverlos desde un punto de vista técnico, funcional y estético. (CT08) CM16. Aplicar el análisis y la visualización de datos para elaborar infografías, dashboards y empaquetado de datos que valoren y mejoren la eficiencia de proyectos en el ámbito de la comunicación interactiva. (CT08) CM17. Trabajar en equipo en los procesos de ideación, concreción e implementación del diseño de interfaces en proyectos comunicativos interactivos. (CT01, CT06)

Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	262,5	37,5		450	
	% presencialidad	100%	25%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología	Semestre	Idioma
	Diseño de Interacción		6	OB	2.1	Catalán/ Español
	Diseño Centrado en el Usuario		6	OB	3.1	Catalán/ Español
	Teoría y Técnica del Diseño		6	OB	1.1	Catalán/ Español
	Diseño de Interfaces		6	OB	3.1	Catalán/ Español
	Infografía y Visualización de Datos		6	OB	3.2	Catalán/ Español

M7: Creatividad	
Número de créditos ECTS	6
Tipología	Obligatorio
Campo de estudio	
Organización temporal	2.2
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Introducción teórico-práctica a la creatividad, entendida de un modo totalizador y con un enfoque teórico y práctico. Se explican el concepto, elementos definitorios y técnicas, así como la evolución de la creatividad. Se incide también en la relación entre inteligencia y creatividad, el pensamiento reproductivo y el pensamiento lateral o la vinculación entre creatividad y estrategia. Estudio de las principales estrategias y técnicas creativas aplicadas a la comunicación interactiva, técnicas propias del entorno digital para finalizar con el concepto de ideas líquidas.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM14. Identificar los fundamentos teórico-prácticos de la creatividad. (KT03) KM15. Distinguir los procesos y técnicas creativas en cualquier tipo de proyecto en el ámbito de la comunicación interactiva. (KT03)
	Habilidades: SM15. Utilizar la creatividad, sus procesos y técnicas en la creación y desarrollo de contenidos, productos, aplicaciones y servicios interactivos y creativos. (ST03)

	SM16. Comunicar información e ideas con adecuación y corrección en catalán, español e inglés en la aplicación de estrategias y técnicas creativas en el ámbito de la comunicación digital. (ST08)					
	Competencias:					
	CM18. Concebir ideas originales aplicables a la creación de contenidos, productos y servicios interactivos de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos. (CT01, CT03)					
	CM19. Concebir ideas originales aplicables a la creación de contenidos, productos y servicios interactivos que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales en el marco de un ejercicio profesional sensible a los problemas y retos sociales. (CT01, CT02, CT08)					
	CM20. Operar autónomamente con iniciativa y proactividad en las técnicas y los procesos creativos para la ideación y el desarrollo de proyectos comunicativos interactivos. (CT05, CT07)					
CM21. Trabajar en equipo en las técnicas y los procesos creativos para la ideación y el desarrollo de proyectos comunicativos interactivos. (CT01, CT06)						
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	52,5	7,5		90	
	% presencialidad	100%	25%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología	Semestre	Idioma
	Teoría y Técnica de la Creatividad		6	OB	2.2	Catalán/ Español

M8: Narrativa y Géneros	
Número de créditos ECTS	18
Tipología	Obligatorio
Campo de estudio	
Organización temporal	2.1, 2.2, 3.1
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	La materia profundiza en las narrativas desde sus orígenes hasta la actualidad, en la construcción de historias interactivas y en los géneros de videojuegos. Se estudian los géneros discursivos desde la retórica aristotélica hasta la actual retórica procedural para comprender y reproducir estas manifestaciones humanas en contante evolución. Se incide en la narratología como disciplina científica que aspira a estudiar tanto la narrativa (aquello narrado) como la narración (el acto de narrar). Se recorre los

	diferentes estadios de evolución de las teorías narrativas y los géneros del discurso. Se reflexiona sobre los conceptos fundamentales que sustentan este campo de estudio y su aplicación en la construcción y la interpretación de los relatos. Se proporciona a los y las estudiantes las herramientas conceptuales para comprender y analizar tanto las narrativas digitales como los géneros ficcionales y factuales. La materia profundiza también en los principios básicos de la interactividad y el modo en que condiciona los relatos y las estructuras de navegación que permiten estructurar narraciones interactivas. Se estudian las especificidades del guion interactivo, las técnicas para la construcción de personajes y universos, los géneros de productos multimedia y como estos condicionan su relato y guion, las mecánicas de juego y los diálogos y el suministro de información. Se incide también en la práctica del guion interactivo que contemple la definición del proyecto, competencias y contenido, así como su evaluación. Se explica el concepto de videojuego y su función social. Para ello, se aborda desde un punto de vista teórico el concepto de género y los géneros en las ficciones como antecedente al concepto de género en los videojuegos. Se estudia la naturaleza de los diferentes géneros en función de la mecánica de juegos, la estética, el público receptor o la temática. Para ello, se analizan los elementos básicos de un videojuego y sus características genéricas, así como se determinan las particularidades de los videojuegos como artefactos culturales.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM16. Identificar las teorías narrativas desde los inicios hasta la actualidad y las herramientas conceptuales para comprender y analizar los géneros discursivos. (KT06, KT08) KM17. Distinguir los principios básicos de la interactividad y el modo en que condiciona los relatos y las estructuras de navegación en las narraciones interactivas, así como las especificidades y elementos de un guion interactivo. (KT06, KT08) KM18. Describir la función social del videojuego e identificar sus elementos y características genéricas. (KT01, KT06, KT08) Habilidades: SM17. Determinar las teorías narrativas y los géneros discursivos y los recursos y técnicas narrativas en la creación de historias adaptadas a los mundos virtuales e inscribirlas en un género concreto. (ST01) SM18. Desarrollar y guionizar narraciones interactivas. (ST02, ST03, ST06) SM19. Utilizar los elementos y características genéricas de los videojuegos en su ideación y desarrollo. (ST02, ST06) Competencias:

	CM22. Diseñar guiones interactivos y propuestas de videojuegos de acuerdo con los principios de responsabilidad ética, respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos. (CT01, CT03) CM23. Elaborar guiones interactivos y propuestas de videojuegos que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales en el marco de un ejercicio profesional sensible a los problemas y retos sociales (CT01, CT02) CM24. Operar autónomamente con iniciativa y proactividad la ideación y el desarrollo de guiones interactivos y propuestas de videojuegos. (CT05, CT07) CM25. Trabajar en equipo en las técnicas y los procesos creativos para la ideación y el desarrollo de guiones interactivos y propuestas de videojuegos. (CT01, CT06)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	157,5	22,5		270	
	% presencialidad	100%	25%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología	Semestre	Idioma
	Teorías Narrativas y Géneros del Discurso		6	OB	2.1	Catalán/ Español
	Teoría y Técnica del Guion		6	OB	3.1	Catalán/ Español
	Géneros en Videojuegos		6	OB	2.2	Catalán/ Español

M9: Tecnología Web	
Número de créditos ECTS	24
Tipología	Obligatorio
Campo de estudio	
Organización temporal	1.2, 2.A, 3.1
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	La materia plantea un recorrido coherente desde las bases de la tecnología web a la complejidad presente en el diseño e implementación de aplicaciones web. Los y las alumnas deben entender las tecnologías web más utilizadas y desarrollar aplicaciones funcionales y páginas web básicas y complejas en distintos lenguajes de programación. Se explican las tecnologías web actuales, sus lenguajes de programación estructurada (HTML, CSS) y estilos. Se incide en aspectos relacionados con el diseño web, el diseño adaptativo, la accesibilidad y la web responsiva para la ideación y desarrollo de aplicaciones y páginas web.

	Se estudia y analiza también el entorno AMJ (Apache, MySQL, Javascript) y los servicios web más utilizados con lenguajes de programación dinámica, así como la sintaxis, codificación y desarrollo en Javascript. La materia proporciona también los conocimientos teórico-prácticos sobre metodologías, tecnologías y herramientas disponibles para el desarrollo de aplicaciones web en servidores locales y en servidores cloud. Los y las estudiantes aprenden el desarrollo de aplicaciones y páginas web, el uso de gestores de contenidos y la integración y el despliegue en el cloud.					
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM19. Describir el rol de la tecnología web e identificar las tecnologías web actuales y más utilizadas desde un punto de vista conceptual y práctico. (KT01, KT05) KM20. Distinguir los lenguajes de programación estructurada y dinámica, así como sus especificidades en el diseño y desarrollo de aplicaciones y páginas web en el ámbito de la comunicación interactiva. (KT04) KM21. Explicar los métodos, técnicas, tecnologías y herramientas adecuadas para el desarrollo de aplicaciones web en servidores locales y virtuales. (KT03, KT06)					
	Habilidades: SM20. Determinar las tecnologías web actuales y más utilizadas y su aplicación en la comunicación interactiva. (ST02) SM21. Utilizar los lenguajes de programación estructurada y dinámica en la creación y desarrollo de aplicaciones y páginas web en el ámbito de la comunicación interactiva (ST02, ST04)					
	Competencias: CM26. Diseñar aplicaciones y páginas web básicas y complejas que respeten los principios éticos y la perspectiva de género y sean sensibles a las demandas y necesidades de la sociedad considerando el contexto económico, regulatorio, social y medioambiental en el que se desarrollan. (CT01, CT02, CT03, CT08) CM27. Elaborar aplicaciones y páginas web funcionales técnicamente, usables para todo tipo de públicos y adaptadas a las características de la organización para quien se crean. (CT01, CT04, CT07, CT08) CM28. Operar de forma autónoma y con iniciativa y proactividad en la creación y el desarrollo de aplicaciones y páginas web en el ámbito de la comunicación interactiva. (CT05, CT07) CM29. Trabajar en equipo en los procesos de ideación, concreción e implementación de aplicaciones y páginas web en el ámbito de la comunicación interactiva. (CT01, CT06).					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas		
	Horas	210	30	360		
	% presencialidad	100%	25%	0%		
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología	Semestre	Idioma

	Introducción a la Tecnología Web	6	OB	1.2	Catalán/ Español
	Programación de Aplicaciones en Tecnología Web	6	OB	3.1	Catalán/ Español
	Servicios Web Avanzados	12	OB	2.A	Catalán/ Español

M10: Marketing	
Número de créditos ECTS	6
Tipología	Optativo
Campo de estudio	
Organización temporal	4.1
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Introducción a los principales conceptos de marketing digital, determinación de KPIs (Indicadores clave de rendimiento), analítica y medición. Se estudian de las principales estrategias de comercialización digital de productos, servicios y marcas del ámbito de la comunicación, así como el análisis del ecosistema digital que introduce el ciberespacio y sus aplicaciones al marketing: plataformas, instrumentos y recursos web. Se reflexiona sobre el perfil del usuario (prosumidor) y sus principales hábitos de uso y consumo de productos digitales. Se explican y analizan también las principales tendencias del sector y su aplicación (inbound marketing, advergaming, brand journalism, blog marketing, storytelling, e-business, mobile marketing, e-commerce), así como se realiza una aproximación a los perfiles profesionales.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM22. Explicar los fundamentos del marketing digital desde un punto de vista teórico y práctico. (KT03) KM23. Identificar las principales estrategias y buenas prácticas de comercialización digital de productos, servicios y marcas en la comunicación digital. (KT03) Habilidades: SM22. Utilizar los principios del marketing digital y sus estrategias en la mejora de la comunicación y la eficiencia de productos y servicios interactivos para con sus usuarios. (ST01, ST03) Competencias: CM30. Diseñar e implementar campañas de marketing digital en Internet, webs y redes sociales. (CT01)

	CM31. Aplicar las principales aplicaciones de marketing digital y métodos de análisis para evaluar los efectos, los resultados y la eficacia de las campañas diseñadas. (CT01, CT02)					
	CM32. Analizar la situación del mercado y de los consumidores para determinar las estrategias de las campañas de marketing online más eficaces. (CT02)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	52,5	7,5		90	
	% presencialidad	100%	25%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología	Semestre	Idioma
	Marketing Digital		6	OP	4.1	Catalán/ Español

M11: Teoría y Técnica de la Animación

Número de créditos ECTS	18
Tipología	MIXTA
Campo de estudio	
Organización temporal	2.2, 3.2, 4.2
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Introducción a la historia y la práctica de la animación básica y avanzada, las técnicas y metodologías de animación y movimiento de objetos en 2D y 3D. Se explica la historia de la animación, la evolución tecnológica de las técnicas de creación de animación y los principios teóricos de la animación 2D. Se incide principalmente en los dibujos animados y la animación en volumen, así como en los generadores de movimiento. Se estudia la complejidad del proceso de producción de una pieza de animación (preproducción, producción y postproducción) y la importancia de las diferentes fases previas que intervienen antes de empezar a animar. Se analizan las aplicaciones prácticas y las posibilidades expresivas de la animación, así como los distintos modelos productivos. Tras esta introducción a la animación, los y las estudiantes deben aprender a concebir y producir una pieza audiovisual utilizando alguna de las técnicas de animación. Se aborda también la animación 3D y se profundiza en sus técnicas de animación. Animación secundaria, puesta en escena, composición de plano y personajes y técnicas de animación facial. Se explican los flujos de trabajo y los roles en la industria, la conceptualización y preparación de una animación en 3D, los principales softwares y el modelado 3D. Los y las estudiantes deben aprender a crear y desarrollar un proyecto de animación. La materia explica también el papel del sonido en sus diferentes manifestaciones como elemento fundamental en la creación de productos interactivos desde un punto de vista

	teórico y práctico. Se estudian los componentes del lenguaje sonoro y su uso en las plataformas y aplicaciones interactivas, la semántica y estética de la voz, la música, los efectos sonoros y el silencio o las estrategias para la elección de músicas y efectos sonoros, así como para la construcción de los perfiles sonoros de personajes (físico, psicológico y acústico). Se incide también en los conceptos de planificación, perspectiva acústica y construcción de paisajes sonoros, arquitectura del ritmo y la edición sonora. Se abordan también aspectos legales como la propiedad de la obra musical, los derechos de autor, los derechos de sincronización, derechos mecánicos y derechos fonográficos.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM24. Explicar los fundamentos, las técnicas y los modelos productivos de la animación 2D y 3D desde un punto de vista teórico y práctico, así como las fases del proceso de producción de una pieza animada. (KT03, KT06) KM25. Definir, desde un punto de vista teórico-práctico, el rol del sonido y de los elementos del lenguaje sonoro (voz, música, efectos sonoros y silencio) en su uso en las producciones, plataformas y aplicaciones interactivas, teniendo en consideración los principales aspectos legales en su utilización. (KT01, KT03, KT06) Habilidades: SM23. Adaptar los principios y las técnicas de la animación en 2D y 3D a los proyectos comunicativos interactivos. (ST03) SM24. Planificar las fases de preproducción, producción y postproducción y los recursos necesarios en los proyectos interactivos animados. (ST03, ST06) SM25. Utilizar adecuadamente el sonido y las técnicas de sonorización en proyectos interactivos en función de los objetivos comunicativos que se persigan. (ST03, ST06) Competencias: CM33. Elaborar proyectos interactivos animados en 2D y 3D para todo tipo de públicos que respeten los principios éticos, democráticos y de diversidad y que sean sensibles a las demandas y necesidades de la sociedad considerando el contexto económico, regulatorio, social, cultural y medioambiental en el que se desarrollan. (CT01, CT02, CT03, CT08) CM34. Dominar la composición del plano y la creación de personajes en 2D y 3D, comenzando por métodos manuales para finalizar con los más sofisticados <i>softwares</i> de modelado existentes. (CT01) CM35. Aplicar las principales técnicas de sonorización en los proyectos comunicativos interactivos según su tipología y público objetivo. (CT01). CM36. Diseñar sonorizaciones creativas para proyectos interactivos, experimentando con las múltiples posibilidades expresivas que ofrecen la voz, la música, los efectos

	sonoros y el silencio, así como las técnicas del montaje y la realización sonora. (CT01, CT08).					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	157,5	22,5		270	
	% presencialidad	100%	25%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología	Semestre	Idioma
	Fundamentos de la Animación		6	OB	2.2	Catalán/ Español
	Animación Avanzada		6	OB	3.2	Catalán/ Español
	Sonorización		6	OP	4.2	Catalán/ Español

M12: Economía

Número de créditos ECTS	6
Tipología	Obligatorio
Campo de estudio	
Organización temporal	3.2
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	La materia explica cómo la innovación se ha convertido en un motor del cambio económico y social, y de qué manera dicha innovación afecta a la tipología y las características internas y externas de las empresas que se crean. Se analizan iniciativas de éxito y buenas prácticas desarrolladas por emprendedores en el ámbito de la comunicación digital. También se abordan aspectos jurídicos y legales esenciales del ámbito de las empresas, gerenciales y económicos básicos de la gestión empresarial, así como cuestiones éticas básicas a desarrollar en una empresa. Los y las estudiantes deben aprender a desarrollar un plan de empresa a partir de una idea propia.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM26. Definir el rol de la innovación en el cambio económico y social actual, así como la tipología y las características internas y externas de las empresas que se crean en el ámbito de la comunicación digital. (KT01, KT05) KM27. Comparar casos de éxito y buenas prácticas de emprendedores en el ámbito de la comunicación digital. (KT02) KM28. Identificar los aspectos jurídicos y legales, económicos y gerenciales de la gestión empresarial, así como las cuestiones éticas a desarrollar en una empresa vinculada a la comunicación digital. (KT01)

	KM29. Distinguir las características de los trabajadores en función de sus responsabilidades laborales. (KT01)					
	Habilidades: SM26. Utilizar los conocimientos jurídicos y legales y de gestión para comprender la estructura de las empresas de los nuevos medios y empresas vinculadas a la comunicación digital. (ST01) SM27. Adaptar las bases y los modelos de gestión empresarial en el emprendimiento, la planificación y la creación de empresas en el ámbito de la comunicación digital. (ST01, ST06) SM28. Desarrollar habilidades de liderazgo e iniciativa para la creación de un proyecto empresarial. (ST02, ST03)					
	Competencias: CM37. Valorar de manera crítica la influencia de la innovación en el emprendimiento y la naturaleza y configuración del tejido empresarial en el ámbito de la comunicación digital. (CT01) CM38. Elaborar un plan de empresa a partir de una idea propia para diseñar proyectos empresariales innovadores y funcionales en el ámbito de la comunicación interactiva para todo tipo de público y organizaciones. (CT01) CM39. Dirigir equipos multidisciplinares de trabajo de forma eficiente en el ámbito de la comunicación digital. (CT06)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	52,5	7,5		90	
	% presencialidad	100%	25%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología	Semestre	Idioma
	Emprendimiento y Creación de Empresas		6	OB	3.2	Catalán/ Español

M13: Big Data	
Número de créditos ECTS	36
Tipología	MIXTA
Campo de estudio	
Organización temporal	3.1, 3.2, 4.2
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	La materia se centra en la extracción, el tratamiento, el análisis de grandes volúmenes de datos para la creación de productos y servicios innovadores. Los contenidos de la

	materia se articulan a partir del Big Data, la inteligencia artificial y la ciberseguridad en la comunicación en general y en la comunicación interactiva en particular. En primer lugar, se realiza una introducción al Big Data y a las bases de datos con la finalidad de conocer los conceptos básicos y las principales prácticas. Se explica el papel del Business Intelligence y su influencia en la toma de decisiones, así como las fuentes de datos (estructura, clasificación, integración y calidad). Se aborda el Open data y la introducción al desarrollo de soluciones de Big Data para inteligencia de negocio. Respecto a las bases de datos, se explican tipos y arquitectura, el modelo de base de datos relacional y los modelos no relacionales. Se incide también en el acceso a contenidos de bases de datos mediante los motores de bases de datos más utilizados. La materia profundiza en el Big Data a través del estudio y la práctica de las arquitecturas Big Data, así como la presentación de soluciones en el cloud y a partir de la captación y tratamiento de datos. Se estudia y analiza el desarrollo de aplicaciones prácticas del Big Data en relación con la inteligencia geográfica y la analítica social. También se incide en el paradigma de datos abiertos como un sistema de trabajo con múltiples posibilidades de aplicación práctica. Se explican las tipologías y aplicaciones prácticas como <i>machine learning</i>, <i>deep learning</i> y <i>data science</i> en el ámbito de la comunicación digital. Los y las estudiantes deben aprender a gestionar, analizar y visualizar grandes volúmenes de información estructurada. Con esta finalidad, se realiza una introducción al lenguaje de programación Python orientado exclusivamente al trabajo con datasets. Se estudia y analiza la infraestructura básica para la manipulación de Big Data, la tipología de datos, las fuentes de datos (Apis, webscrapping, minería de datos), las formas de almacenamiento y la preparación del entorno de trabajo. Se hace hincapié en los métodos de minado de datos, limpieza y transformación de la información para su posterior análisis. Para ello, se abordan las librerías para el análisis y visualización de Big Data. La materia aborda también la inteligencia artificial en la comunicación y el procesamiento del lenguaje natural. Se explica cuál es el papel que juega la IA en el ámbito de la comunicación y de la comunicación interactiva, concretamente. Se reflexiona sobre los beneficios, los riesgos, pero también las oportunidades de la IA en la actualidad. Se estudian y analizan diferentes tecnologías de IA y sus ámbitos de afectación, sus beneficios y limitaciones, así como cuestiones éticas y de autoría. Uno de los ámbitos importantes en la comunicación interactiva es la comunicación hombre-máquina y en este ámbito el procesamiento del lenguaje natural (PLN), capacita a los sistemas informáticos de herramientas de comprensión del lenguaje natural de los humanos, lo que facilita que a los humanos les sea más fácil poder interactuar con estos sistemas sin tener que aprender paradigmas de comunicación poco "naturales". Se analizan las tecnologías de PLN, sus capacidades, beneficios y limitaciones. La materia aborda también la inteligencia artificial generativa desde un punto de vista teórico y práctico. Se explican los conceptos básicos de la IA generativa, sus tipos, modelos y aplicaciones, así como las tecnologías de redes neuronales y de aprendizaje
--	--

	profundo para que los y las alumnas aprenden a interaccionar con ellas y generar contenidos, productos y servicios digitales. También se abordan los aspectos éticos y de propiedad intelectual de estos contenidos generados con IA. La ciberseguridad es otro aspecto fundamental que esta materia trata. En este particular, se explican los sistemas de contenidos y fuentes de comunicación para garantizar la privacidad y la autoría de estos contenidos, valorando cuestiones éticas del cómo y cuándo aplicar estos sistemas. Los y las alumnas aprenden a identificar diferentes tipos de amenazas y como prevenirlas y eliminarlas. Se incide en los sistemas de protección de contenidos, de fuentes y comunicaciones digitales, las redes de anonimización y los servicios ocultos (<i>dark web</i>). Se reflexiona sobre la seguridad, la transparencia y el uso de la tecnología en la comunicación digital.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM30. Describir los conceptos básicos y las principales prácticas del big data, las bases de datos y el rol del business intelligence en la toma de decisiones en la comunicación digital. (KT01, KT03, KT04, KT05) KM31. Explicar las particularidades teórico-prácticas de la inteligencia artificial y de la inteligencia artificial generativa en el ámbito de la comunicación digital, así como los aspectos legales, jurídicos y éticos de los contenidos, productos, aplicaciones y servicios generados con IA. (KT01, KT03, KT07) KM32. Identificar las tecnologías de procesamiento del lenguaje natural (PLN) y su uso en la comunicación digital. (KT03) KM33. Definir el rol de la ciberseguridad y sus sistemas de contenidos y fuentes de comunicación para garantizar la privacidad y la autoría de los contenidos, así como los diferentes tipos de amenazas para su prevención y eliminación en el ámbito de la comunicación digital. (KT03, KT05, KT06) Habilidades: SM29. Determinar los principales conceptos y prácticas del big data y las bases de datos en recopilación, almacenamiento, gestión, tratamiento, análisis y visualización de grandes volúmenes de datos en la comunicación digital. (ST01, ST04, ST07) SM30. Utilizar las tecnologías de redes neuronales y de aprendizaje profundo para generar contenidos, productos y servicios digitales en el ámbito de la comunicación interactiva. (ST04, ST07) SM31. Adaptar los conceptos teórico-prácticos básicos de la ciberseguridad y los sistemas de contenidos y fuentes de comunicación que garantizan la privacidad y la autoría de estos contenidos en el ámbito de la comunicación interactiva. (ST01, ST04, ST07) Competencias:

	CM40. Valorar críticamente los beneficios, las limitaciones, los riesgos, las oportunidades y las cuestiones legales y éticas del big data, la inteligencia artificial y, particularmente, la inteligencia artificial generativa, y la ciberseguridad en la comunicación digital. (CT02) CM41. Extraer, gestionar, tratar, analizar y visualizar grandes volúmenes de datos especialmente procedentes del entorno online (Internet, webs, nuevos medios digitales, redes sociales, etc.) para la ideación, ejecución, evaluación y mejora de proyectos en el ámbito de la comunicación digital. (CT01, CT08) CM42. Elaborar proyectos comunicativos interactivos para todo tipo de público y organizaciones y que respondan a demandas y necesidades de la sociedad y evaluar su eficiencia con el uso del big data, la inteligencia artificial y la inteligencia artificial generativa. (CT01, CT03). CM43. Trabajar en equipo en los procesos de creación y desarrollo de proyectos relacionados con el big data, las bases de datos, la inteligencia artificial, la inteligencia artificial generativa y la ciberseguridad. (CT01, CT06).				
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	315	45	540	
	% presencialidad	100%	25%	0%	
Asignaturas	Denominación	ECTS	Tipología	Semestre	Idioma
	Introducción al Big Data y a las Bases de Datos	6	OB	3.1	Catalán/ Español
	Escenarios y Usos de Big Data	6	OB	3.2	Catalán/ Español
	Análisis y Visualización de Big Data	6	OP	4.2	Catalán/ Español
	Inteligencia Artificial en la Comunicación y Procesamiento del Lenguaje Natural	6	OB	3.2	Catalán/ Español
	Inteligencia Artificial Generativa	6	OP	4.2	Catalán/ Español
	Ciberseguridad en la Comunicación	6	OP	4.2	Catalán/ Español

M14: Gestión de Datos

Número de créditos ECTS

18

Tipología	Optativo
Campo de estudio	
Organización temporal	4.1
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	La materia se centra en la gestión de proyectos complejos en los que participan un importante número de personas y oficios. Se aborda en primer lugar los aspectos relativos a la gestión y presentación de proyectos. Se explica el concepto de proyecto y las características que lo definen, y su ciclo de vida (planificación, organización, implementación, desarrollo y control). Se estudian y trabajan las técnicas y prácticas para hablar en público y la creación y la estructura de discursos orales para hacer presentaciones de proyectos. Para ello, se introduce a los y las estudiantes en metodologías y herramientas digitales para la gestión de proyectos. Se analizan también buenas prácticas en las presentaciones profesionales. Las etapas en dirección y gestión, así como evaluación de proyectos son aspectos claves a analizar y practicar. Al final del curso, los alumnos deben aprender a elaborar un planteamiento, organización, motivación y control de los recursos económicos y humanos con el propósito de alcanzar uno o varios objetivos. La materia incide de forma específica en cómo los sistemas de comunicación real videojuegos, aplicaciones, traducciones de web, entre otros productos y servicios usan y adaptan la lengua catalana en la comunicación interactiva. La materia plantea también una introducción a la analítica web y la analítica digital (aplicada a redes sociales y plataformas digitales) para la toma de decisiones en el ámbito empresarial, social y cultural. Se explican las técnicas de recolección de datos para la elaboración de informes a partir de la información obtenida de Internet con el fin de optimizar procesos. Se ahonda también en los sistemas de medición y recogida de datos y las herramientas de analítica web, así como en la analítica social y analítica <i>mobile</i> y las estrategias de medición. Los y las estudiantes aprenden a recopilar, tratar y analizar datos procedentes de Internet, redes sociales y páginas web con la finalidad de tomar decisiones estratégicas, realizar informes de audiencias y analizar fenómenos culturales y sociales que suceden en la comunicación digital.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM34. Explicar de forma teórica y práctica el concepto de proyecto, su ciclo de vida y los aspectos relativos a la gestión y presentación de proyectos en la comunicación digital. (KT03) KM35. Identificar las técnicas y prácticas para hablar en público, así como las buenas prácticas en las presentaciones profesionales de proyectos comunicativos interactivos. (KT03) KM36. Explicar los sistemas de comunicación real utilizados en la comunicación interactiva. (KT01)

	KM37. Describir los principios teórico-prácticos de la analítica web y la analítica digital y su uso para la toma de decisiones en el ámbito empresarial, social y cultural. (KT01)					
	Habilidades:					
	SM32. Adaptar las metodologías y herramientas digitales para la dirección y gestión de proyectos en el ámbito de la comunicación interactiva. (ST03, ST04)					
	SM33. Utilizar los sistemas de medición y recogida de datos, las herramientas de analítica web, la analítica social y la analítica mobile, así como las estrategias de medición en la ideación, desarrollo y evaluación de proyectos en la comunicación digital. (ST03, ST04, ST07)					
	SM34. Determinar el uso y la adaptación de la lengua catalana por parte de los distintos sistemas de comunicación real en el ámbito de la comunicación digital. (ST02)					
	Competencias:					
	CM44. Gestionar y presentar proyectos en el ámbito de la comunicación interactiva que respondan a problemas, demandas y retos sociales, y que promuevan beneficios sociales, económicos y medioambientales. (CT1, CT02, CT08)					
	CM45. Aplicar la analítica web y la analítica digital para optimizar procesos y mejorar la eficiencia de proyectos en el ámbito de la comunicación digital de acuerdo con los principios éticos, deontológicos y de perspectiva de género. (CT1, CT03)					
	CM46. Valorar de manera crítica el uso y la adaptación de la lengua catalana en los sistemas de comunicación real en el ámbito de la comunicación digital. (CT03)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	157,5	22,5		270	
	% presencialidad	100%	25%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología	Semestre	Idioma
	Gestión y Presentación de Proyectos		6	OP	4.1	Catalán/ Español
	Analítica Digital		6	OP	4.1	Catalán/ Español
	El Uso del Catalán en los Proyectos Interactivos		6	OP	4.1	Catalán/ Español

M15: Arquitectura de Entornos Virtuales	
Número de créditos ECTS	30
Tipología	Optativo
Campo de estudio	

Organización temporal	4.1, 4.2
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	La materia explica la creación de objetos digitales y su posterior integración en una película, juego o aplicación de realidad virtual o de realidad aumentada. Se incide en lo que comúnmente se ha conocido como efectos especiales y en la generación de los entornos donde insertar objetos y personajes en el desarrollo de realidades virtuales y aumentadas. Se introduce también a los y las estudiantes en la creación de personajes desde los métodos manuales a los tridimensionales y generados por ordenador. Se explica el diseño de geografías, mapas y arquitecturas para videojuegos y aplicaciones de realidad virtual y aumentada, diseño de escenarios exteriores y creación de terrenos texturizados, cielo, vegetación, niebla y viento. Se incide también en la importación de modelos estáticos y animados, la iluminación de la escena, los tipos y parámetros de las luces y sombras, así como en los tipos y parámetros y los sistemas de partículas y los videojuegos 3D con escenarios interiores. Se hace hincapié en las técnicas eficientes de visibilidad de mapas para mejorar el realismo. Los y las estudiantes aprenden el uso del programario estandarizado en el ámbito profesional. Se proporcionan también los conocimientos sobre modelado, escultura y renderizado de objetos digitales. Se incide en la creación y manipulación de objetos 3D, así como en las estructuras, las técnicas y las herramientas de modelado y escultura de objetos digitales. Los y las estudiantes aprenden a utilizar las herramientas de modelado de un programa de creación 3D para modelar objetos. La materia explica la arquitectura de nodos para crear materiales, luces, motor de render y el uso de la cámara, integración y efectos especiales sobre objetos 3D, animación y combinación de secuencias. Se incide también en la realización de <i>riggings</i>, <i>skinnings</i>, animaciones e interfaces competitivas. Los y las estudiantes deben aprender a integrar modelos 3D (escenarios, objetos y personajes) en proyectos interactivos como videojuegos y aplicaciones. La materia se adentra también en la concepción, el diseño y la implementación de proyectos de realidad virtual y realidad aumentada. Se explican los elementos de una aplicación de realidad virtual y aumentada, los tipos de interacciones, los dispositivos de realidad virtual y aumentada y los tipos de aplicaciones. Los y las estudiantes aprenden el desarrollo y la gestión de un proyecto de realidad virtual y realidad aumentada. Finalmente, se introduce al alumnado en los fundamentos del modelado manual de personajes a partir de los aspectos de la anatomía humana, de la expresión, los movimientos y las formas. Se explica el proceso de creación de personajes desde la conceptualización, el diseño básico, el moldeado de una maqueta física y su traspaso a un entorno digital y se proporcionan conocimientos sobre moldeado 3D, <i>shading</i> y <i>rigging</i>.
	Conocimientos:

Resultados del aprendizaje de la MATERIA	KM38. Distinguir los fundamentos y los conceptos teórico-prácticos en el diseño de geografías, mapas y arquitecturas para videojuegos y aplicaciones de realidad virtual y realidad aumentada, así como sus aspectos tecnológicos y de programación específicos en proyectos comunicativos interactivos. (KT03, KT05, KT06)					
	KM39. Identificar los aspectos específicos de diseño, creación, moldeado, manipulación e integración de modelos digitales 3D (escenarios, objetos y personajes) y sus técnicas y herramientas desde un punto de vista conceptual y práctico. (KT03, KT04, KT06)					
	KM40. Reconocer los fundamentos del modelado manual de personajes en la creación de personajes dotados de expresividad y movimiento. (KT03, KT06)					
	Habilidades:					
	SM35. Determinar los fundamentos del diseño de geografías, mapas y arquitecturas para su utilización en proyectos interactivos de realidad virtual y realidad aumentada. (ST02, ST04, ST06)					
	SM36. Utilizar las técnicas y herramientas adecuadas en el diseño, creación, moldeado, manipulación e integración de objetos, escenarios y personajes digitales 3D. (ST02, ST03, ST06)					
	SM37. Utilizar el modelado manual de personajes en la creación de personajes dotados de expresividad y movimiento. (ST02, ST03, ST06)					
	Competencias:					
	CM47. Diseñar entornos virtuales (geografías, mapas y arquitecturas) y objetos y personajes digitales para utilizarlos como contexto de narraciones. (CT01)					
	CM48. Elaborar proyectos comunicativos interactivos de realidad virtual y realidad aumentada que integren elementos digitales y del mundo real para todo tipo de públicos y organizaciones, sensibles a la perspectiva de género y de acuerdo con los principios éticos y deontológicos en el ámbito de la comunicación digital. (CT01, CT03, CT04).					
	CM49. Diseñar proyectos comunicativos interactivos de realidad virtual y realidad aumentada innovadores y funcionales para sus usuarios que promuevan beneficios sociales, económicos y medioambientales. (CT01, CT02, CT08).					
	CM50. Trabajar en equipo en los procesos de creación e integración de modelos digitales 3D, de desarrollo y gestión de proyectos de realidad virtual y realidad aumentada y de creación de personajes con modelado manual. (CT01, CT06).					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	262,5	37,5		450	
	% presencialidad	100%	25%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología	Semestre	Idioma
	Arte y Arquitectura de Mapas y Entornos Virtuales		6	OP	4.1	Catalán/ Español

	Creación de Objetos Digitales	6	OP	4.1	Catalán/ Español
	Integración de Objetos Digitales	6	OP	4.2	Catalán/ Español
	Fundamentos del Modelado de Personajes	6	OP	4.2	Catalán/ Español
	Realidad Aumentada y Virtual	6	OP	4.1	Catalán/ Español

M16: Prácticas en Empresas y/o Instituciones	
Número de créditos ECTS	12
Tipología	Optativo
Campo de estudio	
Organización temporal	4.0
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	Período de formación práctica durante el cual los y las estudiantes se integran en el área de comunicación interactiva de una empresa, institución o cualquier otro tipo de organización, adecuándose a sus rutinas productivas y actividades profesionales.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM41. Reconocer, en el entorno profesional, tanto los conocimientos teóricos como prácticos que utilizan las empresas, instituciones y otro tipo de organizaciones para la creación, desarrollo y gestión de sus proyectos comunicativos interactivos. (KT01, KT03, KT04, KT05, KT06, KT07, KT08).
	Habilidades: SM38. Adaptar al ámbito profesional los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos sobre la creación, desarrollo y gestión de cualquier tipo de proyecto comunicativo interactivo. (ST01, ST02, ST03, ST04, ST05, ST06, ST07) SM39. Comunicar información, ideas y argumentos con adecuación y corrección en catalán, español e inglés estándar en el desarrollo de las rutinas productivas y actividades profesionales en el ámbito de la comunicación interactiva. (ST08)
	Competencias: CM51. Aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas a lo largo del grado en el ámbito de la comunicación interactiva de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos. (CT01, CT03, CT04).

	CM52. Trasladar los aprendizajes adquiridos en el grado a las dinámicas profesionales de la empresa, institución u organización receptora, atendiendo a sus características y necesidades en el ámbito de la comunicación interactiva. (CT02) CM53. Incorporar en la práctica profesional comunicativa de la empresa, institución u organización receptora, las capacidades de adaptación al entorno, iniciativa, proactividad, trabajo en equipo y respeto a sus compañeros y compañeras independientemente de su raza, ideología, género, etc. (CT04, CT05, CT06, CT07)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas		Autónomas	
	Horas	0	21		279	
	% presencialidad	100%	25%		0%	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología	Semestre	Idioma
	Prácticas en Empresas y/o Instituciones		12	PRO	4.0	Catalán/ Español/ Inglés

M17: Trabajo de Fin de Grado	
Número de créditos ECTS	12
Tipología	TFG
Campo de estudio	
Organización temporal	4.A
Modalidad	Presencial
Contenidos de la materia	El Trabajo de Fin de Grado (TFG) presenta dos modalidades: a) Desarrollo de un trabajo de investigación sobre algún tema relevante en el ámbito científico de la comunicación interactiva; b) Desarrollo de un trabajo de proyecto que consiste en idear, plantear y desarrollar un proyecto comunicativo interactivo.
Resultados del aprendizaje de la MATERIA	Conocimientos: KM42. Reconocer las principales teorías de la comunicación interactiva para establecer las bases científicas sobre las que se sustentará el trabajo de investigación. (KT01) KM43. Identificar las etapas, los fundamentos teóricos, los conocimientos, las tecnologías, los procesos, las herramientas y el contexto tecnológico, económico, legislativo, social y medioambiental para la creación, desarrollo y gestión de cualquier tipo de proyecto comunicativo interactivo. (KT01, KT03, KT04, KT05, KT06, KT07, KT08) Habilidades: SM40. Integrar los fundamentos teóricos y los conocimientos adquiridos a lo largo del grado en el planteamiento y desarrollo de una investigación en el ámbito científico de la comunicación interactiva o de un proyecto interactivo comunicativo. (ST01, ST02)

	SM41. Determinar las fases y las metodologías que intervienen en la elaboración y ejecución de una investigación en el ámbito científico de la comunicación interactiva. (ST01) SM42. Planificar y desarrollar un proyecto comunicativo interactivo. (ST03, ST04, ST05) SM43. Comunicar conocimientos, ideas y argumentos de forma escrita y oral con adecuación y corrección en catalán, español e inglés estándar en la realización y presentación del resultado de investigación o del proyecto. (ST08) Competencias: CM54. Aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo del grado en el desarrollo de un resultado de investigación o proyecto innovador y funcional para todo tipo de públicos y organizaciones de acuerdo con los principios éticos, de perspectiva género e inclusión social. (CT01, CT03, CT04, CT08). CM55. Elaborar pensamiento crítico en torno al impacto tecnológico, económico, regulatorio, cultural, social y medioambiental de la comunicación interactiva en la realización de un resultado de investigación o proyecto. (CT02)					
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas		
	Horas	9	12	279		
	% presencialidad	100%	25%	0%		
Asignaturas	Denominación		ECTS	Tipología	Semestre	Idioma
	Trabajo de Fin de Grado		12	TFE	4.A	Catalán/ Español/ Inglés

Tabla de relación resultados de aprendizaje de Titulación / Materias

Resultados de aprendizaje de TITULACIÓN (T)																	
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M13	M14	M15	M16	M17
KT01	KM01 KM02		KM05 KM06					KM18 KM19			KM25	KM26 KM28 KM29	KM30 KM31	KM36 KM37		KM41	KM42 KM43
KT02	KM02					KM11						KM27					
KT03	KM03				KM10	KM11 KM12	KM14 KM15		KM21	KM22 KM23	KM24 KM25		KM30 KM31	KM34 KM35	KM38 KM39	KM41	KM43

													KM32		KM40		
													KM33				
KT04			KM04	KM07		KM11											
				KM08		KM12			KM20				KM30		KM39	KM41	KM43
				KM09		KM13											
KT05				KM08					KM19			KM26	KM30		KM38	KM41	KM43
												KM33					
KT06								KM16							KM38		
	KM03			KM09				KM17	KM21		KM24				KM39	KM41	KM43
								KM18			KM25		KM33		KM40		
KT07						KM13							KM31			KM41	KM43
KT08								KM16									
			KM06					KM17								KM41	KM43
								KM18									
ST01																	
	SM01		SM07					SM17		SM22		SM26	SM29				SM40
												SM27	SM31			SM38	SM41
ST02																	
	SM02			SM08		SM12		SM18	SM20						SM35		
				SM09		SM13		SM19	SM21			SM28		SM34	SM36	SM38	SM40
															SM37		
ST03																	
	SM02	SM05		SM10	SM11	SM12	SM15	SM18		SM22	SM24	SM28		SM32	SM36		
														SM33	SM37	SM38	SM42
ST04																	
	SM02			SM10		SM12							SM29				
						SM13			SM21				SM30	SM32	SM35	SM38	SM42
						SM14							SM31	SM33			
ST05																	
				SM10		SM12											
																SM38	SM42
ST06																	
	SM02	SM04		SM10	SM11			SM18			SM24					SM35	
								SM19			SM25	SM27				SM36	SM38
																SM37	
ST07																	
						SM14							SM29				
													SM30	SM33		SM38	
													SM31				
ST08																	
	SM03	SM06						SM16								SM39	SM43

CT01	CM01 CM04		CM07	CM09	CM12	CM14 CM17	CM18 CM19 CM21	CM22 CM23 CM25	CM26 CM27 CM29	CM30 CM31	CM33 CM34 CM35 CM36	CM37 CM38	CM41 CM42 CM43	CM44 CM45	CM47 CM48 CM49 CM50	CM51	CM54
CT02	CM01		CM06 CM07				CM19	CM23	CM26	CM31 CM32	CM33		CM40	CM44	CM49	CM52	CM55
CT03	CM02		CM07 CM08	CM10		CM14	CM18	CM22	CM26		CM33		CM42	CM45 CM46	CM48	CM51	CM54
CT04	CM01 CM02	CM05	CM08			CM14			CM27						CM48	CM51 CM53	CM54
CT05	CM03 CM04			CM11	CM13		CM20	CM24	CM28							CM53	
CT06	CM04					CM17	CM21	CM25	CM29			CM39	CM43		CM50	CM53	
CT07				CM11			CM20	CM24	CM27 CM28							CM53	
CT08						CM15 CM16	CM19		CM26 CM27	CM33 CM36		CM41	CM44	CM49			CM54
	10	5	6	9	4	10	8	10	9	6	9	10	11	10	10	6	8
TOTAL TÍTULO = 24 (máx. 25)	SUBTOTAL por MATERIA = máx. 8																

4.2. Actividades y metodologías docentes

4.2.a) Materias/ asignaturas básicas, obligatorias y optativas

(300 palabras máximo)

Los resultados de aprendizaje (RAs) previstos en cada una de las materias se trabajan mediante actividades formativas dirigidas, supervisadas y autónomas, buscando siempre su adecuación y coherencia con los resultados generales de la titulación.

Las actividades dirigidas se emplearán para la consecución de los RAs de conocimiento, habilidades y competencias. En el caso de los RAs de conocimiento, las clases magistrales y los seminarios y talleres son metodologías idóneas para desarrollarlos. En cambio, para la consecución de los RAs de habilidades y de competencias se apostará por metodologías más orientadas a la simulación de la práctica profesional en las que se potencie tanto el trabajo individual como el trabajo cooperativo. Entre estas metodologías se encuentran las prácticas de aula, con estudios de caso,

resolución de problemas y exposiciones orales, y las prácticas de laboratorio, las cuales se realizarán en espacios específicos como aulas informatizadas, estudios de radio, platós de televisión, estudios de fotografía, etc. También cabe incluir, entre las actividades dirigidas, las discusiones y debates grupales, los cuales favorecen la adquisición de conocimientos y permiten relacionar entre sí los aprendizajes teóricos.

En el caso de las Prácticas en empresas y/o instituciones, que son optativas, el alumnado se integra temporalmente en una organización (empresa, institución, etc.), lo que le permite aprender, de manera directa, las principales rutinas profesionales relacionadas con sus actividades comunicativas. Las prácticas son doblemente supervisadas, ya que el estudiante cuenta con un tutor profesional designado por la organización en la que se desarrolle y con un tutor académico designado por la Facultad, el cual se encarga de velar por el cumplimiento de los acuerdos establecidos en el convenio de colaboración y evaluar la evolución del alumno y los resultados de su aprendizaje. La normativa de las prácticas externas de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB puede consultarse siguiendo [este enlace](#).

Por lo que respecta a las actividades supervisadas, se contempla la realización de tutorías individuales o grupales, que proporcionan una atención y seguimiento más próximo al alumnado y un mejor acompañamiento durante la realización de los distintos trabajos y proyectos. Este tipo de actividades están concebidas para contribuir especialmente a la consecución de RAs de conocimiento y habilidades.

Entre las actividades autónomas, propuestas para la consecución de RAs de habilidades y competencias, destacan el estudio personal, la realización de trabajos individuales o grupales, la lectura de artículos o informes y la consulta de la bibliografía recomendada.

4.2.b) Prácticas académicas externas (obligatorias)

(200 palabras máximo)

No procede

4.2.c) Trabajo de fin de Grado o Máster

(200 palabras máximo)

Para el [TFG](#), al alumnado se le da la posibilidad de escoger entre la elaboración proyecto comunicativo interactivo (proyecto profesional) o la elaboración de una investigación sobre algún tema relevante de la comunicación interactiva. Ambas modalidades contribuyen a que el alumnado profundice en el estudio de un tema original de su interés, teniendo así la oportunidad de aplicar, de manera autónoma, transversal e integrada, los conocimientos y competencias adquiridos durante el grado.

El proyecto exige la ideación, el planteamiento y el desarrollo del producto, aplicación, plataforma web o servicio, por lo que el/la estudiante se enfrenta a la complejidad de la realidad profesional y genera propuestas innovadoras y competitivas. La investigación, por su parte, adentra al alumnado en el análisis de un objeto de estudio o la resolución de un problema de conocimiento, utilizando fuentes documentales y aplicando los métodos y técnicas propios del método científico.

El TFG se realizará bajo la supervisión de un/a docente con el/la que el alumnado deberá mantener al menos cuatro tutorías obligatorias. Las tutorías tienen un carácter formativo, dado que en ellas

se establecen las bases del proyecto o la investigación, objetivos, bibliografía, metodología, etc. También se establece un calendario de trabajo y se dan las pautas para su realización.

Es obligatoria la defensa oral del trabajo y su calificación depende de la valoración de su tutor/a (60%) y de un/a revisor/a (40%).

Para más información sobre el proceso PC11 (Gestión de los trabajos de fin de estudios), se puede consultar [esta página](#) del sitio web de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

4.3. Sistemas de evaluación

4.3.a) Evaluación de las materias/asignaturas¹ básicas, obligatorias y optativas

(300 palabras máximo)

El sistema de evaluación se ajusta a la [normativa académica](#) vigente de la UAB, así como a las directrices que en esta materia fija la Facultat de Ciències de la Comunicació. Se contemplan dos modalidades: evaluación continuada y evaluación única, en este caso previa solicitud del alumnado. El listado de asignaturas con la opción de evaluación única, así como el calendario de presentación y resolución de solicitudes, [se pueden consultar esta página web](#).

Por lo que respecta a la evaluación continuada, ha de incluir un mínimo de tres actividades de evaluación de dos tipologías distintas. Ninguna de ellas debe representar más del 50% de la calificación final. Para más información sobre la evaluación de los alumnos se puede acceder [a esta página del sitio web de la Facultad de Ciencias de la Comunicación \(proceso PC05\)](#).

Las actividades de evaluación varían en función del carácter de cada asignatura y de los RA asignados. En aquellas eminentemente teóricas, las pruebas escritas son las más adecuadas para evaluar los RA de conocimientos. Por su parte, los informes y memorias, así como sus presentaciones orales, constituyen métodos idóneos para los RA de habilidades y competencias.

En el caso concreto de la materia 'Prácticas en empresas y/o instituciones' el sistema de evaluación contempla tres evidencias: informe del tutor o tutora de la empresa, que supone el 60% de la nota final, la memoria de prácticas elaborada por el alumnado (30%), la cual es evaluada por el/la tutor/a académico/a y la supervisión del tutor/a académico/a durante el período de las Prácticas en empresas y/o instituciones (10%).

Dado que la mayoría de las asignaturas tiene un elevado componente práctico, los sistemas de evaluación aplicados son diversos y se adaptan a las características de las actividades formativas programadas. Por este motivo, tienen mayor relevancia los RA de habilidades y de competencias, sin menoscabo de los RA de conocimientos. Los principales sistemas de evaluación utilizados son: prácticas de laboratorio, resolución de problemas, elaboración de proyectos, producción de productos o servicios de todo tipo para los diversos medios y dispositivos y realización de informes y trabajos de investigación.

Todos los sistemas de evaluación y su valor en la calificación final quedan reflejados en [la guía docente de cada asignatura](#).

Normativa académica UAB (Título V. Evaluación):

https://www.uab.cat/doc/TR_normativa_academica_UAB

4.3.b) Evaluación de las Prácticas académicas externas (obligatorias)**(200 palabras máximo)**

No procede

4.3.c) Evaluación del Trabajo de fin de Grado o Máster**(200 palabras máximo)**

El sistema de evaluación aplicado se ajusta a las [directrices fijadas](#) por la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona.

[El Trabajo de Fin de Grado \(TFG\) contempla dos modalidades](#): una investigación académica o un proyecto de comunicación interactiva. El sistema de evaluación es común a ambas modalidades. Los dos componentes fundamentales que son evaluados son una memoria escrita y su defensa pública. Para cada TFG se asigna un/a tutor/a y un/a revisor/a, responsables respectivamente del 60% y del 40% de la calificación final.

Los criterios de evaluación que sigue el/la tutor/a para ambas modalidades son: aspectos formales (15%), seguimiento de las tutorías (10%), defensa (10%) y aspectos globales de la ejecución del trabajo (15%). Son específicos de la modalidad de investigación el marco teórico (20%) y la metodología aplicada (30%). En la modalidad de proyecto los criterios específicos son el de estudios y antecedentes del tema (20%) y el contenido y elaboración del plan de comunicación propiamente dicho (30%).

Por su parte, el/la revisor/a aplica los mismos criterios que el tutor para ambas modalidades, con la excepción del seguimiento de las tutorías y la defensa del TFG. Para más información sobre las rúbricas de evaluación del Trabajo de fin de Grado, se puede consultar esta página del sitio web de nuestra Facultat.

El perfil del/la tutor/a y del/la revisor/a es el de un/a profesor/a que imparte clase en el grado con un interés investigador o profesional relacionado con el ámbito de la comunicación interactiva, lo cual permite tutorizar y valorar los TFGs.

El alumnado culmina sus estudios en la titulación con la defensa oral del Trabajo Fin de Grado (TFG) en un acto público. La defensa del trabajo de fin de grado se lleva a cabo ante el/la tutor/a del TFG, que será el/la encargado/a, una vez concluida la exposición, de formular las preguntas y/o las observaciones que considere oportunas.

En el acto de [defensa pública](#) se evalúan las competencias del/la estudiante a la hora de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado. Se presta especial atención a la construcción del discurso oral y su coherencia académica con el trabajo presentado por escrito, así como a la capacidad de síntesis. En este sentido, el/la estudiante deberá exponer todo su argumentario en un máximo de 10 minutos, por lo que también será tenida en cuenta la gestión adecuada del tiempo.

Para más información sobre el proceso PC11 (Gestión de los trabajos de fin de estudios), se puede consultar [esta página](#) del sitio web de la Facultat de Ciències de la Comunicació.

4.4. Estructuras curriculares específicas

(300 palabras máximo)

No existen estructuras curriculares específicas

5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

5.1. Perfil básico del profesorado

5.1.a) Descripción de la plantilla de profesorado del título

(700 palabras máximo)

La amplia mayoría del profesorado que interviene en el grado está adscrito a las tres áreas de conocimiento principales que posibilitan la comunicación interactiva. En primer lugar, las dos grandes áreas de conocimiento que tradicionalmente se han encargado de impartir los estudios de Comunicación en España por este orden de importancia el área de Comunicación Audiovisual y Publicidad y el área de Periodismo. El profesorado de estas dos áreas representa el 66,7% del personal docente del grado. La tercera área de conocimiento es la de Ciencias de la Computación e Inteligencia artificial, con un 20,4% del profesorado del grado. En conjunto, el profesorado perteneciente a estas tres áreas de conocimiento representa el 87% del personal docente que la UAB destina al grado en Comunicación interactiva. El resto se reparte entre otras tres áreas de conocimiento, cuyo profesorado, externo a la Facultad, se encarga esencialmente de las asignaturas de Formación básica y Obligatorias propias de la rama de Ciencias Sociales y Humanidades (Derecho y Lengua) y de Ciencias (Física de la materia condensada). Así, el profesorado que imparte mayoritariamente docencia en el grado pertenece a los cuatro departamentos que integran la Facultat de Ciències de la Comunicació ([Dpto. de Comunicación Audiovisual y Publicidad](#), [Dpto. de Periodismo y Ciencias de la Comunicación](#), [Dpto. de Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual](#) y [Dpto. de Medios, Comunicación y Cultura](#)), y el resto forma parte de seis departamentos interfacultativos de la UAB ([Dpto. de Ingeniería de la Información y de las Comunicaciones](#), [Dpto. de Ciencias de la Computación](#), Dpto. de Ciencia Política y de Derecho Público, Dpto. de Filología Catalana, Dpto. de Filología Española y Dpto. de Física).

Como puede observarse en la tabla 6, de los/las 54 profesores/as que participan en la docencia del título, el 42,59% son doctores/as y, de entre ellos, el 86,96% están acreditados. Estas cifras son muy significativas si se tiene en cuenta que buena parte del

profesorado es asociado (44,4%), frente al casi 26% de permanentes 1 o 7,4% de lectores (ayudantes doctores). Entre los profesores permanentes 1, el 7% son catedráticos/as, el 72% titulares de universidad y el 21% agregados/as.

El carácter profesionalizador del grado, su especificación y la propia evolución del contexto tecnológico en el cual se enmarca explican ese porcentaje de asociados al que nos hemos referido, una figura por la que tanto los departamentos mayoritarios como la Facultad han venido apostando para garantizar un contacto directo de sus titulaciones con la realidad profesional, especialmente significativa en el caso de este grado.

Por otra parte, también es notable el número de profesores/as de la categoría “otros” que representan más del 22% de la plantilla docente. Este profesorado, que en su mayoría pertenece a la nueva figura de profesor/a sustituto/a derivada de la LOSU, viene a reemplazar a aquel otro, generalmente permanente 1, que desarrolla tareas de gestión, que se encuentra de permiso por sabático o que está de baja laboral, por lo que esta cifra puede variar de un curso a otro. Se trata, sobre todo, de profesores/as recién doctorados o que están a punto de finalizar su tesis.

En su conjunto, el profesorado que imparte docencia en este grado suma 70 quinquenios y cuenta con 40 sexenios, datos que acreditan la relevancia de su experiencia y trayectoria docente. Los docentes que cuentan con este reconocimiento, es decir, todos/as los/as permanentes 1 son los responsables de la formación teórica, principalmente en el primer ciclo del grado. Por su parte, el profesorado asociado se encarga esencialmente, de las asignaturas obligatorias y optativas más específicas en cuanto a sus conocimientos que se cursan en el segundo ciclo.

Con relación a la experiencia investigadora, el profesorado de los diez departamentos que imparten docencia pertenece a 14 grupos de investigación, 12 de ellos son grupos de investigación consolidados reconocidos por la Generalitat de Catalunya y dos son grupos reconocidos por la Universitat Autònoma de Barcelona. Algunos de estos grupos tienen una trayectoria de más de 20 años, como es el caso del [Computer Vision Center \(CVC\)](#), [Barcelona Science and Technology Studies Group \(STS-b\)](#), [Grupo de Investigación Instituto de Derecho y Tecnología \(IDT\)](#), [Gabinete de Comunicación y Educación](#), el [Grupo de Investigación en Comunicación Sonora, Estratégica y Transparencia \(ComSET\)](#), que desde 2019 aglutina a los antiguos Grupo Publliradio, Grupo de Investigación en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional y al [Laboratorio de Periodismo y Comunicación para la Ciudadanía](#)) o el [Grupo de Investigación en Imagen, Sonido y Síntesis \(GRISS\)](#). En la última década, la capacidad investigadora del profesorado de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB ha sido notable. Se han realizado más de 1.500 publicaciones, entre las cuales destacan casi 900 artículos científicos, más de 150 libros y más de 450 capítulos de libro. Así mismo, en los programas de doctorado de los cuatro departamentos se han defendido cerca de 250 tesis doctorales.

Destacar, finalmente, que el volumen de profesorado que periódicamente realiza los cursos que anualmente ofrece la UAB para la mejora de la docencia es notable, así como también

lo es el de aquel profesorado que ha recibido financiación para desarrollar proyectos de innovación en este ámbito.

Para una información más detallada sobre el perfil del profesorado del grado en Comunicación Interactiva puede consultarse el [siguiente enlace](#).

5.1.b) Estructura de profesorado

Tabla 6. Resumen del profesorado asignado al título

Categoría	Núm.	ECTS (%) ¹	Doctores/as (%)	Acreditados/as (%)	Sexenios	Quinquenios
Permanentes 1	14	74,84 (24,67%)	14 (100%)	14 (100%)	40	70
Permanentes 2	0	0	0	0	0	0
Lectores	4	19,84 (6,54%)	4 (100%)	4 (100%)	0	0
Total a tiempo completo	18	94,68 (31,21%)	18 (100%)	18 (100%)	40	70
Asociados	24	150,40 (49,58%)	4 (16,67%)	2 (8,33%)	0	0
Sustitutos	9	42,52 (14,02%)	1 (8,33%)	0	0	0
Otros	3	15,77 (5,20%)	0	0	0	0
Total a tiempo parcial	36 (8,70 PTCE)	208,69 (68,79%)	5 (13,89%) (1,25 PTCE)	0	0	0
Total	54 (26,70 PTCE)	303,37 (100%)	23 (42,59%) (72,10% 19,25 PTCE)	20 (37,04%)	40	70

Permanentes 1: profesorado permanente para el que es necesario tener un doctorado (CC, CU, CEU, TU, agregado y asimilables en centros privados).

Permanentes 2: profesorado permanente para el que no es necesario ser doctor (TEU, colaboradores y asimilables en centros privados).

Otros: profesorado visitante, becarios, etc.

El profesorado funcionario (CU, TU, CEU y TEU) se considerará acreditado.

¹ Solo se consideran los créditos de formación académica, excluyendo los correspondientes a las Prácticas y al Trabajo de Fin de Grado/Máster.

Nota: el profesorado acreditado representa un 86,96% del profesorado doctor, con lo cual se supera el 60% de acreditados sobre el total de doctores, requisito establecido por el RD 640/2021.

Así mismo, el porcentaje de profesorado doctor cumple los requisitos establecidos. El profesorado doctor lo componen 14 permanentes, 4 lectores, más el profesorado asociado doctor y los doctores que ocupan otras figuras contractuales. Teniendo en cuenta para el profesorado no permanente que, un profesor a tiempo completo equivalente (PTCE) imparte 24 ECTS, podemos determinar a cuantos profesores a tiempo completo equivalen los profesores a tiempo parcial, 8,70 PTCE (208,69/24). De estos el profesorado asociado doctor son un total de 1,05 PTCE (25,07/ 24) y 0,20 PTCE (4,86/ 24) categoría "otros". Por tanto, el número de profesorado a tiempo completo doctor es 19,25 (14+0+4+1,05+0,20) que representa un 72,10% de profesorado doctor en la titulación.

5.2. Perfil detallado del profesorado

5.2.a) Detalle del profesorado asignado al título por ámbito de conocimiento

Tabla 7a. Detalle del profesorado asignado al título por ámbitos de conocimiento.

Área o ámbito de conocimiento 1: DERECHO CONSTITUCIONAL		
Número de profesores/as	2	
Número y % de doctores/as	1 (50%)	
Número y % de acreditados/as	1 (50%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	1
	Permanentes 2:	0
	Lectores:	0
	Asociados:	1
	Sustitutos:	0
	Otros:	0
Materias / asignaturas	Derecho Derecho Digital y de las TIC	
ECTS impartidos (previstos)	8,31	
ECTS disponibles (potenciales)	265,68	

Área o ámbito de conocimiento 2: CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL		
Número de profesores/as	11	
Número y % de doctores/as	2 (18,18%)	
Número y % de acreditados/as	2 (18,18%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	1
	Permanentes 2:	0
	Lectores:	1
	Asociados:	7
	Sustitutos:	1
	Otros:	1
Materias / asignaturas	Ingeniería y profesiones afines Introducción a la Programación Programación	

	Introducción a la Algorítmica Tecnología Web Introducción a la Tecnología Web Servicios Web Avanzados Arquitectura de Entornos Virtuales Arte y Arquitectura de Mapas y Entornos Virtuales Creación de Objetos Digitales Integración de Objetos Digitales Realidad Aumentada y Virtual
ECTS impartidos (previstos)	75,72
ECTS disponibles (potenciales)	1.492,9

Área o ámbito de conocimiento 3: COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD

Número de profesores/as	19	
Número y % de doctores/as	7 (36,84%)	
Número y % de acreditados/as	7 (36,84%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	5
	Permanentes 2:	0
	Lectores:	1
	Asociados:	9
	Sustitutos:	4
	Otros:	0
Materias / asignaturas	Comunicación Teoría e Historia de la Comunicación Teoría y Técnica de la Fotografía Lenguajes Audiovisual y Multimedia Diseño Teoría y Técnica del Diseño Diseño de Interacción Diseño Centrado en el Usuario Infografía y Visualización de Datos Diseño de Interfaces	

	Narrativa y géneros Géneros en Videojuegos Teoría y Técnica del Guión Creatividad Teoría y Técnica de la Creatividad Teoría y técnica de la animación Fundamentos de la Animación Animación Avanzada Sonorización Tecnología Web Programación de Aplicaciones en Tecnología Web Big Data Análisis y Visualización de Big Data Inteligencia Artificial en la Comunicación y Procesamiento del Lenguaje Natural Gestión de datos Analítica Digital El uso del catalán en los proyectos interactivos Arquitectura de Entornos Virtuales Fundamentos del Modelaje de Personajes
ECTS impartidos (previstos)	149,04
ECTS disponibles (potenciales)	1.645,87

Área o ámbito de conocimiento 4: FÍSICA DE LA MATERIA CONDENSADA		
Número de profesores/as	3	
Número y % de doctores/as	1 (33,33%)	
Número y % de acreditados/as	1 (33,33%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	1
	Permanentes 2:	0
	Lectores:	0
	Asociados:	0
	Sustitutos:	0
	Otros:	2

Materias / asignaturas	Matemáticas Matemáticas y Física para Objetos Digitales Animados
ECTS impartidos (previstos)	7,71
ECTS disponibles (potenciales)	184,62

Área o ámbito de conocimiento 5: FILOLOGÍA INGLESA

Número de profesores/as	2	
Número y % de doctores/as	1 (50%)	
Número y % de acreditados/as	1 (50%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	0
	Permanentes 2:	0
	Lectores:	0
	Asociados:	2
	Sustitutos:	0
	Otros:	0
Materias / asignaturas	Lengua Expresión y Argumentación en Inglés	
ECTS impartidos (previstos)	9,89	
ECTS disponibles (potenciales)	540,82	

Área o ámbito de conocimiento 6: PERIODISMO

Número de profesores/as	17	
Número y % de doctores/as	10 (58.82%)	
Número y % de acreditados/as	8 (47,06%)	
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1:	6
	Permanentes 2:	0
	Lectores:	2
	Asociados:	5
	Sustitutos:	4
	Otros:	0
Materias / asignaturas	Comunicación Sociedad Red y Cultura Digital Estructura del Sistema de Comunicación	

	Narrativa y géneros Teorías Narrativas y Géneros del Discurso Marketing Marketing Digital Economía Emprendimiento y Creación de Empresas Big Data Introducción al Big Data y a las Bases de Datos Escenarios y Usos de Big Data Inteligencia Artificial Generativa Ciberseguridad en la Comunicación Gestión de datos Gestión y Presentación de Proyectos Gestión de Contenidos Digitales
ECTS impartidos (previstos)	85,56
ECTS disponibles (potenciales)	995,23

5.2.b) Méritos docentes del profesorado no acreditado y/o méritos de investigación del profesorado no doctor

(600 palabras máximo)

El profesorado no acreditado y/no doctor de la titulación se corresponde con el personal docente asociado contratado por la Universitat Autònoma de Barcelona, así como con el profesorado sustituto y vinculado.

Por lo que se refiere al primer colectivo, se trata de profesionales de primer nivel con una trayectoria en diversos ámbitos de las áreas de conocimiento mencionadas en el apartado 5.1, así como en el ámbito de la comunicación digital e interactiva. Este profesorado es especialmente significativo y estratégico en el Grado de Comunicación interactivo ya que es fundamental en un grado de esta naturaleza, altamente profesionalizador y especializado, en un ámbito en que los avances e innovaciones son constantes. Este profesorado consta de un conocimiento activo, preciso y actualizado del mercado laboral en el cual deberán incorporarse los/las estudiantes del grado. Si bien, no es imprescindible para este colectivo, cabe destacar que el 16,6% de estos profesores posee el título de doctor y un 4,2% está acreditado.

Por lo que respecta al profesorado sustituto y vinculado su perfil es diverso pueden ser desde personas que se encuentran en sus primeros tramos de la carrera académica y que están en formación o jóvenes profesionales especializados en alguna de las asignaturas que se imparten en el grado. De entre ellos, hay que mencionar que un 8,3% posee el título de doctor y corresponden al primer grupo mencionado. Este colectivo de profesorado sustituto y vinculado asume principalmente docencia relacionada con resolución de problemas en el aula, seminarios o prácticas de laboratorio.

<https://www.uab.cat/web/estudiar/listado-de-grados/profesorado-1345473027784.html?param1=1345780069247>

5.2.c) Perfil del profesorado necesario y no disponible y plan de contratación

(300 palabras máximo)

No aplica

5.2.d) Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios

(300 palabras máximo)

La Facultad cuenta con el apoyo administrativo y técnico de, entre otros, los siguientes servicios de apoyo a la docencia: del Servicio de Informática y Multimedia (TIC), Administración de Centro, Gestión de la Calidad, Gestión Académica, Gestión Económica, Biblioteca, etc. La lista y los detalles de todos los servicios y su funcionamiento pueden consultarse a través de la [página web de información de la Facultad](#). Asimismo, pueden colaborar en la docencia práctica de este título los servicios científico-técnicos de que dispone la Universidad. Estos servicios son instalaciones que integran infraestructuras y grandes equipamientos dedicados a la realización de técnicas especializadas y están dotados de personal altamente cualificado y en permanente formación, que ofrece asesoramiento y apoyo técnico a medida.

<i>Servicio de apoyo</i>	<i>Efectivos y vinculación con la universidad</i>	<i>Experiencia profesional</i>	<i>Finalidad del servicio</i>
Servicio de Informática	1 técnico responsable (LG1) y 5 técnicos de apoyo (LG2 y LG3), todos ellos personal laboral	Todos ellos con años de 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 PTGAS...

Biblioteca	1 técnico responsable (funcionario A1.24), 1 técnica superior laboral (LG1), 4 bibliotecarios/as especialistas (funcionarios/as A2.23), 6 bibliotecarios/as (funcionarios/as A2.22), 3 administrativos/as especialistas (funcionarios/as C1.21), 11 administrativos/as (funcionarios/as C1.18), 1 coordinador logístico (LG3), 4 técnicos/as especialistas (laborales LG4)	Todos ellos con años de experiencia en la Universidad	Soporte al estudio, a la docencia y a la investigación...
Laboratorios Audiovisuales	1 técnico responsable laboral (LG1), 1 técnico superior, subjeffe, (LG1), 5 técnicos de soporte (LG3) y 5 técnicos especialistas de refuerzo (LG3).	Todos ellos con años de experiencia en la Universidad	Soporte a la docencia y a la investigación, a actos y mantenimiento de los espacios, ...
Gestión Académica	1 gestora académica (A2.24), 2 gestoras A2.22 y 6 personas de apoyo, 2 C1.21, y 6 C1.18	Todos ellos con años de experiencia en la Universidad	Gestión del expediente académico, asesoramiento e información a los usuarios y control sobre la aplicación de las normativas académicas...
Gestión Económica	1 gestora económica A2.23 y 1 persona de apoyo funcionaria (C1.22)	Las dos con años de experiencia en la Universidad	Gestión y control del ámbito económico y contable y asesoramiento a los usuarios...
Administración del Centro	1 administradora (LG1), 1 secretario de dirección funcionario C22	Los dos con años de experiencia en la Universidad	Soporte al equipo de decanato, gestión de las instalaciones, de los recursos de personal y control del presupuestario...
Gestión de la Calidad Docente	1 gestor de calidad funcionario (A2.22)	Con años de experiencia en la Universidad	Análisis y seguimiento de la calidad de la docencia mediante indicadores
Secretaría del Decanato	1 secretaria de dirección funcionaria (C22)	Con años de experiencia en la Universidad	Soporte al equipo de decanato y atención al profesorado y estudiantes de la Facultad...
Soporte Logístico y Punto de Información	1 responsable (LG2L), un subjeffe (LG3O) y 5 personas de apoyo (LG4P) todas ellas laborales	Todos ellos con años de experiencia en la Universidad	Soporte logístico y auxiliar a la docencia, la investigación y servicios.
Instituto de Investigación del Deporte	1 técnica administrativa laboral especialista (LG2)	Con años de experiencia en la Universidad	Soporte al instituto y atención al profesorado y estudiantes de la Facultad...
Departamentos	1 gestor departamental A2.24 2 gestoras de soporte A2.22 2 personas C1.22 1 personas C1.21 3 personas C1.18	Todos ellos con años de experiencia en la Universidad.	Coordinación de los procesos administrativos del departamento, soporte y atención al profesorado y los estudiantes.

RESUMEN

<i>Ámbito / Servicio</i>	<i>Personal de Soporte</i>
Administración de Centro	2
Departamentos	9
Decanato	1
Gestión Económica	2
Biblioteca de Ciencias de la Comunicación	31
Instituto de Investigación del Deporte	1
Laboratorios Audiovisuales	12
Servicio de Informática Distribuida	6

Soporte Logístico y Punto de Información	7
Gestión Académica	9
Gestión de Calidad Docente	1
Total efectivos	85

6. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE: MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

6.1. Recursos materiales y servicios

(300 palabras máximo)

La Facultad de Ciencias de la Comunicación cuenta con 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.

La Facultad dispone de 11 aulas equipadas con tecnología audiovisual, 5 seminarios equipados con tecnología audiovisual, 10 aulas de informática, 1 [biblioteca y hemeroteca general de la UAB](#), y 3 salas de estudio. Además, cuenta con una sala de grados, una sala de juntas, una aula magna, 2 salas de reuniones, un comedor, y 2 vestuarios con ducha y taquillas.

También dispone de otros espacios de creación e innovación como el [COMTEC](#) y [UAB Media](#). El primero dispone de una pantalla interactiva y un equipo de videoconferencias, y el segundo de un plató de TV, un estudio de radio y una redacción integrada.

Entre los equipamientos específicos fijos, destacan los 4 platós de televisión, 3 estudios de radio, 3 estudios de continuidad, 10 cabinas de edición de vídeo, 2 platós de fotografía equipados con flashes y 1 laboratorio de ampliación de fotografía. Además, la Facultad dispone de equipamiento portátil para préstamo a alumnos, como 15 cámaras de vídeo, 13 cámaras de foto, 8 grabadoras de audio, 5 equipos de iluminación, micrófonos, auriculares, perchas, trípodes y otros equipos audiovisuales.

En cuanto a los recursos informáticos, la Facultad cuenta con 338 ordenadores para docencia, y 4 portátiles adicionales para docentes. También dispone de máquinas de autoservicio de reprografía y fotocopias y un servicio de restauración con un bar con aforo para 180 personas.

El centro cuenta con acceso para personas con diversidad funcional en todos los locales, con ascensores adaptados para desplazamiento entre los diferentes niveles y pasillos llanos, así como rampas de acceso exterior. Además, cuenta con red wifi en todas sus instalaciones.

6.2 Procedimiento para la gestión de las prácticas académicas externas

(150 palabras máximo)

La gestión de las prácticas se realiza según el [Proceso de Gestión de Prácticas Externas](#).

La Facultad de Ciencias de la Comunicación con relación al grado de Comunicación Interactiva tiene convenios con 15 organizaciones, sean empresas o instituciones, sin contar aquellas entidades donde el estudiante se busca la estancia de **prácticas por su cuenta**. En cada convocatoria ofrecemos aproximadamente 35 plazas para los estudiantes del grado de comunicación interactiva y el número de alumnos que se apuntan a nuestra convocatoria de prácticas curriculares es aproximadamente de 20 estudiantes, lo cual quiere decir que la oferta de prácticas es casi del doble de estudiantes que acceden; esto asegura y garantiza que todo el alumnado pueda hacer prácticas y, lo más importante, se encuentra con un abanico amplísimo de entidades para poder hacer su selección. Respecto al perfil de las organizaciones con las cuales tenemos convenio en el ámbito de la Comunicación Interactiva, es muy plural, y responde a las diversas salidas profesionales del grado. Establecemos convenio con organizaciones como medios de comunicación (CCMA, Vallès Oriental Televisió, etc), instituciones sin ánimo de lucro (Fundació Vallès Oriental, Fundació Carulla, etc.) Prensa (Horse & Brands SL, Edició de Premsa Periòdica ARA, SL, etc) y otras empresas privadas (Inbound Colours, SL, Invelon Technologies, SL, etc.)

La asignación final de plazas se hace teniendo en cuenta la nota media de expediente del estudiantado.

<https://www.uab.cat/web/estudios/grado/informacion-academica/practicas-externas-1345668023246.html>

<https://www.uab.cat/web/estudiar/grados/grados/practicas-externas/-convocatoria-de-la-facultad-1345903054016.html>

El título IX de la Normativa académica de la UAB recoge la parte de la normativa de las prácticas externas de la UAB: <https://www.uab.cat/doc/TextRefos2022>

6.3. Previsión de dotación de recursos materiales y servicios

(150 palabras máximo)

No aplica

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1. Cronograma de implantación del título

(100 palabras máximo)

La implantación del título se hizo en el curso 2019-2020
--

7.2 Procedimiento de adaptación

(100 palabras máximo)

No procede

7.3 Enseñanzas que se extinguen

No procede

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

8.1. Sistema Interno de Garantía de la Calidad

SGIQ: Sistema de Garantía Interna de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación	
--	--

8.2. Medios para la información pública

(200 palabras máximo)

La difusión de información sobre todos los aspectos relacionados con las titulaciones impartidas por la Universidad se realiza a través:
--

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Espacio general en la web de la universidad: este espacio contiene información actualizada, exhaustiva y pertinente, en catalán, castellano e inglés, de las características de las titulaciones, tanto de grados como de másteres universitarios, sus desarrollos operativos y resultados. Toda esta información se presenta con un diseño y estructura comunes, para cada titulación, en lo que se conoce como ficha de la titulación. Esta ficha incorpora una pestaña de Calidad que contiene un apartado relacionado con toda la información de calidad de la titulación y un apartado al Sistema de Indicadores de Calidad (la titulación en cifras) que recoge los indicadores relevantes del título.• Espacio de centro en la web de la universidad: la facultad dispone de un espacio propio en la web de la universidad donde incorpora la información de interés del centro y de sus titulaciones. Ofrece información ampliada y complementaria de las titulaciones y coordinada con la información del espacio general. |
|--|

Además, la facultad cuenta con un Plan de Comunicación que tiene por objetivo ejercer de centro de referencia en el ámbito de la comunicación con compromiso cívico y vocación de servicio público. El plan alinea los medios de difusión de forma estratégica garantizando la trazabilidad y evaluando sus resultados.

Para más información, consultar el [proceso PS07](#). Información pública y rendición de cuentas.

ANEXOS DE LA TITULACIÓN A LA MEMORIA RUCT

Información sobre plazas

1.9.a) Oferta de plazas por modalidad* *Indicar plazas totales de todos los cursos de duración del título	Presencial: 60
1.9.b) Número total de plazas ofertadas	240
1.9.c) Número de plazas de nuevo ingreso para primer curso	60
1.9. d) Número de plazas según lengua	No aplica
1.9. e) Número de plazas del itinerario de simultaneidad donde participa el título	No aplica
1.9.f) Número de plazas del itinerario académico abierto	No aplica
% plazas para personas con titulación universitaria	3% de las plazas de preinscripción (artículo 143 normativa acad. UAB)
% traslados de expedientes para personas con titulaciones universitarias españolas parciales	1-10% de las plazas ofrecidas para nuevo acceso por preinscripción universitaria (artículo 145 normativa acad. UAB)
% plazas para personas con titulaciones universitarias extranjeras parciales, o totales sin homologación ni equivalencia de sus títulos en España	1-10% de las plazas ofrecidas para nuevo acceso por preinscripción universitaria (artículo 151 normativa acad. UAB)
% plazas por cambio de estudios por interdisciplinariedad (canvi de modalitat)	Máximo 5% (artículo 158 normativa acad. UAB)

Tabla de materias y asignaturas
Materias y asignaturas del grado

	Materias	ECTS	Carácter	Asignaturas	ECTS	Carácter
1	Comunicación	30	FB	Teoría e Historia de la Comunicación	6	FB
				Estructura del Sistema de Comunicación	6	FB
				Teoría y Técnica de la Fotografía	6	FB
				Sociedad Red y Cultura Digital	6	FB
				Lenguajes Audiovisual y Multimedia	6	FB
				Expresión y Argumentación en Inglés	6	FB
3	Derecho	6	FB	Derecho Digital y de las TIC	6	FB
4	Ingeniería y Profesiones Afines	18	FB	Introducción a la Algorítmica	6	FB
				Introducción a la Programación	6	FB
				Programación	6	FB
5	Matemáticas	6	OB	Matemáticas y Física para Objetos Digitales Animados	6	OB
6	Diseño	30	OB	Diseño de Interacción	6	OB
				Diseño Centrado en el Usuario	6	OB
				Teoría y Técnica del Diseño	6	OB
				Diseño de Interfaces	6	OB
				Infografía y Visualización de Datos	6	OB
7	Creatividad	6	OB	Teoría y Técnica de la Creatividad	6	OB
8	Narrativa y Géneros	18	OB	Teorías Narrativas y Géneros del Discurso	6	OB
				Teoría y Técnica del Guión	6	OB

				Géneros en Videojuegos	6	OB
9	Tecnología Web	24	OB	Introducción a la Tecnología Web	6	OB
				Servicios Web Avanzados	12	OB
				Programación de Aplicaciones en Tecnología Web	6	OB
10	Marketing	6	OT	Marketing Digital	6	OP
11	Teoría y Técnica de la Animación	18	MXT	Fundamentos de la Animación	6	OB
				Animación Avanzada	6	OB
				Sonorización	6	OP
12	Economía	6	OB	Emprendimiento y Creación de Empresas	6	OB
13	Big Data	36	MXT	Introducción al Big Data y a las Bases de Datos	6	OB
				Escenarios y Usos de Big Data	6	OB
				Análisis y Visualización de Big Data	6	OP
				Inteligencia Artificial en la Comunicación y Procesamiento del Lenguaje Natural	6	OB
				Inteligencia Artificial Generativa	6	OP
				Ciberseguridad en la Comunicación	6	OP
14	Gestión de Datos	18	OT	Gestión y Presentación de Proyectos	6	OP
				Analítica Digital	6	OP
				El Uso del Catalán en los Proyectos Interactivos	6	OP
15		30	OT	Arte y Arquitectura de Mapas y Entornos Virtuales	6	OP
				Creación de Objetos Digitales	6	OP

	Arquitectura de Entornos Virtuales			Integración de Objetos Digitales	6	OP
				Fundamentos del Modelado de Personajes	6	OP
				Realidad Aumentada y Virtual	6	OP
16	Prácticas en Empresas y/o Instituciones	12	OT	Prácticas en Empresas y/o Instituciones	12	PRO
17	Trabajo de Fin de Grado	12	TFG	Trabajo de Fin de Grado	12	TFE

Tabla de asignaturas comunes

Titulación origen	Código asignatura	Nombre asignatura	ECTS asignatura	Semestre asignatura

ANEXOS INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA PROCESOS DE CALIDAD DE TITULACIONES UAB

Resumen de objetivos y resultados de aprendizaje para el Suplemento Europeo al Título

(máximo 800 caracteres incluyendo los espacios)

El grado proporciona al alumnado una formación específica de alto nivel en la dirección y gestión de cualquier tipo de proyecto comunicativo interactivo en distintos medios y soportes y adaptado a cada público. Desarrollar un pensamiento crítico e innovador al diseño de interfaces, productos y servicios y al análisis y gestión de datos masivos. Formar profesionales para la demanda emergente de nuevos especialistas con conocimientos tecnológicos capaces de adaptarse a los cambios que experimenta el sector comunicativo para satisfacer la experiencia de usuario y la creación de nuevas formas de comunicación

emergentes. Profesionales con una visión integral para desarrollar productos y servicios funcionales destinados a solucionar demandas y necesidades sociales en la comunicación digital.

(máximo 800 caracteres incluyendo los espacios)

El alumnado será capaz de: 1) identificar y explicar los fundamentos teóricos y conceptuales de la comunicación interactiva, así como sus tecnologías, procesos y técnicas; 2) aplicar las herramientas derivadas de estos conocimientos en la creación y desarrollo de cualquier proyecto comunicativo interactivo; y 3) actuar con responsabilidad en la actividad profesional evaluando de manera crítica su impacto tecnológico, económico y social.

Apartados de PIMPEU

Àmbits de treball dels futurs titulats

No procede

Sortides professionals dels futurs titulats

No procede

Perspectives de futur de la titulació

No procede

Tres paraules clau

(3 paraules màxim)

No procede

Idiomes d'impartició de la Titulació

No procede

Breu explicació dels convenis de col·laboració amb empreses i institucions (

No procede

Breu explicació del desenvolupament de les pràctiques (metodologia, període, durada, avaluació, etc.)

No procede

