

**TÍTULO: GRADO DE COMUNICACIÓN  
INTERACTIVA**

**UNIVERSIDAD: UNIVERSITAT AUTÒNOMA  
DE BARCELONA**

**Diciembre 2021**

# Índice

<b>1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO .....</b>	<b>4</b>
1.1. Denominación .....	4
1.2. Universidad solicitante y centro responsable .....	4
1.3. Modalidad de enseñanza .....	4
1.4. Número de plazas de nuevo ingreso .....	4
1.5. Criterios y requisitos de matriculación .....	4
1.6. Suplemento Europeo del Título (SET) .....	4
<b>2. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>5</b>
2.1. Interés del título en relación al sistema universitario de Catalunya .....	5
2.2. Coherencia de la propuesta con el potencial de la institución .....	16
2.3. Interés académico de la propuesta (referentes externos, nacionales y/o internacionales).....	17
<b>3. COMPETENCIAS.....</b>	<b>28</b>
3.1. Objetivos generales del título .....	28
3.2. Competencias.....	28
<b>4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES .....</b>	<b>31</b>
4.1. Mecanismos de información previa a la matriculación y procedimientos de acogida y orientación a los estudiantes de nuevo ingreso .....	31
4.2. Vías y requisitos de acceso.....	33
4.3. Acciones de apoyo y orientación a los estudiantes matriculados .....	35
4.4. Criterios y procedimientos de transferencia y reconocimiento de créditos.....	38
4.5. Condiciones y pruebas de acceso especiales .....	38
4.6. Adaptación para los titulados de la ordenación anterior .....	38
<b>5. PLANIFICACIÓN DE LA TITULACIÓN .....</b>	<b>39</b>
5.1. Materias que componen el plan de estudios .....	39
Prácticas externas .....	45
Trabajo de fin de Grado .....	46
5.2. / 5.3. Coherencia interna entre competencias, modalidades, actividades formativas y actividades de evaluación. Planificación temporal de las actividades formativas. ....	47
5.4. Mecanismos de coordinación docente y supervisión .....	88
5.5. Acciones de movilidad.....	94
<b>6. PERSONAL ACADÉMICO Y DE SOPORTE .....</b>	<b>97</b>
6.1. Personal académico .....	97
6.2. Personal de soporte a la docencia .....	114
6.3. Previsión de personal académico y otros recursos humanos necesarios .....	116
6.4. Profesorado de las universidades participantes .....	¡Error! Marcador no definido.

<b>7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS .....</b>	<b>116</b>
7.1. Recursos materiales y servicios de la universidad .....	116
7.2. Recursos materiales y servicios disponibles con las entidades colaboradoras.....	124
7.3. Previsión de recursos materiales y servicios necesarios.....	125
<b>8. RESULTADOS PREVISTOS .....</b>	<b>125</b>
8.1. Indicadores .....	125
8.2. Procedimiento general de la universidad para valorar el progreso y resultados de aprendizaje.....	126
<b>9. SISTEMA DE GARANTIA INTERNA DE CALIDAD .....</b>	<b>129</b>
<b>10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN .....</b>	<b>129</b>
10.1. Cronograma de implantación de la titulación .....	129
10.2. Procedimiento de adaptación de los estudiantes procedentes de planes de estudio existentes .....	129
10.3. Enseñanzas que se extinguen por la implantación del título propuesto .....	129

# 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

## 1.1. Denominación

Nombre del título: Grado de Comunicación Interactiva

Menciones: NO

Créditos totales: 240

Rama de adscripción: Ciencias Sociales y Jurídicas

ISCED 1: 320 Periodismo e Información

## 1.2. Universidad solicitante y centro responsable

Universidad: Universitat Autònoma de Barcelona

Centro: Facultad de Ciencias de la Comunicación

Interuniversitario: No

## 1.3. Modalidad de enseñanza

Tipo de enseñanza: Presencial

## 1.4. Número de plazas de nuevo ingreso

Año de implantación	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Plazas ofertadas	60	60	60	60

## Criterios y requisitos de matriculación

Número mínimo de ECTS de matrícula

Grados de 180 y 240 créditos	Tiempo completo		Tiempo parcial	
	Mat.mínima	Mat.máxima	Mat.mínima	Mat.máxima
1r curso	60	78	30	42
Resto de cursos	42,5	78	24	42

Normativa de permanencia

## 1.5. Suplemento Europeo del Título (SET)

Naturaleza de la institución: Pública

Naturaleza del centro: Propio

Profesión regulada: No

Lenguas utilizadas en el proceso formativo: Catalán (50%), Castellano (50%) respecto a la docencia total, sólo para formación obligatoria.

## 2. JUSTIFICACIÓN

### 2.1. Interés del título en relación con el sistema universitario de Catalunya

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona propone como título emergente el Grado con nombre: Comunicación Interactiva. Este grado pretende formar expertos en comunicación digital, con un perfil rico, complejo y multidisciplinar, capaz de entender, planificar y liderar el trabajo de "técnicos puros". Entendemos como comunicación interactiva aquella comunicación digital, surgida al socaire de internet y de los contenidos de generados por ordenador, como los videojuegos y la realidad virtual aumentada. En la comunicación interactiva el usuario, antaño pasivo receptor de información y comunicación, juega un papel activo. Este papel activo resulta en ocasiones determinante, pues son los contenidos generados por el usuario, aquellos que dan sentido a las redes que se generan; es el caso de las redes sociales virtuales, como Facebook y Twitter. La comunicación interactiva siempre "deja rastro"; fruto de este tipo de comunicación se generan gran cantidad datos (en inglés *big data*) que son susceptibles de ser recopilados y tratados para generar nuevos servicios de entretenimiento, informativos o conocer el comportamiento de los usuarios de la comunicación. 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: 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 expertos en comunicación digital, con un perfil rico, complejo y multidisciplinar, capaz de entender, planificar y liderar el trabajo de "técnicos puros". El "comunicador interactivo" sabrá que, si bien 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.

Actualmente, la Facultad imparte tres títulos perfectamente definidos desde un punto de vista de la orientación profesional:

- Periodismo (comunicación informativa)
- Publicidad y Relaciones Públicas (comunicación persuasiva).
- Comunicación Audiovisual (ficción, entretenimiento y otros formatos audiovisuales no informativos)

Los tres grados actuales están orientados hacia la producción de bienes simbólicos en los ámbitos de la información, la comunicación y la cultura. Y no parece que la evolución de la cambiante demanda social disminuya su importancia social. Al contrario. Pero 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.

Estos nuevos perfiles profesionales necesitan un conocimiento profundo de diferentes ámbitos como el perfil general diseño de interfaces, es decir, de herramientas de comunicación entre las personas y las

máquinas, en este caso los ordenadores de diferente tipo. En concreto los nuevos profesionales necesitarán conocer sobre el diseño de páginas webs complejas y aplicaciones usables, de procesado y análisis de big data y de creación de objetos, personajes y geografías virtuales, como por ejemplo videojuegos y escenarios de realidad aumentada. En estos perfiles emergentes, y algunos ya consolidados, combinan una formación en ciencias sociales y humanísticas, con la técnica propia de ingenieros. La culminación de un perfil totalmente nuevo que podrá liderar el cambio. Por otra parte, este nuevo perfil cierra una secuencia lógica: Periodismo, Publicidad, Comunicación Audiovisual y Comunicación Interactiva.

### **Justificación académica y científica**

Este grado formará a los estudiantes en la creación de productos y servicios interactivos. En concreto, este grado ofrecerá formación en cuatro tipos diferentes de servicios y productos interactivos:

- a) Creación de videojuegos y de realidad aumentada
- b) Elaboración de plataformas web y aplicaciones para teléfonos y tabletas y cualquier tipo de interfaces para la comunicación con ordenadores
- c) Extracción, tratamiento, visualización de datos masivos obtenidos de las redes sociales y cualquier servicio digital
- d) Marketing digital en las redes sociales

Todos los productos y servicios interactivos fruto de la convergencia entre los medios de comunicación y la informática. Este cruce de caminos entre la comunicación y las tecnologías digitales conduce a nuevas formas de producción, distribución, expresión y lenguajes comunicativos que requieren de un aprendizaje específico, diferente al de los grados impartidos actualmente en nuestra Facultad. Los productos de la comunicación interactiva se distinguen de los tradicionales en que los usuarios se relacionan con los contenidos a través de una interfaz gráfica, tal y como hemos señalado y que los consumidores son, al mismo tiempo, productores y receptores de la comunicación.

Las nuevas tareas surgidas de esta convergencia, los contenidos y servicios interactivos, tales como los videojuegos, o del diseño de plataformas web y aplicaciones, requieren de un trabajo en equipo y nuestros graduados deben contar con la ventaja de poder moverse con comodidad en la intersección de los campos que la conforman: la comunicación, las humanidades y la ingeniería. La formación integral que ofreceremos en este grado dotará a nuestros alumnos de una mayor plasticidad para adaptarse al cambio constante de las tecnologías y los productos y servicios interactivos y poder liderar y gestionar los proyectos comunicativos.

El valor diferencial de los graduados en Comunicación Interactiva, si lo comparamos con una formación puramente técnica, de ingeniería, residirá en su experiencia en la creación de significados orientados a los entornos digitales. Estos significados parten de la concepción y diseño de las interfaces, como, por ejemplo, páginas webs o aplicaciones de móviles, que no sólo tendrán una funcionalidad perfecta, sino que serán amigables, fáciles de utilizar, usables y a la vez tendrán valores estéticos y en conclusión, gran riqueza comunicativa. En definitiva, los profesionales de la comunicación interactiva se convertirán en profesionales de la creación de la experiencia del usuario, lo que aporta el verdadero valor añadido a los productos por ellos creados. Además, nuestros graduados tendrán una visión holística de los proyectos, ya que dispondrán también de fundamentos desde una vertiente técnica, gracias a sus destrezas en

programación básica, creación y gestión de bases de datos. Serán capaces de pensar, concebir, proyectar y producir contenidos comunicativos integrando las innovaciones tecnológicas y las herramientas de producción digital emergentes. Además, podrán gestionar los diferentes canales para aprovechar las características de cada uno y, si es necesario, poder trabajar en proyectos interactiva. Así, sabrán adaptar los contenidos para una distribución óptima, utilizando los canales de red, respetando sus normas y formas de uso y utilizando las herramientas de expresión que les son propias. Además, diseñarán las interfaces, lugar donde se encuentran los destinatarios y el mensaje, proporcionando a los receptores una experiencia de usuario enriquecedora. Y los egresados también deberán tener la capacidad para trabajar con la realidad emergente de los "datos masivos" (Big Data) en todo lo referente a la gestión de la información y la comunicación que pueda ser aplicado tanto en el ámbito periodístico de la investigación, como en otros sectores empresariales relacionados con la cultura, el entretenimiento, la comunicación, etc.

### **El Laboratorio de Medios**

El grado en Comunicación Interactiva estará íntimamente ligado a un Laboratorio de Medios. Este Laboratorio de Medios tendrá fines formativos y de investigación y se dividirá en tres secciones:

- a) Comunicación Informativa
- b) Comunicación Persuasiva
- c) Comunicación Inmersiva (3D y creación de mundos virtuales)

Las ventajas de este modelo formativo que combina la investigación y la docencia en un Laboratorio de Medios son enormes, así como las sinergias positivas para el resto de grados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en su conjunto

Por tanto, la propuesta formativa del Grado en Comunicación Interactiva es consecuente con las transformaciones del sector de la comunicación a las que acabamos de hacer referencia. Persigue el objetivo de formar profesionales, con los conocimientos y capacidades necesarias, que les permitan implicarse en la consecución de unos objetivos orientados a la viabilidad del proyecto digital que requieren las empresas y los ciudadanos. También en este sentido, la calidad de la formación universitaria de los profesionales de la información es un factor de renovada importancia social.

Y, además, la creación de este nuevo grado se inscribe dentro del objetivo global que realiza la Facultad, de que tiene que adecuar su oferta académica al mundo cambiante de la comunicación y del mercado de trabajo e incrementarlo. Este nuevo Grado podrá impartirse, pues, teniendo en cuenta las fortalezas de su masa humana, tanto de profesorado como de personal técnico y de sus instalaciones físicas

Atendiendo a la realidad descrita, la arquitectura del Grado en Comunicación Interactiva distingue los tres primeros cursos y el cuarto curso. Los tres primeros cursos garantizan una formación básica y generalista en la que se combina la adquisición gradual teórica y práctica de las habilidades propias del grado y los conocimientos de contexto. El perfil del profesional que se dibuja en los tres primeros cursos es el de un profesional experto en tecnología para aplicarla a la creación y gestión de contenidos, especialmente para los medios de comunicación, aunque no solo, y con capacidad de adaptación a los cambios.

El cuarto curso tiene un cierto carácter conclusivo, al tiempo que introduce información complementaria de contexto, permite la realización de prácticas en empresa, apoya la creación de un TFG de proyecto para la creación de algún producto relacionado con la comunicación interactiva, y

donde se apliquen los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera. El TFG también podrá ser un trabajo de investigación.

Concretamente, el grado de Comunicación Interactiva pretende:

- **Formar profesionales capaces de pensar, concebir, proyectar y producir contenidos comunicativos integrando las innovaciones tecnológicas y las herramientas de producción digital emergentes.**

En este sentido, los estudiantes adquirirán conocimientos sobre los procesos de ideación y producción y de las herramientas de planificación, seguimiento y testeo relacionados con el proceso de creación de servicios y productos comunicativos, y los podrá aplicar a todo tipo de dispositivos y plataformas.

- **Calificar a los estudiantes para crear interfaces usables que puedan proporcionar una experiencia de usuario rica y completa.**

Los graduados combinarán la usabilidad y funcionalidad de los productos y servicios de comunicación con la persecución del concepto de atractivo estético: estética en el diseño, estética en la escritura y la concepción global con el objetivo de mejorar la relación entre el individuo y la máquina y, por tanto, que sea una relación más intuitiva. En definitiva, belleza estética en el significado de los productos de comunicación creados y en la evocación que estos productos y servicios generan en sus usuarios.

- **Preparar a los estudiantes en la escritura de guiones para las nuevas narrativas y adaptadas a la distribución en red, a través de aplicaciones y de los medios de comunicación digitales.**

Los canales de distribución actuales permiten elementos de interacción con los contenidos y con el resto de los usuarios. Este es un rasgo diferencial a la hora de concebir y producir productos informativos y de entretenimiento pensados para el entorno digital.

- **Profundizar en las especificidades de la comunicación en las redes sociales y en las lógicas de creación de contenidos generados por el usuario.**

Todos los productos comunicativos son cada vez más sociales, en ellos cada vez es más importante las relaciones entre las personas y los contenidos generados por el usuario, tal y como hemos señalado. Así que es necesario que los estudiantes aprendan las lógicas profundas de funcionamiento de las redes para que diseñen narrativas y aplicaciones que puedan ser distribuidas de forma eficiente.

- **Dotar a los estudiantes de una visión humanística de la tecnología y conocimiento de la cultura digital y sus manifestaciones.**

Esto les permitirá conformarse una perspectiva crítica y holística para adaptarse al cambio constante de las tecnologías y los productos y servicios interactivos y, al mismo tiempo, liderar y gestionar los proyectos comunicativos.

A través de una formación generalista, y a la vez específica, los alumnos de Comunicación Interactiva tendrán un amplio conocimiento de las diferentes áreas de la comunicación y la tecnología, a la vez que tendrán la posibilidad de establecer una orientación específica hacia diversas ramas profesionales en función de sus intereses y motivaciones.



## Previsión y evolución de la demanda de alumnos

Según un estudio de 2013 de la Universitat Ramon Llull encargado por el Colegio de Periodistas de Cataluña, solamente en Cataluña se generan anualmente alrededor de 545 nuevos titulados en periodismo. Esta cifra aumenta a 589 según el *Informe de la Societat de la Informació 2015-16*<sup>1</sup>. Para todo el territorio español, de acuerdo con las cifras del Informe Anual de la Profesión Periodística 2016, la cifra sobrepasa los 3.400 egresados. Una Jornada sobre precariedad laboral organizada por el Col·legi de Periodistes de Catalunya en noviembre de 2017 apuntaba a la necesidad de reducir el número de graduados en Periodismo –por tanto, también el número de estudiantes que entran para cursar estos estudios en la Universidades Catalanas. Una solución puede ser la creación de nuevos perfiles profesionales, como el que se apunta, más acorde con las necesidades emergentes del mercado, y que servirían para solucionar un doble problema: cubrir las necesidades comunicativas de las organizaciones con los perfiles profesionales más adecuados, y reducir el número de periodistas formados para que trabajen en todo tipo de medios de comunicación de masas que no pueden ser absorbidos por un mercado en plena transformación.

Hay que señalar, además, que el 22 de febrero de 2016, la Comisión Específica de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Comisión de Evaluación de la Calidad de la AQU emitió un informe favorable a la acreditación de los tres grados y dos de los másteres oficiales que imparte la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB. Destacó, sin embargo, que sería conveniente la reducción del número de estudiantes en el Grado de Periodismo, lo que se propone hacer con la creación de nuevos grados que mejoren las competencias académicas y profesionales de los estudiantes que han de cubrir nuevas demandas laborales.

## Relación con el postgrado

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB imparte cuatro másteres oficiales, tres de ellos ya acreditados por ANECA y un cuarto en vías de acreditación. Estos másteres tienen una doble vertiente. Por una parte, investigadora para aquellos estudiantes que deseen continuar la carrera académica accediendo al doctorado. Y por la otra, profesionalizadora para aquellos que desean ampliar conocimientos que les permitan acceder con mayores garantías de éxito al mercado laboral, o bien para seguir con un proceso de aprendizaje a lo largo de la vida y actualizar los conocimientos adquiridos en otra etapa formativa. Muchos de los estudiantes que se matriculan a los másteres son extranjeros, que llegan a la UAB atraídos por su reconocido prestigio.

En los cuatro másteres oficiales interviene el profesorado adscrito a uno de los cuatro departamentos del centro que se ha encargado de su diseño y puesta en marcha. Habitualmente se invita a docentes extranjeros a realizar conferencias y explicar sus proyectos de investigación. Aunque ninguno de estos másteres se encargue específicamente de la comunicación Interactiva, se considera que pueden ser igualmente útiles para los estudiantes que terminen el Grado de Comunicación Interactiva a, como lo son ahora para los graduados en Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas, puesto que los estudiantes suelen estar interesados en ampliar sus conocimientos en otras áreas en las que pueden no haber profundizado a lo largo de sus primeros cuatro años en la universidad.

De forma resumida se mencionan algunas características de los cuatro másteres oficiales de la Facultad. El máster en **Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad** proporciona una formación avanzada orientada a la investigación y al ejercicio profesional en el campo de los contenidos audiovisuales y publicitarios en la era digital. Los alumnos estarán preparados para ejercer

---

<sup>1</sup> Marta Civil. “Els estudis universitaris i la recerca en comunicació”. En: *Informe de la comunicació a Catalunya 2015-2016*. Barcelona: INCOM-UAB i Generalitat de Catalunya, P.264. (Col. Lexikon, Informes, 5)

profesionalmente en el campo de la ideación y el diseño de los contenidos para todas las plataformas y redes y en el análisis de audiencias y la producción de servicios y productos.

El máster en **Medios, Comunicación y Cultura** facilita las herramientas conceptuales para analizar y comprender de forma crítica los principales problemas derivados de la interacción entre la comunicación, la sociedad y la cultura en un contexto de acelerada transformación mediática. Todo ello desde una perspectiva culturalista y humanista que busca plantear y debatir, en estos ámbitos, las grandes cuestiones actuales que más nos afectan como individuos, como sociedad y como cultura.

El máster en **Planificación Estratégica en Publicidad y RRPP** proporciona un conocimiento avanzado y especializado en Estrategia Publicitaria, como fundamento curricular para la formación de futuros expertos en Planificación Estratégica (planners) e Investigación de Mercados. Este Máster representa una formación de postgrado en comunicación y marca, con un perfil interdisciplinar que integra conocimientos de comunicación y marketing.

Y finalmente, el próximo curso 2018-19 empezará el nuevo máster de **Periodismo e innovación en contenidos digitales**. Puede interesar a los estudiantes por la necesidad de adquirir capacidades en el dominio innovador de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) aplicadas a tareas concretas en cualquier tipo de organizaciones que pueden estar directamente relacionada con la gestión de la comunicación o que requieren de perfiles expertos en comunicación para construir un departamento de información. Los retos provocados por la irrupción de Internet y sus derivados en la vida cotidiana de personas y organizaciones requieren de un proceso de formación de nuevos profesionales que, a partir de la adquisición de conocimiento, experimentación e investigación sobre los avances, tecnologías y retos de los entornos comunicativos, consigue responder a las exigencias del nuevo ecosistema mediático.

La UAB además programa, a través de sus propias facultades o de centros adscritos, másteres y diplomaturas de postgrado propios que también podrían interesar a los egresados de Comunicación Interactiva. También pueden sentirse atraídos por máster de creación en videojuegos, o en big data aplicada a algún ámbito científico concreto, como se da también en la UAB.

Además hay que señalar que en el conjunto de España, según la investigación de Marta Civil<sup>1</sup>, hay 265 másteres especializados directamente o indirectamente en temas de comunicación, con un claro predominio de los de un año de duración. En concreto, 247 son de 60 créditos ECTS, 8 de 90 ECTS, 1 de 110, y 9 de 120. La rama de las ciencias sociales y jurídicas también predomina, con un 62,27% de los másteres, frente a la de artes y las humanidades, con una proporción del 36,60%. Además, 3 de estos másteres (1,13%) se adscriben al ámbito de la Educación, que el Ministerio de Educación y Cultura clasifica como una rama científica independiente a la de artes y humanidades.

En el conjunto de las Universidades catalanas y también de las españolas, se programan diversos másteres oficiales que podrían tener interés para los egresados del grado de Comunicación Interactiva, en el sentido de que pueden ampliar sus conocimientos con aspectos específicos del Periodismo y Comunicación Digital, la Comunicación Digital y las Nuevas Tecnologías, la gestión documental digital, de los contenidos multimedia, del Arte digital, etc. A continuación se presenta la relación no exhaustiva de estos másteres, ordenados por universidades (públicas y privadas), los centros que los imparten (propios

---

<sup>1</sup> Marta Civil. *Los estudios universitarios de comunicación en España (2017). Análisis de la situación actual para un debate abierto sobre su futuro estratégico*- II Jornadas de formación y empleo. ATIC, Bellaterra 16 noviembre 2017. Libro en fase de publicación.

o adscritos), el título, la rama de conocimiento y el número de créditos de cada uno<sup>1</sup>. El orden de los másteres, en ambas tablas, la que trata de la situación en Cataluña y la que se ocupa de los másteres en España, tiene relación con los temas que nos han parecido que pueden interesar más a los futuros estudiantes. Los datos han sido extraídos del referenciado trabajo de Marta Civil.

Universidad	Centro	Tipología	Título del Máster	Rama	ECTS
Universitat Oberta de Catalunya	Universitat Oberta de Catalunya	Privada / propio	Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	CS	60
Universitat Abat Oliba CEU	Facultad de Ciencias Sociales	Privada / propio	Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías	AH	60
Universitat de Barcelona	Escuela de Nuevas Tecnologías Interactivas (ENTI)	Pública / adscrito	Producción y Emprendimiento de Contenidos Digitales	AH	60
Universitat Pompeu Fabra	Departamento de Comunicación	Pública / propio	Gestión de Contenidos Digitales	CS	90
Universitat de Barcelona	Facultad de Biblioteconomía Documentación	Pública / propio	Gestión de Contenidos Digitales	CS	90
Universitat Pompeu Fabra	Barcelona School of Management	Pública / adscrito	Animación	AH	90
			Información Digital	CS	60
Universitat Ramon Llull	Escuela Superior de Diseño ESDI	Privada / propio	Comisariado de Arte Digital	AH	60

**Tabla 1. Lista de Másteres programados en las Universidades Catalanas con relación a la Comunicación Digital**

En España, por universidades y comunidades autónomas, nos encontramos con la siguiente oferta de másteres oficiales que podrían interesar a los egresados en Comunicación Interactiva. El orden no corresponde a la ubicación geográfica por comunidades autónomas, sino al posible interés que puedan tener para los estudiantes, la oferta de másteres de las distintas universidades:

<sup>1</sup> Clasificación del MECD (Gobierno de España): AH (Artes y Humanidades: “Artes, Humanidades, Lenguas, Otras Artes y Humanidades, Técnicas Audiovisuales y Medios de Comunicación”); CS (Ciencias Sociales y Jurídicas: “Administración y gestión de empresas, Derecho, Economía, Otra Educación comercial y empresarial, Otras Ciencias sociales, educación comercial y derecho, Otras Ciencias sociales y del comportamiento, Periodismo e información, Psicología”); E (Educación: “Formación de docentes de enseñanza infantil, Formación de docentes de enseñanza primaria, Otra Educación, Otra Formación de personal docente y ciencias de la educación”).

Universidad	Centro	Tipología	Título del Máster	Rama	ECTS
Universidad de Granada (Andalucía)	Escuela Internacional de Posgrado	Pública / propio	Nuevos Medios Interactivos y Periodismo Multimedia	AH	60
Universidad a Distancia de Madrid	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades	Privada / propio	Comunicación Digital	AH	60
Universidad de Zaragoza (Aragón)	Facultad de Filosofía y Letras	Pública / propio	Consultoría de Información y Comunicación Digital	AH	60
Universidad de La Laguna (Canarias)	Escuela de Doctorado y Estudios Posgrado	Pública / propio	Educación y Tecnologías de la Información y la Comunicación	E	60
Universidad Loyola (Andalucía)	Escuela de Postgrado	Privada / propio	Creación y Gestión de Contenidos Digitales	AH	60
IE Universidad (Castilla y León)	Facultad de Ciencias Humanas, Sociales y de Comunicación	Privada / propio	Periodismo Digital / <i>Master in Digital Journalism</i>	CS	60
Universidad de Salamanca (Castilla y León)	Facultad de Traducción y Documentación	Pública / propio	Sistemas de Información Digital	CS	60
Universitat Jaume I (C. Valenciana)	Facultad de Ciencias Humanas y Sociales	Pública / propio	Nuevas Técnicas y Procesos de Innovación en Comunicación	CS	60
Universidad Camilo José Cela (C. Madrid)	Escuela Universitaria de Diseño ESNE	Privada / adscrito	Experiencia de Usuario para el Diseño de Productos y Servicios Digitales	CS	60
Universidad de Zaragoza (Aragón)	Escuela de Ingeniería y Arquitectura	Pública / propio	Creación de Empresas Audiovisuales y Convergencia Digital	AH	90
Universidad Complutense de Madrid	Facultad de Ciencias de la Información	Pública / propio	Comunicación Audiovisual para la Era Digital	AH	60
Universidad Europea de Madrid	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Campus Villaviciosa y Alcobendas	Privada / propio	Comunicación y Emprendimiento Digital	CS	60
Universidad Rey Juan Carlos (Madrid)	Escuela Superior de Gestión Empresarial y Marketing (ESIC)	Público / adscrito	Dirección en Comunicación y Nuevas Tecnologías	CS	60

<b>Universidad Pontificia de Salamanca (Castilla y León)</b>	Facultad de Comunicación	Privada / propio	Diseño Gráfico y de Interface para Nuevos Dispositivos	AH	60
<b>Universidad Cardenal Herrera – CEU (C. Valenciana)</b>	Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación	Privada / propio	Comunicación Interactiva	CS	60
<b>Universidad de Extremadura</b>	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación	Pública / propio	Gestión de la Información en Redes Sociales y de los Productos Digitales en Internet	CS	60
<b>Universidad Carlos III Madrid</b>	Centro de Postgrado	Pública / propio	Derecho de las Telecomunicaciones, Protección de Datos, Audiovisual y Sociedad de la Información	CS	60
<b>Universidad Internacional de La Rioja</b>	Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanidades	Privada / propio	Periodismo de Investigación Datos y Visualización	CS	60
<b>IE Universidad (Castilla y León)</b>	Centro de Estudios Superiores IE	Privada / adscrito	Cyberseguridad / <i>Cybersecurity</i>	CS	60
<b>Universidad de Murcia</b>	Facultad de Comunicación y Documentación	Pública / propio	Comunicación Móvil y Contenido Digital	CS	60
<b>Universidad Politécnica de Cartagena (Murcia)</b>	Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Telecomunicaciones	Pública / propio	Comunicación Móvil y Contenido Digital	CS	60
<b>Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea</b>	Escuela de Máster y Doctorado (MEDEA)	Pública / Propio	Comunicación Multimedia / Mulkimedia Komunikazioa	AH	60
			Periodismo Multimedia	CS	60

**TABLA 2. MÁSTERES IMPARTIDOS EN UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS QUE PODRÍAN TENER INTERÉS PARA LOS EGRESADOS DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA.**

### **Ámbito profesional**

#### **Tasas de Ocupabilidad de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Según la información de AQU<sup>1</sup>, del estudio de inserción laboral realizado en 2017, recogida en los informes de seguimiento de los Grados de la Facultad y en el Informe de Seguimiento Anual del centro, las tasas de ocupabilidad globales son adecuadas para las características de las titulaciones. Específicamente, sobre el *Grado de Comunicación Audiovisual*, se dice que los valores de los indicadores

<sup>1</sup> Ver web y documentos de AQU <http://estudis.aqu.cat/dades/Web/Inici> y [http://www.aqu.cat/doc/doc\\_56174010\\_1.pdf](http://www.aqu.cat/doc/doc_56174010_1.pdf)

de inserción laboral son adecuados porque la tasa de empleo de nuestros graduados, es del 87%, es decir, muy alta. Debería mejorar, sin embargo, el índice de calidad ocupacional (IQO) que actualmente se encuentra en un 50,1%.

En cuanto al *Grado de Periodismo*, en el mismo informe "Seguimiento de la inserción laboral de los graduados universitarios 2017", de AQU, se hace constar que los graduados en Periodismo de la UAB tienen un nivel de ocupación del 90,6% (un 42,5% de en funciones específicas de la titulación, un 37,8% de en funciones universitarias, y un 19,7% en funciones no universitarias). Para contextualizar estos datos hay que tener muy presente la crisis profunda en la que está el sector del periodismo desde hace más de una década y que ha destruido miles de puestos de trabajo. Un problema al que hay que sumar la excesiva cantidad de titulados en Periodismo que, dentro del mercado laboral, mantienen e incrementan la precariedad global, lo que ya se ha expuesto en otras partes de esta memoria.

En cuanto al *Grado de Publicidad y Relaciones Públicas* se indica que los graduados tienen una ocupación del 94,7%. Si nos detenemos en las funciones desarrolladas, se observa que casi 58% realizan funciones específicas de la titulación, mientras que, del resto, un 26,3% realiza funciones universitarias y un 15, 8% funciones no universitarias. La media de IQO, es decir, el índice de calidad ocupacional (medido a partir de indicadores como contrato, satisfacción con el trabajo, retribución y adecuación) supone un 64,4. Sin duda se trata de unas buenas cifras en el actual contexto de crisis económica, pero sería deseable mejorar este 58% de funciones específicas y el 64,4% de calidad ocupacional.

### **Empleabilidad y perspectivas académicas de futuro:**

El libro Blanco del Audiovisual en Cataluña (2016: 315) defiende que hay que "*promover una formación de alto nivel en el audiovisual y adaptada a los rápidos cambios del sector para asegurar la mejor capacitación de los trabajadores y profesionales en el país*" y explicita la necesidad de impulsar "*la formación y el desarrollo de nuevos perfiles profesionales (en guion, realización, edición, diseño, producción, programación, etc.), especialmente en los segmentos de producción audiovisual por los que en Cataluña se haga una apuesta estratégica : series de ficción, contenidos para públicos estratégicos y nuevos formatos innovadores*", así como "*promover una rápida adaptación de la formación universitaria a los cambios y necesidades del sector*".

En el mismo sentido se manifiestan otros expertos, en este caso refiriéndose a la comunicación informativa, asegurando que entre las figuras más demandadas se encontrarían los periodistas digitales multimedia (Martín Bernal, 2012), informadores especializados y con capacidad de mediación (Túñez et al., 2010) o perfiles basados en el uso avanzado de internet (Rico, 2012), como planificador de medios sociales, expertos en SEO o SEM, analistas web, desarrolladores multimedia, community manager<sup>1</sup> ...

Infojobs, en su informe anual de 2016 destaca el perfil del especialista en diseño de Interfaces (UX) como uno de los puestos de trabajo que ha multiplicado la demanda por tres desde 2013<sup>2</sup>.

James Breiner <sup>1</sup> reflexiona sobre el Informe Anual de la Profesión Periodística 2017 <sup>2</sup>de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) que describe el mercado laboral y las condiciones de trabajo de la profesión.

---

<sup>1</sup> Ver <http://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/2017-v8-n1-los-nuevos-perfiles-profesionales-del-periodista-desde-la-perspectiva-academica-espanola>).

<sup>2</sup> Ver <http://tueligesinfojobs.net/informe-anual-infojobs-2016.pdf>).

Asegura que el porcentaje de periodistas profesionales que trabajan en roles digitales sigue creciendo. Más de un tercio de los periodistas que respondieron a la encuesta en la que se basa el informe trabaja en medios digitales o redes sociales, una cifra significativa, dado que supera los porcentajes que trabajan en la televisión convencional (27%) o la prensa diaria en papel (24%), tradicionalmente los medios que más personas empleaban (p. 13). Y se abren paso nuevos puestos de trabajo en el ámbito de la comunicación y de sus mass-media, que precisan una formación que combine la tecnología y las ciencias sociales, como son los de: gestor de contenidos digitales, visualizador de datos, desarrollador de proyectos de información o analista de datos y tráfico.

El Informe APM destaca que cada vez hay más pequeñas y medianas empresas que contratan a periodistas y comunicadores para crear medios digitales o campañas en redes sociales para sus clientes

Este grado, pues, quiere formar profesionales que puedan responder a la demanda emergente de nuevos especialistas con competencias y conocimientos específicos adaptados a los cambios que experimenta el sector comunicativo orientado a satisfacer la experiencia del usuario.

Nuestra relación con la comunicación digital se realiza en el 100% de los casos a través de interfaces gráficas de usuario, lo que nos permite una comunicación amigable y sencilla con las nuevas tecnologías. Este grado se centra, por tanto, en mejorar la experiencia de comunicación interactiva en la que, casi la totalidad de los usuarios, están inmersos diariamente. Estos nuevos medios, además, reunirán en 2017 el 30% de la inversión publicitaria en España. Este grado formará a profesionales con una visión integral de la comunicación interactiva y capacidades para diseñar la forma en que interactuamos diariamente con la tecnología.

De forma indicativa apuntamos los siguientes perfiles profesionales:

- Data Scientist (analista y extractor de big data en empresas de comunicación)
- Director de proyectos interactivos
- Procesado, visualización y análisis de big data para la comunicación
- Responsable de narrativas interactiva
- Diseñador de infografías interactivas y visualización de datos
- Diseñador de interfaces
- Gestor de Redes Sociales
- Programador de interfaces
- Emprendedor digital
- Desarrollador multimedia
- Creador de videojuegos, webs, aplicaciones para dispositivos móviles y productos digitales interactivos
- Arquitecto de la información
- Consultor en usabilidad y *userexperience*
- Arquitecto de nuevas realidades virtuales e inmersivas
- Narrador inmersivo

---

<sup>1</sup> James Breiner. Los empleos para alumnos de periodismo. En España, todo apunta a las especialidades digitales. <https://medium.com/@jamesbreiner/d%C3%B3nde-encontrar%C3%A1n-trabajo-alumnos-de-periodismo-9a7fa4bb1f17>

<sup>2</sup> Ver la web de AP <http://www.apmadrid.es/publicaciones/informe-anual-de-la-profesion/>

Esta relación no puede ser ni exhaustiva ni rígida. Aparte de la formación transversal de contexto y las habilidades comunicativas, estos estudios deben garantizar un conocimiento que facilite una alta adaptabilidad a unos entornos sociales, económicos y tecnológicos cambiantes. La nueva cultura digital ha definido un nuevo escenario de constante transformación tecnológica y cultural. Economistas como Joseph Stiglitz hablan de la emergencia de la "sociedad del aprendizaje". Por esta razón, la capacidad de gestionar todo tipo de información o la adaptabilidad tecnológica deberían ser algunos de los signos distintivos más fuertes de estos nuevos graduados.

## **2.2. Coherencia de la propuesta con el potencial de la institución**

La Universidad Autónoma de Barcelona es, sin ninguna duda, un referente de los estudios sobre comunicación en España y en Europa. De acuerdo con el ranking QS 2017, la UAB ocupa el primer lugar dentro de las universidades públicas españolas en el ámbito de los estudios sobre los medios y la comunicación y, asimismo, se sitúa dentro de las primeras 25 universidades europeas en el mismo ámbito temático. En el mismo sentido, la UAB se encuentra posicionada como la cuarta universidad más importante del mundo en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación, dentro de las universidades de menos de 50 años.

La UAB, la Facultad de Ciencias de la Comunicación, - creada en 1971, siendo una de las tres primeras Facultades de Comunicación de España, junto con la de la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de Navarra- y los cuatro Departamentos propios del centro – (Periodismo y Ciencias de la Comunicación; Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas; Medios, Comunicación y Cultura; Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual)- ofrecen una total coherencia con el programa de Grado propuesto. Sus recursos docentes, administrativos y de infraestructura física permiten realizar una oferta adecuada y consecuente con el potencial de la UAB y con su tradición en la oferta de estudios similares guardando el estándar de calidad que debe exigirse a cualquier grado de la Universidad.

En la Facultad hay 8 grupos de investigación consolidados (SGR) que son los siguientes:

- Gabinete de Comunicación y Educación. Dir. José Manuel Pérez Tornero. (2005 / SGR 00520)
- GRISS (GR en Imagen, sonido y síntesis). Dir. Emili Prado (2014 / SGR1096)
- Grupo Internacional de Estudios sobre Comunicación y Cultura. INCOM-UAB. Dir. Amparo Huertas (2014 / SGR. 01594)
- Grupo Comunicación y Periodismo. Dir. María Dolores Montero (2014 / SGR 1096)
- Grupo Estructura y Políticas de Comunicación "Daniel Jones". Dir. Isabel Fernández (2014 / SGR 29)
- LAPREC. Laboratorio de Prospectiva e Investigación en Comunicación, Cultura y Cooperación. Dir. Teresa Velázquez (2017 SGR 5)
- LAICOM. Laboratorio de Análisis Instrumental de la Comunicación. Dir. Ángel Rodríguez (2014 SGR 800)
- PUBLIRADIO- Grupo de Investigación en Publicidad y Comunicación Radiofónica. Dirs. Armand Balsebre y Juan José Perona (2009 / SGR 0454)

En la Facultad también desarrollan sus proyectos de investigación otros 12 grupos propios, que son:

- DCEI- GR en Comunicación Empresarial e Institucional. Dir. Ana M. Enrique
- GR en Comunicación y Responsabilidad Social. Compress-Incom UAB. Dir. Carme Ferré
- GR Género y Comunicación. Dir. Joana Gallego
- GR en Publicidad. Dir. David Roca



- Hisper. GR de Historia del Periodismo. Dir. Josep M. Figueres
- LPCCP. Laboratorio de Periodismo y Comunicación para la Ciudadanía Plural. Dir. Amparo Moreno
- MIGRACOM: Observatorio y GR sobre Migración y Comunicación. Dir. Nicolás Lorite
- Observatorio Iberoamericano de la Comunicación. Dir. Marcial Murciano.
- Observatorio de la Cobertura de Conflictos. Dir. Xavier Giró.
- Observatorio de la Radio en Cataluña. Dir. Josep M. Martí
- OFENT: Observatorio de Ficción Televisiva y Nuevas Tecnologías. Dir. Rosario Lacalle
- PCA- GR en Psicología y Comunicación Publicitaria. Dir. Elena Añaños

No todos estos grupos centran sus investigaciones en la comunicación digital, pero sí que algunos de sus docentes intervendrán en la docencia de este nuevo grado, impartiendo asignaturas que son de su especialidad y que colaborarán en la formación integral de los futuros egresados en comunicación interactiva.

### **Identificación de los estudios acreditados del centro y valoración otorgada, por parte de AQU Catalunya:**

La Facultad de Ciencias de la Comunicación, como centro de la Universidad Autónoma de Barcelona, ofrece en total siete titulaciones oficiales (3 grados y 4 másteres universitarios) que requieren de un proceso de acreditación bajo el control de calidad de la AQU y que se desarrolla siguiendo los procedimientos y estándares del SGIC de la Facultad y la Universidad.

Es importante destacar que el 22 de febrero de 2016 la Comisión Específica de Ciencias Sociales y jurídicas de la Comisión de la Evaluación de la Calidad de AQU, emitió un informe favorable a la acreditación de los tres Grados y dos de los másteres oficiales que imparte la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB<sup>1</sup>. La séptima titulación, dado que es un programa de reciente creación, todavía no ha entrado en el proceso correspondiente (ha realizado sus informes internos en el segundo semestre de 2017 y se espera la visita del comité externo de evaluación durante el año 2018).

En el caso de las titulaciones de grado (Comunicación Audiovisual; Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas), las tres han obtenido resultados satisfactorios en todas las áreas de evaluación y el proceso sugiere buenos indicadores sobre todo en las valoraciones de adecuación del profesorado al programa formativo y calidad de los resultados del programa formativo.

En el caso de los títulos de máster universitario, los tres programas han sido acreditados con excelentes resultados. Es importante resaltar que dos de los programas evaluados (el Master Universitario en Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad y el Máster Universitario en Medios, Comunicación y Cultura) fueron acreditados con criterios de progresión hacia la excelencia.

### **2.3. Interés académico de la propuesta (referentes externos, nacionales y/o internacionales)**

Para realizar la propuesta del Grado en Comunicación Interactiva, se han llevado a cabo diversas líneas de trabajo:

- En primer lugar, para obtener referentes externos, se ha analizado la oferta académica de las universidades españolas en el ámbito de la comunicación relacionados con la tecnología en todas sus vertientes, independientemente de la rama de conocimiento a la que los grados estuvieran adscritos.

---

<sup>1</sup> Grados de Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas. Máster en Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad, y Máster en Medios, Comunicación y Cultura. El año anterior había sido acreditado el Máster oficial de Investigación en Periodismo y Comunicación.

También se han buscado los referentes internacionales de universidades de prestigio sobre estos mismos temas.

- En segundo lugar, se han mantenido entrevistas y reuniones con expertos en el ámbito de la comunicación en general y de la comunicación corporativa y estratégica en particular.

-En tercer lugar, también se ha tenido en cuenta otras actividades en las que los miembros de la facultad han tenido un papel activo y donde estaban involucradas personas ajenas al centro, como dos Jornadas de trabajo.

A continuación, se explica el primer punto sobre la búsqueda de los referentes académicos externos. Y en el apartado sobre los procesos de aprobación y consulta, expondremos las otras dos líneas de trabajo mencionadas.

#### - **Oferta formativa externa**

Si nos centramos en la oferta de grados universitarios en **comunicación** en España durante el curso 2016–2017, a partir de la investigación realizada por Marta Civil del INCOM – Facultad de Ciencias de la Comunicación<sup>1</sup>, se detecta un total de 205 grados oficiales, impartidos por 67 universidades públicas y privadas. En concreto, 106 grados son impartidos por un total de 35 universidades públicas (70 en centros propios y 36 en centros adscritos) y 99 grados en 31 universidades privadas (87 en centros propios y los 12 restantes en centros adscritos). A nivel autonómico todas las comunidades ofrecen algún estudio de grado en comunicación, a excepción del Principado de Asturias. La realidad demuestra que la tendencia es seguir impartiendo grados de 240 ECTS, de cuatro años de duración, puesto que, de los 205 grados mencionados, 203 son de 240 ECTS y solo 2 son de 180 ECTS y tres años de duración.

La oferta de grados en el ámbito de la Comunicación en España se traduce, en el curso 2016-2017, en 55 títulos de grado distintos, aunque la inmensa mayoría de estos grados llevan por título Comunicación Audiovisual (46), Periodismo (39) y Publicidad (37).

Respecto de la Comunicación Interactiva, que es el ámbito comunicativo en el que se centra esta propuesta, en Cataluña hay 6 universidades que, a través de facultades propias o centros adscritos, imparten 12 grados que ofrece, completamente o en parte, estudios relativos al tema. Todos ellos son de 4 años y 240 ECTS.

En Cataluña encontramos la siguiente oferta, clasificada por universidades y si se trata de una facultad propia o de un centro adscrito<sup>2</sup>.

Universidad	Centro	Tipología	Título del Grado	ECTS
Universitat de Barcelona	Escuela de Nuevas Tecnologías Interactivas (ENTI) (Barcelona)	Pública /	Contenidos Digitales Interactivos	240
		adscrito	Creación Artística para Videojuegos y Juegos Aplicados	180

<sup>1</sup> Marta Civil i Serra. *Los estudios universitarios de comunicación en España (2017). Análisis de la situación actual para un debate abierto sobre su futuro estratégico*. II Jornadas de ATIC sobre Formación y Empleo, (UAB, Bellaterra 16 noviembre 2017)

<sup>2</sup> Idem

<b>Universitat Politècnica de Catalunya</b>	Centro Universitario EAE (Barcelona)	Pública /adscrito	Marketing y Comunicación Digital	240
	Centro Universitario Euncet (Terrassa)	Pública /adscrito	Marketing y Comunicación Digital	240
	Centre de la Imatge i Tecnologia Multimèdia (Terrassa)	Pública /adscrito	Diseño, Animación y Arte Digital	180
			Multimedia	240
<b>Universitat Pompeu Fabra</b>	Escuela Superior de Ciencias Sociales y de la Empresa Tecnocampus (Mataró)	Pública /adscrito	Marketing y Comunidades digitales	240
	Escuela Superior Politécnica Tecnocampus (Mataró)	Pública /adscrito	Diseño y Producción de Videojuegos	240
<b>Universitat Oberta de Catalunya</b>	Universitat Oberta de Catalunya (Barcelona)	Privada /propio	Diseño y Creación Digitales	180
			Multimedia	240
<b>Universitat Ramon Llull</b>	Escuela Universitaria de Ingeniería Técnica de Telecomunicación La Salle (Barcelona)	Privada /propio	Animación	240
<b>Universitat de Vic – Universitat Central de Catalunya</b>	Facultad de Ciencias y Tecnología (Vic)	Privada /propio	Multimedia	240

**TABLA 3. UNIVERSIDADES CATALANAS QUE OFERTAN GRADOS CON ALGUNA RELACIÓN CON COMUNICACIÓN INTERACTIVA**

Como se puede observar en la tabla de universidades catalanas, las características generales son las siguientes:

- Todos los títulos los imparten o bien universidades privadas, o bien centros adscritos de universidades públicas.
- La oferta de grados en Cataluña se centra en temas de arte, relacionados o no con la tecnología, especialmente con los videojuegos y en el marketing y la comunicación digital. Así varios de los títulos están adscritos a la rama de Arte y Humanidades, no a la de Ciencias Sociales y ninguno de los grados está adscrito a la rama de Ingeniería.

En España hay 11 universidades que a través de centros propios o adscritos ofrecen 18 grados centrados también en la creación de videojuegos, la animación, el diseño digital, la comunicación digital, los productos transmedia o multimedia y la gestión de contenidos multimedia. La realidad es que estos títulos no se ofrecen, a menudo, desde Facultades de Comunicación ni Escuelas de Ingeniería, sino desde las Facultades de Letras o las relacionadas con las Bellas Artes, pues tienen a menudo una componente de creación artística muy determinante en el plan de estudios.

La oferta de títulos de Grado que puedan tener una cierta relación con el que presenta la UAB es la que aparece en la tabla 4 siguiente<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> n.d.: datos no disponibles.

Universidad (comunidad)	Centro	Tipología	Grado	Rama	ECTS
Universidad Pablo de Olavide (Andalucía)	Centro Universitario San Isidoro(Sevilla)	Pública / adscrito	Comunicación Digital	CS	240
Universidad San Jorge (Aragón)	Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales. (Villanueva de Gállego, Zaragoza)	Privada / propio	Comunicación Digital	AH	240
IE Universidad (Castilla y León)	Facultad de Ciencias Humanas, Sociales y de Comunicación (Segovia)	Privada / propio	Comunicación y Medios Digitales / <i>Bachelor in Communication and Digital Media</i>	CS	240
IE Universidad (Comunidad Madrid)	Centro de Estudios Superiores IE (Campus Madrid)	Privada / adscrito	Comunicación y Medios Digitales / <i>Bachelor on Communication and Digital Media</i>	CS	240
Universidad Antonio de Nebrija (Comunidad Madrid)	Facultad de Comunicación y Artes(Madrid)	Privada / propio	Diseño Digital y Multimedia	AH	240
Universidad Autónoma de Madrid	Centro Superior de Estudios Universitarios La Salle(Madrid)	Pública / adscrito	Diseño y Gestión de Proyectos Interactiva	AH	240
Universidad Camilo José Cela (Madrid)	Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital (U-Tad) (Las Rozas)	Privada / adscrito	Animación	AH	240
			Diseño de Productos Interactivos	AH	240
			Diseño Visual de Contenidos Digitales	AH	240
Universidad Camilo José Cela (Madrid)	Escuela Universitaria de Diseño (ESNE)(Madrid)	Privada / adscrito	Diseño Multimedia y Gráfico	AH	240
			Diseño y Desarrollo de Videojuegos	AH	240
Universidad Carlos III de Madrid	Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación (Getafe)	Pública / propio	Gestión de la Información y Contenidos Digitales	CS	240
Universidad Europea de Madrid	Escuela de Arquitectura, Ingeniería y Diseño. Campus Villaviciosa y Alcobendas	Privada / propio	Animación	AH	240
			Creación y Desarrollo de Videojuegos	AH	240
			Diseño de Videojuegos	AH	240
Universidad Francisco de Vitoria (Madrid)	Facultad de Ciencias de la Comunicación (Pozuelo de Alcorcón)	Privada / propio	Creación y Narración de Videojuegos	AH	240
Universidad Católica de Valencia. San	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	Privada / propio	Multimedia y Artes Digitales	AH	240

Nota: Clasificación del MECD (Gobierno de España): AH (Artes y Humanidades: “Artes, Humanidades, Lenguas, Otras Artes y Humanidades, Técnicas Audiovisuales y Medios de Comunicación”); CS (Ciencias Sociales y Jurídicas: “Administración y gestión de empresas, Derecho, Economía, Otra Educación comercial y empresarial, Otras Ciencias sociales, educación comercial y derecho, Otras Ciencias sociales y del comportamiento, Periodismo e información, Psicología”).

Vicente Mártir (C. Valenciana)	(Valencia)				
Universidad Internacional de La Rioja	Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanidades (Logroño)	Privada /propio	Diseño Digital	AH	240

**TABLA 4. UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS DONDE SE IMPARTEN GRADOS CON ALGUNA SIMILITUD CON EL DE COMUNICACIÓN INTERACTIVA.**

A partir de la investigación de Marta Civil podemos afirmar, según datos del Ministerio de Educación y Cultura, de los 205 grados, 120 están adscritos a las Ciencias Sociales y Jurídicas (58,54%), mientras que 85 dependen de la rama científica de las Artes y Humanidades (41,46%), una proporción que ha ido aumentando en los últimos años a favor de esta última rama científica.

Después de analizar los grados mencionados en la tabla anterior, puede afirmarse que la propuesta del grado de la UAB se diferencia claramente de los grados que se están programando actualmente en Cataluña y en España y, por tanto, va a cubrir un espacio formativo novedoso. Las características del Grado de Comunicación Interactiva que propone la UAB son, pues, las siguientes:

- a) Presenta un enfoque holístico, combinando la capacidad creación estética, de usabilidad y creatividad, con destrezas técnicas propias hasta ahora del mundo de ingeniería. Esta visión completa ofrecerá a los estudiantes una capacidad de dirigir los grupos humanos necesarios para la creación de estos productos interactivos.
- b) El Grado muestra su voluntad interdisciplinar con la inclusión de asignaturas que, y pertenecen a las ramas de las ciencias sociales, las humanidades y la ingeniería.
- c) La interactividad, la realidad virtual, el big data o los juegos serán planteados en el grado vinculando docencia e investigación.

Todo ello supone la combinación de lo generalista y especializado al mismo tiempo. Un equilibrio entre actualidad tecnológica y conocimientos que perviven en el tiempo, centrándose en la formación de alumnos que sean capaces de adaptarse a los cambios acelerados que las nuevas tecnologías traen. En ocasiones la excesiva especialización lleva a la rápida caducidad de los títulos y perfiles. También se considera que la universidad pública ha de velar por el acceso equitativo de todos los ciudadanos a estudios de calidad, adaptados a las demandas de la industria y la sociedad en general a precio público.

Por eso, este grado se marca el objetivo de que los estudiantes adquieran un perfil que combine los conocimientos tecnológicos con los relativos a la comunicación, de tal manera que puedan incorporarse a un mercado laboral de medios de comunicación y empresas tecnológicas que precisan comunicadores con altas prestaciones en tecnología.

Y para ello, la Facultad proporcionará docencia de calidad en la comprensión teórica de la comunicación humana y la aplicación de la teoría en contextos específicos, incidiendo en los estudios de caso y metodologías docentes que combinen teoría y práctica. En el mundo competitivo actual, los estudiantes, además de ampliar su base cultural y la comprensión del mundo que les rodea, han de adquirir sólidas competencias en comunicación oral y escrita, habilidades para la comunicación grupal e

interpersonal, un pensamiento crítico y ser capaces de planificar tareas, resolver problemas, y tomar decisiones.

También se han buscado **referentes internacionales** de universidades de prestigio y el grado en Comunicación Interactiva que desarrollamos en este documento coincide con la tradición interdisciplinar en la formación sobre comunicación de las más prestigiosas universidades norteamericanas y de Singapur. Este grado presenta una serie de elementos que lo hace coincidir con proyectos recientes, pero ya consolidados, de las instituciones líderes en el mundo de la educación superior como el Massachusetts Institute of Technology (MIT), la Universidad de Stanford y la Universidad de California (UCLA), las tres en Estados Unidos, y la emergente y ya muy destacada Nanyang Technological University en Singapur.

Todos estos proyectos, al igual que el nuestro, coinciden en una serie de factores:

- a) Su carácter interdisciplinar y su apuesta por la convergencia entre ciencias sociales, humanidades e ingeniería.
- b) La riqueza formativa en diferentes aspectos como el diseño de interfaces, los videojuegos, realidad virtual y aumentada o el big data, con una clara conexión con los viejos medios en torno a la idea del lenguaje audiovisual.
- c) El papel central del concepto de interactividad, que lejos de parecer periclitado, mantiene su potencia y vigencia a la hora de explicar los fenómenos de los que tratamos
- d) La clara vinculación entre docencia e investigación en interactividad, realidad virtual o juegos, aspecto que este proyecto de la UAB aparece representado con la creación de un Media Lab.

A continuación, comentamos los contenidos curriculares de los ejemplos seleccionados, según las propias explicaciones de sus universidades.

El grado en ***Comparative Media Studies del Massachusetts Institute of Technology*** (MIT) ofrece a los estudiantes una oportunidad para un estudio multidisciplinar del cine y televisión, el diseño de **videojuegos, de mundos virtuales y la escritura interactiva**, entre otros. Al mismo tiempo, se centra en las prácticas mediáticas a lo largo de los diferentes periodos históricos, buscando siempre **anticipar los desarrollos mediáticos futuros y muy ligado al Media Lab**.

***El grado en Design Media Arts de la Universidad de California*** (UCLA) hace hincapié en la creación innovadora con medios digitales en el contexto de una universidad pública con vocación de investigación, al igual que la UAB. Ofrece una formación sólida en forma, color, espacio o movimiento **y en interactividad**, seguido de un número de asignaturas en vídeo y comunicación visual, **medios sociales, diseño de videojuegos** y narrativas. El grado culmina con la elección de los llamados **proyectos senior**, en los que los alumnos realizan un gran trabajo que liga con sus intereses en las áreas de **interactividad, videojuegos y animación**, junto con comunicación visual. Este programa invita a sus

estudiantes a equilibrar su sensibilidad estética con el razonamiento lógico, las teorías formales con aplicación práctica y la histórica.

El grado en **Medios Interactivos de la Universidad Tecnológica de Nanyang** en Singapur fue inaugurado en el curso 2005/2006. Cuenta con un interesante programa en **diseño de interacción** y se centra en explotar una amplia gama de tendencias contemporáneas en el mundo del arte que se expresan a través de los llamados **medios interactivos**. Este programa parte del concepto de la **interactividad como fenómeno** clave y ofrece formación en **interacción práctica**, diseño de acción, objetos, narrativas e interfaces, entre otras. La interactividad aquí se basa en los contextos de *jugabilidad* y la interacción entre ordenadores y personas, entre otros. El **Interactive Media Program** explora las tecnologías electrónicas por ordenador con la finalidad de proporcionar mejores soluciones de diseño para el futuro. En este grado los estudiantes aprenden a **diseñar experiencias interactivas, aplicaciones web, videojuegos y realidad virtual aumentada**.

El **Science Technology and Society de la Universidad de Standford** en Estados Unidos ofrece a los estudiantes un marco interdisciplinar a través del cual entender las interacciones complejas de la ciencia, la tecnología y las ciencias sociales. En estos estudios se ofrecen contenidos tanto de las ciencias sociales, las humanidades, la ingeniería y las ciencias puras, igual que en nuestra propuesta. Así, en Science Technology and Society están involucrados **una docena de departamentos**, entre otros Comunicación, Antropología, Informática, Educación, Ingeniería Industrial, Historia, Derecho, Ciencias Políticas y Sociología.

Los estudios sobre Comunicación Interactiva multidisciplinar en las universidades líderes son:

Título de Grado	Universidad	Ranking Mundial*	Descripción
<i>Comparative Media Studies</i>	Massachusetts Institute of Technology (MIT)	1	Videojuegos, mundos virtuales y escritura interactiva Investigación sobre desarrollos mediáticos futuros Muy ligado al Media Lab
<i>Bachelor in Design Media Arts</i>	University of California (UCLA) Los Angeles	31	Color, espacio, movimiento e interactividad, medios sociales y diseño de videojuegos Culminan con Proyecto Senior: videojuegos, interactividad o animación
<i>Medios Interactivos</i>	Universidad de Nanyang	11	Diseño de interacción Interactividad fenómeno clave Experiencias interactivas: Aplicaciones, Videojuegos, Realidad virtual y aumentada
<i>Science Technology and Society</i>	Universidad del Standford	2	Acercamiento interdisciplinar entre Ciencias Sociales, Humanidades, ingeniería y Ciencias 12 departamentos Involucrados

\*Ranking según QS World University Ranking 2016-2017

En este apartado se ha apostado por la calidad de los ejemplos más que por la cantidad. Exponemos, por lo tanto, ejemplos de las instituciones líderes en educación superior que indican que el territorio en el que nos adentramos con nuestro grado de Comunicación Interactiva es un campo ya explorado con gran éxito. La UAB, pues, con este proyecto de Grado se une a esta tendencia.

### **Procedimientos de consulta y aprobación**

La creación de la oferta académica del Grado de Comunicación Interactiva se ha basado en un intenso trabajo interno que ha permitido la participación en el mismo de los tres estamentos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, en un proceso que se inició, formalmente, en la Junta de Facultad del 15 de junio de 2016. Y también en, como ya se ha comentado, las consultas a expertos.

#### **- Procedimiento de trabajo interno.**

Como ya se ha comentado, la acreditación de los títulos que imparte la Facultad ha sido fundamental para el centro y para la continuidad de los estudios. Pero, además, conllevó que la Facultad se planteara la necesidad de iniciar una reflexión sobre los contenidos de los grados actuales y sobre la orientación de los planes de estudios de cara al futuro. Así, la Junta de Facultad, reunida como se acaba de mencionar, el 15 de junio de 2016, hizo un mandato al equipo de decanato, según el cual éste se comprometía a la elaboración y presentación ante la Junta de diversos escenarios de reforma de los planes de estudios de la actual oferta formativa de grado oficial de la Facultad. Una vez se hubiera elegido un escenario, el equipo de decanato se comprometía a la constitución de una comisión de la que emanarían diversos grupos de trabajo, donde todos los estamentos de la Facultad estarían representados. De manera muy resumida, se explica todo el proceso de trabajo desarrollado para la creación de la memoria del Grado.

- a) **Elaboración** por parte del Equipo de Decanato del ***Informe d'Escenaris de la Facultat de Ciències de la Comunicació***. La primera versión de este documento fue presentada y debatida en 7 reuniones por estamentos con profesorado, personal de administración y servicios y estudiantes, durante los meses de septiembre y octubre de 2016. Las aportaciones de todos los miembros participantes posibilitaron introducir mejoras en el mismo, cuya versión definitiva, de 2 de noviembre de 2016, fue enviada a todos los miembros de la Junta de Facultad y se colgó en la web del centro.
- b) **Junta Extraordinaria de Facultad del 15 de noviembre de 2016**, donde se presentó y debatió el documento. La previsión inicial era que se votaría un escenario y se trabajaría sobre el mismo. Pero la decisión del Equipo de Rectorado de la UAB, presidido por la Dra. Margarita Arboix, abriendo un debate en toda la universidad sobre el modelo docente y la estructura de grados y postgrados que se tenía que impulsar, obligó a posponer la votación hasta que cada centro tuviera una reunión pública con los responsables del Vicerrectorado de Programación Académica y Calidad, el Dr. Josep Ros, vicerrector, y la Dra. María Valdés, delegada.
- c) **Reunión de todos los** estamentos en sesión pública con el vicerrector Ros y la delegada Valdés en el Aula Magna de la Facultad de Ciencias de la Comunicación el 13 de enero de 2017. Se ratificó que el sistema de trabajo del documento de Escenarios era el que quería la comunidad del centro.



- d) **La Junta de facultad celebrada el 12 de diciembre de 2016** decidió la creación de la “Comisión para la elaboración del Catálogo de titulaciones del centro”. Estuvo formada por miembros de los tres estamentos. Esta comisión, con varios de sus miembros, estaría en la base de la “Comisión delegada de Junta para la revisión de los planes de estudio y la creación de nuevas propuestas de grado”.
- e) **En la Junta de facultad celebrada el 13 de marzo de 2017**, se presentaron las actividades de la Comisión para la Elaboración del Catálogo de Títulos; se presentó el Documento de Escenarios y se votó uno de ellos para plantear la revisión de los títulos; y se presentó y votó la comisión que ha de revisar los planes de estudios.
- Se votó de forma unánime el escenario que defendía que la Facultad tenía que incrementar su oferta formativa de tres a cinco grados de 240 ECTS cada uno, manteniendo el mismo número global de estudiantes matriculados. Eso suponía, revisar los actuales planes de estudios de los grados de Comunicación Audiovisual, Periodismo, y Publicidad y Relaciones Públicas; reducir en 120 estudiantes la entrada al grado de Periodismo y crear dos grados nuevos relacionados con la Comunicación que se adecuarán mejor a las demandas laborales. Uno de los grados tenía que centrarse en la comunicación corporativa y estratégica, y el otro en las nuevas formas digitales de la comunicación.
  - En cuanto a la creación comisión delegada de la Junta de revisión de los planes de estudio y creación de nuevas propuestas de grado<sup>1</sup>. La comisión de revisión tenía 17 miembros y se han hecho 13 reuniones.
- f) **Creación de grupos de trabajo dentro de la comisión** de revisión del plan de estudios. Se creó un grupo de trabajo por cada una de las cinco titulaciones de Grado. Han intervenido unas 30 personas entre profesorado y estudiantes, puesto que los representantes del PAS, en nombre de su colectivo, declinaron participar alegando que los expertos eran los docentes y ellos pondrían sus conocimientos en la mejora técnica de los mismos desde todos sus ámbitos de competencia.
- g) **Junta Extraordinaria de Facultad el 28 de junio de 2017** en la que se hizo la presentación del trabajo realizado por la Comisión para la Revisión de los Planes de Estudios; se hizo la presentación y se sometió a aprobación las nuevas propuestas de grados, Grado en Comunicación Interactiva y Grado en Gestión de la Comunicación de las Organizaciones.
- h) **La junta de facultad del 10 de octubre de 2017** tenía como uno de los puntos del orden del día, la discusión y aprobación en su caso de las fichas Pimpeu de las nuevas titulaciones, que se aprobaron por asentimiento.
- i) **Junta de facultad del 15 de marzo de 2018**. Se aprueba la Memoria del Grado en Comunicación Interactiva, previamente revisada por la Oficina de Programación y de Calidad de la UAB.

También, como parte esencial de este proceso, se realizan diversas reuniones con profesionales que se detallan a continuación.

---

1 Como indica el Reglamento de la Facultat en su artículo 19: “*La Junta de Facultat o les comissions permanents poden crear altres comissions d’estudi, anàlisi o proposta. En l’acord de creació s’hi ha de fer constar l’objecte, l’abast, la composició —que ha d’incloure membres de tots els sectors representats a la Junta de Facultat— i la vigència, que ha de ser, en qualsevol cas, temporal i determinada*”.

#### - Entrevistas a expertos

Estas entrevistas han sido, por una parte, de carácter interno, en el sentido de hablar con los propios docentes de la Facultad que están especializados en estos temas, porque forman parte de su trabajo de investigación y de su experiencia docente y de su vinculación profesional. Y por otro lado se han realizado entrevistas a personas externas al centro. Estas entrevistas han sido realizadas o bien a través de los miembros del Equipo del Decanato<sup>1</sup> con sus homólogos de otras asociaciones con la asistencia de siempre por lo menos de 4 personas, y otras reuniones se han desarrollado de forma individual.

Las entrevistas en profundidad han sido con los siguientes expertos del mundo de los videojuegos, el desarrollo de interfaces, la ingeniería informática, emprendedores y expertos en innovación digital:

-Dra. Ruth Contreras, profesora e investigadora y directora del Observatorio sobre Videojuegos.

-Dr. Xavier Salla, experto en Derecho Digital, emprendedor y Director de la Fundación de la Comunicación Experiencial.

-Dr. Òscar Coromina, experto en marketing digital y coordinador del master en Comunicación y Marketing Digital.

- Dr. Remo Suppi, Profesor Titular, Dr. Ingeniero en informática.

-Sra. Laia Sánchez, Responsable de *El Social Media Lab* del City Lab de Cornellà de Llobregat

#### - Reunión de reflexión con expertos.

El día 30 de enero de 2017 la Sala de Grados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación acogió a profesionales conocedores del ámbito comunicativo catalán, bien por su ocupación o por sus cargos de responsabilidad en el Sistema Universitario Catalán. El objetivo era reflexionar, de manera general, sobre los estudios de comunicación y el perfil de los egresados de las titulaciones del centro. Esta reunión formaba parte de las acciones que ha llevado a cabo la Facultad desde el mes de junio de 2016, cuando se inició el proceso de revisión de los planes de estudio del centro. Se creó una “Comisión de Revisión del Catálogo de Oferta Formativa del Centro”, formada por profesorado, personal de administración y servicios y estudiantes del centro, que se dedicó a buscar información sobre la oferta formativa en comunicación y a reflexionar sobre cuál tenía que ser la oferta propia de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Una de las acciones fue organizar una reunión con expertos. Algunos de los convocados externos no pudieron asistir por motivos laborales, pero mandaron sus comentarios por escrito a la comisión y por ello se reseñan en este mismo apartado. Hubo 10 asistentes entre PDI, PAS y estudiantes del centro, y los invitados externos fueron:

- Gianluca Battista, Fotoperiodista freelance, trabaja para El País y diversos medios italianos.
- Laura Borràs Directora de la Institució de les Lletres Catalanes en esa fecha.

---

<sup>1</sup> El Equipo de Decanato que tomó posesión del cargo el 1 de enero de 2016 y que ha impulsado la revisión de los planes de estudio de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y cuyos miembros se han entrevistado con los colegios y asociaciones profesionales, está formado por María José Recoder, decana; Carles Llorens, secretario y los vicedecanos Carme Ferré, Elisabet García-Altadill, David Paloma y Antoni Vidal.

- Jordi Cervera, escritor y periodista. Autor de un blog sobre cultura de gran éxito, reiteradamente premiado.
- Albert March (Video filmmaker y documentary)
- Joan Josep Moreso, Presidente de AQU.
- Francesc X. Ribes, Comisionado del Rector de la UAB para la Sociedad de la Información y del Conocimiento (2012-2016).
- Santi Suárez, guionista y escritor. Autor de documentales, director y escritor.
- Montse Virgili, periodista en *Catalunya Ràdio*.

Los que nos mandaron sus observaciones por escrito fueron:

- Mireia Izard, periodista en *Catalunya Ràdio*.
- Ismael Nafría, periodista y experto en periodismo digital.
- Marc Argemí, periodista y creador de la empresa *Sibilare* sobre análisis de datos en redes sociales.
- Sergi Picazo, periodista y fundador de *Crític*.
- Enric Sierra, periodista en *La Vanguardia*.

#### - **Otras actividades**

Para la realización de esta memoria, también se han tenido en cuenta otras dos actividades que mencionamos a continuación:

**II Jornadas sobre Formación y Empleo.** Otra actividad, ya mencionada anteriormente, que tuvo gran interés para corroborar hipótesis y datos, fue la celebración el 16 de noviembre de 2017 de las // *Jornadas sobre Formación y Empleo*, organizadas por la Asociación de Universidades con Titulaciones en Comunicación e Información (ATIC) en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB. A lo largo de todo el día, se debatió el futuro de los estudios de comunicación en España y se obtuvieron ideas valiosas sobre hacia dónde va el futuro de la formación en comunicación.

**Jornada sobre Precariedad Laboral.** Finalmente, citar la *Jornada sobre Precarietat Laboral* organizada el 10 de noviembre de 2017 por el Col·legi de Periodistes de Catalunya y celebrada en su sede de Barcelona donde se plantearon algunos de los problemas laborales que tiene el sector periodístico, del que no es ajeno el número de estudiantes que cursan este grado en Cataluña y en el Estado Español<sup>1</sup>.

La memoria para la solicitud de verificación del título se aprobó por la Comisión de Asuntos Académicos, por delegación del Consejo de Gobierno, el día 10 de abril de 2018.

---

<sup>1</sup> Sobre esta Jornada se puede consultar. Marta Arbós. "Precaris". *Revista Capçalera*, n.177, pag. 6-11. gener 2018. Y el resumen en <https://www.periodistes.cat/capcalera/precaris>  
 Web de l'Observatori Crític dels mitjans: [www.media.cat](http://www.media.cat). Web del col·lectiu On són les dones. <http://onsonlesdones.blogspot.com.es>. Videos de la jornada. <https://www.periodistes.cat/actualitat/noticies/ja-pots-veure-els-videos-de-la-jornada-sobre-la-precarietat-laboral>

### 3. COMPETENCIAS

#### 3.1. Objetivos generales del título

El grado en Comunicación Interactiva que ofrece la Universitat Autònoma de Barcelona formará a los alumnos en el análisis y la creación de interfaces de comunicación, plataformas web sociales, servicios para los nuevos medios y la creación de realidad virtual y aumentada. Será un programa interdisciplinar con un claro carácter profesionalizador y muy vinculado a la investigación sobre las formas de comunicación emergentes. Así, el grado formará profesionales en los siguientes campos:

- Diseño de interfaces usables de comunicación entre los ordenadores y las personas.
- Producción de plataformas web sociales y aplicaciones.
- Extracción, análisis y visualización de *big data* de los medios nuevos y los tradicionales para la creación de servicios innovadores.

#### Resumen Objetivos (SET)

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 tanto a satisfacer la experiencia del usuario como en la creación de nuevas formas de comunicación emergentes. Se centra en conseguir perfiles profesionales que mejoren la experiencia de comunicación interactiva que provocan los mass-media digitales, en los que, casi la totalidad de los usuarios, están inmersos diariamente. Este grado formará a profesionales con una visión integral de la comunicación interactiva y capacidades para diseñar la forma en que interactuamos diariamente con la tecnología.

#### 3.2. Competencias

##### Básicas

B01 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

B02 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

B03 Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

B04 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

B05 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

## **Específicas**

E01. Diferenciar y aplicar las principales teorías, elaboraciones conceptuales, y enfoques regulatorios de la comunicación interactiva.

E02. Identificar los aspectos específicos de los sistemas de información tanto desde el punto de vista conceptual como práctico.

E03. Vincular los procesos y las teorías matemáticas y físicas y su aplicación al mundo de las bases de datos, a la creación de interfaces y a la realidad virtual aumentada.

E04. Reconocer y planificar la infraestructura tecnológica necesaria para la creación, el almacenamiento, el análisis y la distribución de productos multimedia interactivos y del internet social.

E05. Integrar conocimientos de diseño, lenguaje y técnica fotográfica y audiovisual para dar sentido a diferentes tipos de contenido.

E06. Planificar, aplicar, analizar y evaluar campañas de marketing digital en los medios sociales e implementar sistemas de automatización en la gestión.

E07. Aplicar e integrar los conocimientos en ciencias sociales y humanidades y los provenientes de la ingeniería para generar productos y servicios complejos y a la medida de los ciudadanos y de sus necesidades.

E08. Diseñar y crear interfaces usables basadas en las necesidades de los usuarios y estéticamente atractivas.

E09. Concebir, crear, animar e integrar espacios, personajes y objetos virtuales y de realidad aumentada.

E10. Promocionar y lanzar nuevos productos y servicios a partir de la extracción y el análisis de datos masivos de los medios de comunicación.

E11. Promover proyectos profesionales y empresariales complejos e innovadores de nuevos medios y comunicarlos eficientemente.

## **Resumen competencias específicas (SET)**

Las competencias específicas tienen como finalidad formar a los estudiantes en los conocimientos y destrezas necesarios para desarrollar su profesión con habilidad comunicativa, técnica, social y ética. Las competencias son:

- a) De carga intelectual general: histórico, sociológico, estético, jurídico y de los lenguajes expresivos previos y las formas de expresar sentido
- b) Competencias técnicas: Aquí aparecen tanto las competencias desde las ciencias sociales y las que provienen de la ingeniería
- c) Competencias de relación entre los dos mundos

Todas ellas tienen como finalidad formar ciudadanos que integren de forma eficaz y equilibrada conocimientos y destrezas que vienen básicamente de Ciencias sociales y humanidades con complementos de ingeniería, enriqueciendo así su cosmovisión.

### **Generales / Transversales**

En los títulos de grado, la UAB trata como equivalentes los conceptos de competencia general y competencia transversal. Por ello, las competencias transversales se informan en la aplicación RUCT en el apartado correspondiente a las competencias generales.

#### **Generales**

G01. Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.

G02. Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.

G03. Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.

G04. Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.

#### **Transversales**

T01. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.

T02. Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo.

T03. Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazo.

T04. Demostrar conciencia ética, así como empatía con el entorno.

## 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

### Perfil ideal del estudiante de ingreso

El estudiante que desee cursar el Grado en Comunicación Interactiva deberá estar interesado en la comunicación y los avances científicos y tecnológicos. Recomendamos que sea un estudiante con capacidad de razonamiento lógico, con alta valoración de la calidad en el trabajo y capacidad para trabajar de forma organizada y metódica. En cuanto a sus intereses profesionales debe estar dispuesto a integrarse en equipos interdisciplinarios. También ha de dominar las lenguas propias de Cataluña y que tenga un buen nivel de inglés, aunque no imprescindible, para acceder a la titulación.

Debe ser un estudiante con intereses amplios en las ciencias sociales, ha de tener capacidad para la comunicación oral y escrita y no solo ha de estar familiarizado con el manejo de instrumentos tecnológicos, sino sobre todo ha de 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 la tecnología para desarrollar productos comunicativos.

### 4.1. Mecanismos de información previa a la matriculación y procedimientos de acogida y orientación a los estudiantes de nuevo ingreso

El Pla de Acció Tutorial de la UAB contempla tanto las acciones de promoción, orientación y transición a la universidad, como las acciones asesoramiento y soporte a los estudiantes de la UAB en los diferentes aspectos de su aprendizaje y su desarrollo profesional inicial.

La UAB ha incrementado de manera considerable en los últimos cursos académicos los canales de difusión y las actividades de orientación para sus potenciales estudiantes de la oferta de grado de la universidad. El público principal de los sistemas de información y orientación son los estudiantes de secundaria de Cataluña, que acceden a través de las PAU. Un segundo público identificado para los estudios de grado serían los estudiantes de CFGS, seguidos por los estudiantes mayores de 25 años. Por último, también los estudiantes internacionales constituyen un colectivo destinatario de la nueva oferta educativa derivada del EEES.

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

#### **Sistemas generales de información**

La UAB ofrece a todos los futuros estudiantes, de forma individualizada y personalizada, información completa sobre el acceso a la universidad, el proceso de matriculación, las becas, los estudios y los servicios de la universidad. Los dos principales sistemas de información de la UAB son su página web y la Oficina de Información.

**Información a través de la web de la UAB** específicamente dirigida a los estudiantes de grado: la web incluye información académica sobre el acceso a los estudios y el proceso de matrícula, así como toda la información de soporte al estudiante (becas, programas de movilidad, información sobre calidad docente...) en tres idiomas (catalán, castellano e inglés). Dentro de la web destaca el apartado de preguntas frecuentes, que sirve para resolver las dudas más habituales.

Para cada grado, el futuro estudiante dispone de una ficha individualizada que detalla el plan de estudios y toda la información académica y relativa a trámites y gestiones. Cada ficha dispone además de un formulario que permite al usuario plantear cualquier duda específica. Anualmente se atienden aproximadamente 25.000 consultas de grados a través de estos formularios web. La web acoge también

un apartado denominado **Visita la UAB**, dónde se encuentran todas las actividades de orientación e información que se organizan a nivel de universidad como a nivel de centro y de sus servicios.

**Información a través de otros canales online y offline:** muchos futuros estudiantes recurren a buscadores como Google para obtener información sobre programas concretos o cualquier otro aspecto relacionado con la oferta universitaria. La UAB dedica notables esfuerzos a que nuestra web obtenga un excelente posicionamiento orgánico en los buscadores, de manera que los potenciales estudiantes interesados en nuestra oferta la puedan encontrar fácilmente a partir de múltiples búsquedas relacionadas. La UAB tiene presencia en las principales redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube...), mediante las cuales realiza también acciones informativas y da respuesta a las consultas que plantean los futuros estudiantes. La UAB edita numerosas publicaciones (catálogos, guías, presentaciones...) en soporte papel para facilitar una información detallada que se distribuye después en numerosos eventos tanto dentro del campus como fuera de él.

Los estudiantes que muestran interés en recibir información por parte de la Universidad reciben en su correo electrónico las principales novedades y contenidos específicos como guías fáciles sobre becas y ayudas, movilidad internacional o prácticas en empresas e instituciones.

Asimismo, la UAB dispone de un equipo de comunicación que emite información a los medios y da respuesta a las solicitudes de éstos, de manera que la Universidad mantiene una importante presencia en los contenidos sobre educación universitaria, investigación y transferencia que se publican tanto en media online como offline, tanto a nivel nacional como internacional. Finalmente, podemos decir que la UAB desarrolla también una importante inversión publicitaria para dar a conocer la institución, sus centros y sus estudios, tanto en medios online como offline, tanto a nivel nacional como internacional.

**Orientación a la preinscripción universitaria:** la UAB cuenta con una oficina central de información (**Punto de información**) que permite ofrecer una atención personalizada por teléfono, de forma presencial o bien a través del correo electrónico. Además, durante el período de preinscripción y matriculación, la UAB pone a disposición de los futuros estudiantes un servicio de atención telefónica de matrícula que atiende alrededor de 14.000 consultas entre junio y octubre de cada año.

### **Actividades de promoción y orientación específicas**

La UAB realiza actividades de promoción y orientación específicas con el objetivo de potenciar la orientación vocacional, es decir, ayudar a los estudiantes a elegir el grado que mejor se ajuste a sus necesidades, intereses, gustos, preferencias y prioridades. Para ello se organizan una serie de actividades de orientación/información durante el curso académico con la finalidad de acercar los estudios de la UAB a los futuros estudiantes. Estas actividades se realizan tanto en el campus como fuera de él.

En el transcurso de estas actividades se distribuyen materiales impresos con toda la información necesaria sobre los estudios de grado y sobre la universidad (folletos, guías, presentaciones, audiovisuales...) adaptados a las necesidades de información de este colectivo. Dentro de las actividades generales que se realizan en el campus de la UAB destacan:

- **Jornadas de Puertas Abiertas** (22.000 asistentes aproximadamente cada año), estructuradas en una serie de conferencias para cada titulación con la voluntad de dar información sobre todos los estudios de la UAB a los futuros estudiantes.
- **Visitas al Campus de la UAB**, con las que diariamente se acerca la vida universitaria a los futuros estudiantes.
- **Día de las Familias**, jornada de puertas abiertas para los futuros estudiantes y sus familias.
- **Programa Campus Ítaca** es una actividad de orientación para los estudiantes de secundaria. La actividad consiste en una estancia en el campus de la UAB durante unas semanas, con la



finalidad de motivar y potenciar las vocaciones de los futuros estudiantes. El programa Campus Ítaca se ofrece especialmente a los estudiantes de secundaria que, por diferentes motivos, tengan riesgo de exclusión social.

Entre las principales actividades de orientación general de la UAB que se realizan fuera del campus destacan:

- **Visitas a los centros de secundaria y ayuntamientos**, donde docentes de la universidad ofrecen conferencias de orientación.
- Presencia de la UAB en las **principales ferias de educación** a nivel nacional e internacional.

Más de 40.000 futuros estudiantes participan anualmente en estas actividades.

### **Sistemas de información y orientación específicos del título**

La Facultad define y desarrolla actividades propias de orientación a sus estudiantes. La definición de estas actividades recae en el equipo de decanato del centro, que elabora su Plan de Acción Tutorial establecido en el proceso PC4. Orientación al estudiante del SGIC de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, evaluado de forma positiva por la AQU, cuenta con una serie de acciones tutoriales dirigidas a los estudiantes de nuevo acceso que formarán parte de las acciones de información y de formación del Grado en Comunicación de las Organizaciones.

Dichas acciones están orientadas a otorgar información sobre los estudios que ofrece la UAB y, más concretamente, la Facultad entre todas las personas interesadas. La Facultad realizará sesiones de presentación de los Grados oficiales de la Facultad al público interesado. En estas acciones participan el equipo de decanato, los coordinadores de los títulos universitarios, el profesorado de la Facultad y el PAS (personal de administración y servicios) de la Facultad.

La primera semana de septiembre, los estudiantes de primer curso asisten a una jornada de bienvenida o sesión inaugural, organizada por el equipo del decanato, en la cual se les expone la estructura de la Facultad, las propuestas, tanto culturales como académicas, a las cuales pueden participar y el apoyo que pueden recibir en caso de necesidades especiales.

Al mismo tiempo, el Vicedecanato de Docencia, Estudiantes y PDI, junto con la Coordinación del Grado, y el PAS, responden a todas las dudas que formulan los futuros estudiantes, a través de cualquier vía de comunicación institucional, sobre la admisión, la matrícula, los procedimientos académicos y la estructura de los estudios.

La información sobre el Grado será recogida en la página web de la Universidad Autónoma de Barcelona correspondiente a los Grados Oficiales

(<http://www.uab.cat/web/estudiar/grau/oferta-de-graus/ciencias-socials-1345661751836.html>),

así como en la página web de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

(<http://www.uab.cat/web/estudiar/graus/graus/tots-els-graus-1345702092915.html>)

donde se expondrá la información sobre el Grado en catalán, castellano e inglés.

### **4.2. Vías y requisitos de acceso**

El Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, y de acuerdo con el calendario de implantación establecido en el Real Decreto-ley 5/2016, de 9 de diciembre, así como las diversas órdenes ministeriales que desarrollan el contenido de los mencionados decretos, regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas, por lo que se proponen las vías y requisitos de acceso al título que se listan a continuación.

- **BACHILLERATO:** Haber superado los estudios de Bachillerato y tener aprobada la Evaluación final de Bachillerato. Solicitar la admisión a la UAB mediante la Preinscripción Universitaria.
- **MAYORES DE 25 AÑOS:** Haber Superado las Pruebas de acceso para Mayores de 25 años. Solicitar la admisión a la UAB mediante la Preinscripción Universitaria.
- **ACCESO POR EXPERIENCIA LABORAL O PROFESIONAL:** Anualmente la comisión delegada del Consejo de Gobierno con competencias sobre los estudios de grado aprobará el número de plazas de admisión por esta vía para cada centro de estudios.

Los procedimientos de acreditación de la experiencia laboral y profesional se regulan en el Capítulo IV: Acceso mediante acreditación de la experiencia laboral o profesional de los textos refundidos de la Normativa académica de la Universidad Autónoma de Barcelona aplicable a los estudios universitarios regulados de conformidad con el Real decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real decreto 861/2010, de 2 de julio.

**La citada normativa establece los siguientes criterios de actuación:**

1. **La Universidad aprueba anualmente la lista de estudios universitarios** con plazas reservadas mediante esta vía de acceso, que en ningún caso excederá el 1% de las plazas totales ofrecidas en dichos estudios.
2. Los requisitos para poder optar a las plazas reservadas para personas con experiencia laboral y profesional a los estudios de grado son los siguientes:
  - a) No disponer de ninguna titulación académica que habilite para el acceso a la universidad por otras vías.
  - b) Cumplir o haber cumplido 40 años antes del día 1 de octubre del año de inicio del curso académico.
  - c) Acreditar experiencia laboral y profesional respecto de una enseñanza universitaria en concreto.
  - d) Superar una entrevista personal.
3. La solicitud de acceso por esta vía de admisión, que sólo se puede formalizar para un único estudio y centro determinado por curso académico, está coordinada a nivel del sistema universitario catalán por la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad, órgano dependiente del Consejo Interuniversitario de Catalunya.
4. El rector de la UAB resuelve las solicitudes, a propuesta de una comisión de evaluación que se constituye anualmente en aquellos centros con solicitudes de acceso, compuesta por las personas siguientes:
  - a) Decano/decana o director/directora del centro docente, que ocupa la presidencia de la comisión y tiene el voto de calidad.
  - b) Vicedecano/Vicedecana o Vicedirector/Vicedirectora del centro docente encargado de los estudios de grado, que ocupará la secretaría de la comisión.
  - c) Coordinador/a de los estudios solicitados por esta vía o por la vía de mayores de 45 años.
5. En el caso de los centros adscritos a la UAB, la composición de esta comisión puede variar, adaptándose a los cargos establecidos en dicho centro.
6. El procedimiento de admisión por esta vía se estructura en dos fases:
  - a) Valoración de la experiencia acreditada. En esta fase la comisión de evaluación comprueba que las personas candidatas cumplen los requisitos establecidos. A continuación, se evalúan los currículos. Esta evaluación supone la obtención de una calificación numérica, basada en la experiencia laboral y en la idoneidad en relación a los estudios a los que se pretende acceder.
  - b) Realización de una entrevista. En esta fase la comisión de evaluación entrevista a las personas candidatas que han superado la fase anterior, valorándolas como APTAS / NO APTAS.

7. El acta de las sesiones de la comisión de evaluación tiene que contener, como mínimo, el acta de constitución, las calificaciones obtenidas en las evaluaciones de la experiencia acreditada de cada una de las personas solicitantes, el resultado de las entrevistas, y la propuesta individual de aceptación o denegación. A las personas aceptadas se les asigna una calificación numérica del 5 al 10, expresada con dos decimales.

- **MAYORES DE 45 AÑOS:** Haber superado las Pruebas de acceso para Mayores de 45 años. Solicitar el acceso a la UAB mediante la Preinscripción Universitaria.
- **CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR (CFGs), la Formación Profesional de 2º Grado o los Módulos Formativos de Nivel 3.** Solicitar la admisión a la UAB mediante la Preinscripción Universitaria. Se considerarán como preferentes los ciclos formativos de las familias adscritas a la rama de conocimiento de la titulación. Estos alumnos podrán subir su nota de admisión mediante la realización de la fase específica de las PAU, con las mismas materias y parámetros de ponderación que los alumnos de bachillerato.
- **Acceso desde una titulación universitaria:** Solicitar la admisión a la UAB mediante la Preinscripción Universitaria.

Ver normativa de admisión al final de la memoria (Anexo II).

#### **4.3. Acciones de apoyo y orientación a los estudiantes matriculados**

##### **Proceso de acogida del estudiante de la UAB**

La UAB, a partir de la asignación de las plazas universitarias, efectúa un amplio proceso de acogida al estudiante de nuevo acceso:

**Sesiones de bienvenida** para los nuevos estudiantes. Se organizan en cada facultad con el objetivo de guiar al estudiante en el proceso de matrícula e inicio de su vida universitaria. Tienen un carácter eminentemente práctico y se realizan previamente a las fechas de matriculación de los estudiantes asignados en julio. Los responsables de las sesiones de bienvenida a los nuevos estudiantes son el Decanato de la Facultad/Centro y la Administración de Centro.

**Sesiones de acogida** al inicio de curso que se realizan en cada facultad para los estudiantes de primer curso, de nuevo acceso, en las que se les informa sobre todos los aspectos prácticos y funcionales que acompañarán su nueva etapa académica. En ellas se presentan los servicios que tendrá a disposición el estudiante, tanto para el desarrollo de sus estudios como para el resto de actividades culturales y formativas que ofrece la universidad: bibliotecas, salas de estudio, servicios universitarios, etc.

**International Welcome Days** son las jornadas de bienvenida a los estudiantes internacionales de la UAB, se trata de una semana de actividades, talleres y charlas en las que se ofrece una primera introducción a la vida académica, social y cultural del campus para los estudiantes recién llegados, también son una buena manera de conocer a otros estudiantes de la UAB, tanto locales como internacionales. Se realizan dos, una en septiembre y otra en febrero, al inicio de cada semestre.

##### **Servicios de atención y orientación al estudiante de la UAB**

La UAB cuenta con los siguientes servicios de atención y orientación a los estudiantes:

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

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

**Punto de información (INFO UAB):** ofrece orientación personalizada en todas las consultas de cualquier ámbito relacionado con la vida académica como los estudios, los servicios de la universidad, las becas, transportes, etc.

**International Welcome Point (IWP):** ofrece servicios a estudiantes, profesores y personal de administración antes de la llegada (información sobre visados y soporte en incidencias, información práctica, asistencia a becarios internacionales de postgrado), a la llegada (procedimientos de extranjería y registro de entrada para estudiantes de intercambio y personal invitado) y durante la estancia (apoyo en la renovación de autorización de estancia por estudios y autorizaciones de trabajo, resolución de incidencias y coordinación entre las diversas unidades de la UAB y soporte a becarios internacionales de posgrado).

- **Servicios de alojamiento**
- **Servicios de orientación e inserción laboral**
- **Servicio asistencial de salud**
- **Unidad de Asesoramiento Psicopedagógico**
- **Servicio en Psicología y Logopedia (SiPeP)**
- **Servicio de actividad física**
- **Servicio de Lenguas**
- **Fundación Autónoma Solidaria (discapacidad y voluntariado)**
- **Promoción cultural**
- **Unidad de Dinamización Comunitaria**

### **Específicos del título**

El Plan de Acción Tutorial establecido en el proceso [PC4. Orientación al estudiante](#) en el SGIC del centro cuenta con una serie de acciones tutoriales dirigidas a los estudiantes matriculados que formarán parte de las acciones de información y de formación del Grado en Comunicación de las Organizaciones.

Tanto la Gestión Académica de la Facultad como la Coordinación de la titulación otorgan toda la información necesaria a los estudiantes para el normal desarrollo de sus estudios. Las oficinas de ambas instancias cuentan con un servicio de atención al estudiante de forma personalizada, abierta y disponible en los horarios convenidos. Tanto la Gestión Académica como la Coordinación de la titulación resuelven las posibles dudas y asesoran al estudiante en los aspectos que tienen que ver con su formación integral.

Cada uno de los estudiantes recibe, asimismo, tutorías específicas:

- **Acción tutorial en grupo:** Cada año, el alumnado es convocado a una reunión con el coordinador de la titulación para repasar el curso y valorar el plan docente. Cada uno de los profesores titulares de las asignaturas y/o coordinadores de las mismas si los equipos docentes son amplios (profesores de teoría y prácticas, por ejemplo), de acuerdo a su Guía Docente, programa tutorías grupales o individuales para desarrollar los trabajos relativos a sus

asignaturas. Los estudiantes pueden acudir a sus profesores para resolver también dudas puntuales sobre los contenidos, los procedimientos o las evaluaciones de cada asignatura.

- Jornada informativa de Prácticas Externas: Es la sesión, en que se convoca a los estudiantes de Tercer Curso, el equipo de Decanato informa de los procedimientos de las Prácticas Externas. Los estudiantes, en el desarrollo de sus prácticas en empresas, que son obligatorias en este Grado, tienen también un tutor académico quien se ocupa de brindar una asesoría al estudiante y de supervisar su desempeño en la entidad a la que se encuentra vinculado. En cada organización el estudiante tiene también un tutor responsable de la misma, que está en contacto con el tutor académico para solventar posibles problemas que puedan surgir - (por ejemplo, desde una baja por enfermedad del estudiante hasta que las tareas que se le encargan en la organización no se adecuen a lo que tiene que aprender y ejercer el estudiante como etapa final de sus estudios de Grado).
- Jornada informativa de movilidad: Dirigida al alumnado de tercer curso, en la jornada se presentan los diversos planes de movilidad que ofrece la Facultad: Erasmus, Erasmus Mundus, y los programas propios de la Facultad y la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Jornada informativa de Trabajo Final de Grado: Es la sesión, en que se convoca a los estudiantes de Tercer Curso, el equipo de Decanato informa de las especificidades del Trabajo Final de Grado. Para el desarrollo del Trabajo de Fin de Grado, que puede ser de carácter teórico o de proyecto, cada uno de los estudiantes recibe, además, una tutorización personalizada por un profesor de alguno de los cuatro Departamentos propios de la Facultad. Estas tutorías se desarrollan de forma periódica y se acompañan de un informe final, que responde a las características básicas definidas en el TFG. Cada TFG será evaluado por el propio tutor y por un revisor elegido por el Departamento al que esté adscrito el TFG.
- Jornada informativa de Trabajo Final de Máster: Es la sesión, en que se convoca a los estudiantes de Másteres, los coordinadores de másteres informan de las especificidades del Trabajo Final de Máster.
- Jornada informativa de asignaturas optativas: Es la sesión, en que se convoca a los estudiantes de Tercer Curso, el equipo de Decanato informa de las asignaturas optativas que se ofrecen en los planes docentes de las tres titulaciones.
- Jornada informativa de másteres y posgrados: Sesión destinada a informar de la oferta de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en Másteres oficiales y títulos propios. El objetivo es orientar el alumnado en la toma de decisiones en el supuesto de que quiera continuar su formación académica y profesional.

Tutoría de orientación profesional: La Facultad de Ciencias de la Comunicación impulsa el programa *TIClaude*, dirigido a todos los estudiantes de la universidad. El programa se ofrece de forma gratuita a todos los estudiantes emprendedores que quieren poner en marcha una idea creativa. El programa prevé formar a los alumnos en la elaboración de un plan de negocio que dé forma a sus ideas, así como facilitar-los contactos empresariales para llevar a cabo los diferentes proyectos a través de un gran encuentro final con empresas y centros de investigación.

El programa académico, también realizará un *focus group* anual en el que se valora por parte de los estudiantes el programa, pero también todos los aspectos relacionados con la tutorización y la información emitida por la institución. El Grado, tal y como lo realizan los otros grados de la Facultad, recolectará información sobre la opinión y satisfacción de los estudiantes a través de encuestas de

valoración cualitativas que se realizan en el marco de cada curso, lideradas por los delegados de clase y supervisados por los coordinadores de las titulaciones.

Los servicios bibliotecarios de la UAB son satisfactorios y favorecen el aprendizaje autónomo. Los fondos de la biblioteca responden satisfactoriamente a las necesidades de la titulación, es constantemente actualizado y está claramente interrelacionado con la actividad de investigación del centro. Las infraestructuras docentes dan respuesta adecuada a las necesidades de aprendizaje de los estudiantes (equipamiento pertinente y suficiente e instalaciones adecuadas).

La biblioteca de Ciencias de la Comunicación y la Coordinación del Grado programarán anualmente cursos específicos que permitan a los estudiantes adquirir herramientas y profundizar en el uso cualitativo de los recursos bibliotecarios de la UAB, como ya se hace en los otros Grados existentes.

#### **Acciones dirigidas a los egresados del programa:**

El Grado se sumará a la encuesta general de titulados de Grado que la Facultad de Ciencias de la Comunicación ha implementado durante el año. La Facultad ha elaborado encuestas de titulados dirigidas a alumnos de Masters Universitarios, pero no de Grados.

LA UAB elabora anualmente la encuesta de satisfacción de titulados. Actualmente disponemos de los datos del curso 2015/2016 <http://www.uab.cat/doc/InformeUABCentres201516>

#### **4.4. Criterios y procedimientos de transferencia y reconocimiento de créditos**

Consultar Títol III. Transferència i reconeixement de crèdits

##### **Reconocimiento de títulos propios anteriores**

No procede

##### **Reconocimiento de experiencia profesional**

No procede

#### **4.5. Condiciones y pruebas de acceso especiales**

No procede

#### **4.6. Adaptación para los titulados de la ordenación anterior**

No procede

## 5. PLANIFICACIÓN DE LA TITULACIÓN

**TABLA 1. Resumen de las materias y distribución en créditos ECTS a cursar por el estudiante**

TIPO DE MATERIA	ECTS
Formación básica	60
Obligatorias	126
Optativas	30
Prácticas Externas Optativas	12
Trabajo de Fin de Grado	12
<b>ECTS TOTALES</b>	<b>240</b>

En base a lo estipulado en el Real Decreto 1393/2007 del Ministerio de Educación y Ciencia, a la normativa interna de la UAB y a los objetivos y competencias descritos para el título en los apartados correspondientes de este documento, se propone desarrollar las enseñanzas del Grado en Comunicación Interactiva en materias de formación básica, materias obligatorias y materias optativas que se distribuyen de la siguiente manera:

- 60 ECTS de formación básica programados entre el primer curso y el segundo.
- 126 ECTS de materias obligatorias de formación nuclear distribuidas entre el primero, segundo, tercer y cuarto curso.
- 42 ECTS de formación complementaria (materias optativas) que el estudiante cursará en el cuarto curso, los cuales incluyen las prácticas externas.
- 12 ECTS dedicados al Trabajo de Fin de Grado obligatorio.

Del total de los 60 créditos que componen la formación básica de la titulación, 36 se adscriben a las materias propias de la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas de la siguiente forma: 30 créditos de Comunicación y 6 créditos de Derecho. Los 24 créditos restantes se configuran en las materias siguientes: 12 créditos en la materia de Lengua y 12 créditos en la materia de Ingeniería y profesiones afines, que se crea de acuerdo a lo establecido en el RD 1393/2007 referente a las materias que no se adscriben a la rama de conocimiento del título: “Los créditos restantes deberán estar configurados por materias básicas de la misma u otras ramas de conocimiento de las incluidas en el anexo II, o por otras materias siempre que se justifique su carácter básico para la formación inicial del estudiante o su carácter transversal”.

### 5.1. Materias que componen el plan de estudios

**TABLA 2. Materias y asignaturas del grado**

	Materias	Nº ECTS	Asignaturas	Nº ECTS	Carácter	RAMA DE CONOCIMIENTO**
1	Comunicación	30	Teoría e Historia de la Comunicación	6	FB	Ciencias Sociales y Jurídicas
			Estructura del Sistema de Comunicación	6	FB	
			Teoría y Técnica de la Fotografía	6	FB	

			Sociedad Red	6	FB	
			Lenguajes Audiovisual y Multimedia	6	FB	
2	Lengua	12	Expresión y Argumentación en Español	6	FB	Arte y Humanidades
			Expresión y Argumentación en Catalán	6	FB	
3	Derecho	6	Derecho Digital y de las TIC	6	FB	Ciencias Sociales y Jurídicas
4	Ingeniería y profesiones afines	12	Sistemas de Información	12	FB	Ingeniería
5	Matemáticas	6	Matemáticas y Física para Objetos Digitales Animados	6	OB	Ciencias
6	Diseño	24	Diseño de Interacción	6	OB	Ciencias Sociales y Jurídicas
			Diseño Centrado en el Usuario	6		
			Teoría y Técnica del Diseño	6		
			Infografía y Visualización de Datos	6		
7	Creatividad	6	Teoría y Técnica de la Creatividad	6	OB	Ciencias Sociales y Jurídicas
8	Narrativa y Géneros	18	Teorías Narrativas y Géneros del Discurso	6	OB	Ciencia Sociales y Jurídicas
			Teoría y Técnica del Guion	6	OB	
			Géneros en Videojuegos	6	OB	
9	Tecnología Web	18	Introducción a la Tecnología Web	6	OB	Ingeniería
			Servicios Web Avanzados	6	OB	
			Programación de Aplicaciones en Tecnología Web	6	OB	
10	Marketing	12	Marketing Digital	6	OB	Ciencias Sociales y Jurídicas
			Automatización del Marketing	6	OT	
11	Teoría y Técnica de la Animación	18	Fundamentos de la Animación	6	OB	Ciencias Sociales y Jurídicas
			Animación Avanzada	6	OB	



			Sonorización	6	OT	
12	Biblioteconomía y Documentación	6	Almacenamiento y Recuperación de Información	6	OB	Arte y Humanidades
13	Economía	6	Emprendimiento y Creación de Empresas	6	OB	Ciencias Sociales y Jurídicas
14	Big Data	24	Introducción al Big Data	6	OB	Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería
			Escenarios y Usos de Big Data	6	OB	
			Análisis y Visualización de Big Data	6	OT	
			Inteligencia Artificial en la Comunicación	6	OT	
15	Estructura y Transmisión de Información	6	Estructura y Transmisión de información	6	OB	Ingeniería
16	Gestión de Datos	18	Gestión y presentación de proyectos	6	OB	Ciencias Sociales y Jurídicas
			Analítica Digital	6	OT	
			Gestión de Contenidos Digitales	6	OT	
17	Arquitectura de Entornos Virtuales	36	Arte y Arquitectura de Mapas y Entornos Virtuales	6	OT	Ingeniería Y Ciencias Sociales y Jurídicas
			Creación de Objetos Digitales	6	OT	
			Integración de Objetos Digitales	6	OT	
			Fundamentos del Modelado de Personajes	6	OT	
			Modelado Avanzado	6	OT	
			Realidad Aumentada y Virtual	6	OT	
18	Prácticas externas	12	Prácticas externas	12	OT	
19	Trabajo fin de Grado	12	Trabajo Fin de Grado	12	TFG	

\*FB: Formación Básica; OB: Obligatoria; OT: Optativa; MXT: FB+OB u OB+OT; TFG: Trabajo de Fin Grado

\*\*Para las materias que incluyen asignaturas de FB, indicar la rama de conocimiento (ARTES Y HUMANIDADES, CIENCIAS, CIENCIAS DE LA SALUD, CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS e INGENIERÍA Y ARQUITECTURA)

**TABLA 3. Secuenciación del Plan de Estudios**

Curso	Semestre	Asignatura	Carácter	ECTS	Materia
1	1	Teoría e Historia de la Comunicación	FB	6	Comunicación
		Expresión y Argumentación en catalán	FB	6	Lengua
		Derecho Digital y de las TIC	FB	6	Derecho

		Teoría y Técnica de la fotografía	FB	6	Comunicación
	ANUAL	Sistemas de Información	FB	12	Ingeniería y profesiones afines
	2	Lenguajes Audiovisual y Multimedia	FB	6	Comunicación
		Teoría y Técnica del Diseño	OB	6	Diseño
		Expresión y Argumentación en español	FB	6	Lengua
		Introducción a la Tecnología Web	OB	6	Tecnología web
60					
2	1	Sociedad Red	FB	6	Comunicación
		Géneros en Videojuegos	OB	6	Narrativa y Géneros
		Servicios Web Avanzados	OB	6	Tecnología web
		Diseño de Interacción	OB	6	Diseño
		Teorías Narrativas y Géneros del Discurso	OB	6	Narrativa y Géneros
	2	Estructura del Sistema de comunicación	FB	6	Comunicación
		Almacenamiento y Recuperación de Información	OB	6	Biblioteconomía y Documentación
		Teoría y Técnica de la Creatividad	OB	6	Creatividad
		Matemáticas y Física para Objetos Digitales Animados	OB	6	Matemáticas
		Fundamentos de la Animación	OB	6	Teoría y Técnica de la Animación
60					
3	1	Diseño Centrado en el Usuario	OB	6	Diseño
		Programación de Aplicaciones en Tecnología Web	OB	6	Tecnología web
		Estructura y Transmisión de Información	OB	6	Estructura y transmisión de información
		Infografía y Visualización de Datos	OB	6	Diseño
		Teoría y Técnica del Guion	OB	6	Narrativa y Géneros
	2	Animación Avanzada	OB	6	Teoría y Técnica de la Animación
		Gestión y Presentación de Proyectos	OB	6	Gestión de Datos
		Emprendimiento y Creación de Empresas	OB	6	Economía
		Marketing Digital	OB	6	Marketing
		Introducción al Big Data	OB	6	Big Data
Total tercer curso 60					
4	1	Escenarios y Usos del Big Data	OB	6	
	Semestre indeterminado	Optativas (ver desglose en cuadro interior)	OT	30	
		Prácticas externas	OT	12	
		Trabajo Fin de Grado	OB	12	
Total cuarto curso 60					

La lista de asignaturas optativas para esta titulación es la siguiente:

#### Asignaturas optativas de cuarto curso

	<b>Semestre indeterminado</b>	Arte y Arquitectura de Mapas y Entornos Virtuales	6	OT
		Integración de Objetos Digitales	6	OT
		Fundamentos del modelado de personajes	6	OT

4	Modelado Avanzado	6	OT
	Creación de Objetos Digitales	6	OT
	Realidad Aumentada y Virtual	6	OT
	Analítica Digital	6	OT
	Análisis y Visualización de Big Data	6	OT
	Gestión de Contenidos Digitales	6	OT
	Automatización del Marketing	6	OT
	Sonorización	6	OT
	Inteligencia Artificial en la Comunicación	6	OT
	Prácticas externas	12	OT

**TABLA 4: Distribución de competencias-materias**

	COMPETENCIAS BÁSICAS				
	B01	B02	B03	B04	B05
Comunicación					
Lengua					
Derecho					
Ingeniería y profesiones afines					
Matemáticas					
Diseño					
Creatividad					
Narrativa y Géneros					
Tecnología Web					
Marketing					
Teoría y Técnica de la Animación					
Biblioteconomía y Documentación					
Economía					
Big Data					
Estructura y transmisión de información					
Gestión de Datos					
Arquitectura de Entornos Virtuales					
Prácticas Externas					
Trabajo de Fin de Grado					

	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS										
	E01	E02	E03	E04	E05	E06	E07	E08	E09	E10	E11
Comunicación											
Lengua											
Derecho											
Ingeniería y profesiones afines											
Matemáticas											
Diseño											
Creatividad											
Narrativa y Géneros											
Tecnología Web											
Marketing											
Teoría y Técnica de la Animación											
Biblioteconomía y Documentación											
Economía											
Big Data											
Estructura y transmisión de información											
Gestión de Datos											
Arquitectura de Entornos Virtuales											
Prácticas Externas											
Trabajo de Fin de Grado											

	COMPETENCIAS GENERALES			
	G01	G02	G03	G04
Comunicación				
Lengua				
Derecho				
Ingeniería y profesiones afines				
Matemáticas				
Diseño				
Creatividad				
Narrativa y Géneros				
Tecnología Web				
Marketing				
Teoría y Técnica de la Animación				
Biblioteconomía y Documentación				
Economía				
Big Data				
Estructura y transmisión de información				
Gestión de Datos				
Arquitectura de Entornos Virtuales				
Prácticas Externas				
Trabajo de Fin de Grado				

	COMPETENCIAS TRANSVERSALES			
	T01	T02	T03	T04
Comunicación				
Lengua				
Derecho				
Ingeniería y profesiones afines				
Matemáticas				
Diseño				
Creatividad				
Narrativa y Géneros				
Tecnología Web				
Marketing				
Teoría y Técnica de la Animación				
Biblioteconomía y Documentación				
Economía				
Big Data				
Estructura y transmisión de información				
Gestión de Datos				
Arquitectura de Entornos Virtuales				
Prácticas Externas				
Trabajo de Fin de Grado				

### Prácticas externas

Se incluye en el anexo un modelo de convenio.

Las prácticas externas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB están establecidas en el apartado [PC3. Gestión de las prácticas externas y de los trabajos de final de estudios](#). La información que aparece en el mismo es la siguiente.

Las prácticas curriculares son reguladas por la Facultad y la coordinación de las prácticas específicas del Grado en Comunicación de las Organizaciones estará a cargo del Coordinador del Grado. Junto con el Decanato de la Facultad y con la Gestión Académica, la Coordinación de la Titulación tramitará los acuerdos de prácticas con diferentes instituciones; asignará las plazas a cada estudiante en función de la oferta y demanda; asignará a los tutores respectivos para cada estudiante, y supervisará el proceso de evaluación llevado a cabo por el tutor de prácticas.

La evaluación de las prácticas se realizará, una vez terminada la estancia en la institución profesional, a partir de la memoria final que el estudiante presente al tutor de práctica asignado por la Coordinación de la Titulación y del informe de evaluación facilitado por la empresa. Es imprescindible que el estudiante realice tutorías mensuales con el tutor de la práctica.

Como medida para mejorar el seguimiento docente el tutor podrá solicitar un informe mensual reducido, que tendrá también carácter y finalidad evaluadora, así como otros documentos complementarios como alguna breve ficha sobre los datos, características y circunstancias del lugar donde se desarrollan las prácticas.

Algunas de las instituciones con las cuales la Facultad tiene convenio de prácticas son las que se citan a continuación. A lo largo de la implantación del Grado se establecerá convenios con otras empresas específicas para cubrir todos los perfiles profesionales que pueden tener los egresados de este grado:

- ABC
- AGENCIA EFE
- ASSOCIACIÓ GRÀCIA MULTIMÈDIA, CENTRE D'ESTUDIS
- COMUNICACIONS AUDIOVISUALS DE SABADELL, SLU
- CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS, S.A.
- CORPORACIÓN RTVE BALEARS
- CREU ROJA A CATALUNYA
- CRÍTIC, SCCL
- EDICIONES DEPORTIVAS CATALANAS, S.A.
- EDICIONS INTERCOMARCALS, S.A.
- EDITORIAL L'EMPORDÀ, SLU
- EL PERIODICO DE CATALUNYA, S.L.
- ENTITAT PÚBLICA EMPRESARIAL LOCAL (EPEL) CUGAT.CAT
- ETV-LLOBREGAT TV SL
- FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ -UAB CAMPUS MEDIA
- FEDERACIÓ CATALANA DE FUTBOL
- FUNDACIÓ AUTÒNOMA SOLIDÀRIA
- GRUP SEGRE - DIARI SEGRE SLU
- GRUP SEGRE - LLEIDA PIRINEUS MEDIA HOLDING
- INFORMACIÓ I COMUNICACIÓ DE BARCELONA -BTB
- INTERMÈDIA GRUP DE COMUNICACIÓ, S.L.
- JUSTÍCIA I PAU BARCELONA
- LA VANGUARDIA EDICIONES
- MOLA TV, S.L.
- MOLLET COMUNICACIÓ SL
- NEW MEDIA AUDIOVISUAL SLU
- RADIO POPULAR BARCELONA-CADENA COPE
- RADIO SALUT-RADIO MARCA BARCELONA
- RTVE CATALUNYA
- SAPIENS PUBLICACIONS SCCL
- SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIOFUSION, SL (Ràdio Barcelona)
- SOCIETAT MUNICIPAL DE COMUNICACIÓ DE TERRASSA, S.A.
- UNIDAD EDITORIAL
- XARXA AUDIOVISUAL LOCAL, S.L.

### **Trabajo de fin de Grado**

La gestión del Trabajo de Fin de Grado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB está establecida en el proceso [PC3 Gestión de las prácticas externas y los trabajos de final de estudios del SGIC](#) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Toda la información sobre el TFG se encuentra en la web de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y tiene un acceso directo desde la página principal, que lleva directamente al apartado de FAQs. La información sobre el TFG en la web se distribuye en cuatro apartados que son:

- [Preguntas Más Frecuentes](#)
- [Plantillas y Manuales](#)
- [Criterios de Evaluación](#)
- [Calendario de trámites](#)
- [Escoger tutor/a](#)

En cuanto al [SGIQ del centro](#), que también tiene un acceso directo desde la página principal de la Facultad, los aspectos relativos al TFG se encuentran recogidos en el proceso PC3 diferenciando en dos tipos de trabajo:

- TFG de investigación: Elaboración de una investigación sobre algún aspecto relevante de cualquier de los grados. Si el alumno opta por este tipo de trabajo tiene que tener en cuenta que su propuesta tiene que contener: objeto, fuentes, metodología, hipótesis, desarrollo y conclusiones.
- TFG de proyecto: trabajo para la demostración de la capacidad creativa y productiva, consistente en la ideación y planteamiento de un proyecto en cualquier de las especificidades de los grados. En el desarrollo de las diferentes tareas de los diferentes procesos del proyecto se tienen que demostrar la adquisición de habilidades, destrezas y actitudes que se han obtenido durante su formación dentro del grado.

En ambos casos, el Equipo de Decanato elabora la normativa que regula la realización de los TFG, la cual tendrá que ser aprobada en Junta de Facultad para posteriormente ser supervisada y aplicada por la Comisión de trabajos de fin de grado transversal a los tres grados impartidos en el centro. La organización de los TFG es responsabilidad de la Comisión de Evaluación del Trabajo de Fin de Grau, así como la ejecución de las tareas que están asociadas.

Los objetivos de los TFG, los resultados de aprendizaje, el sistema de tutorización, la estructura que tiene que tener la memoria, las fechas de presentación y, en general, los criterios de evaluación estarán recogidos dentro de la guía docente de la asignatura.

La normativa propia del centro establece los mecanismos por los cuales:

- Los alumnos se matriculan del TFG y se hace un reparto establecido a la Transparencia del Plan Docente entre diferentes departamentos con docencia mayoritaria al centro.
- Los alumnos eligen departamento en base a su expediente académico.
- Cada departamento hace su propia asignación de profesores tutores, figura que evalúa el trabajo con un 60% del total de la nota final.

Opción 1: Se recogen y se aprueban las propuestas de TFG y se asignan los profesores tutores más adecuados.

Opción 2: Los alumnos eligen profesores tutores y temas en base a su expediente académico.

Se nombran los profesores revisores de evaluación de los trabajos de fin de grado. Esta figura será la encargada de evaluar el trabajo con un máximo del 50% del porcentaje total de la nota final del trabajo.

Dentro del Plan de acción tutorial se establecen reuniones con los alumnos de tercer curso de cada titulación con los coordinadores de Grado y el vicedecano de Pla Estratégico e Innovación de para informar del procedimiento de asignación de los departamentos: notificación del profesor director, derechos y obligaciones de los profesores directores y alumnos y del sistema de evaluación.

## **5.2. / 5.3. Coherencia interna entre competencias, modalidades, actividades formativas y actividades de evaluación. Planificación temporal de las actividades formativas.**

Metodologías docentes que se utilizarán en la titulación

- MD1: Clases magistrales
- MD2: Clases de resolución de problemas/casos/ejercicios
- MD3: Aprendizaje colaborativo

- MD4: Elaboración de trabajos/informes
- MD5: Lectura de artículos/informes de interés
- MD6: Presentación oral de trabajos
- MD7: Tutorías
- MD8: Seminarios
- MD9: Prácticas de Laboratorio
- MD10: Estudio personal
- MD11: Prácticas de aula
- MD12: Realización de prácticas profesionales

Actividades de evaluación que se utilizarán en la titulación:

- AE1: Entrega de trabajos
- AE2: Presentación oral de trabajos
- AE3: Realización de prácticas
- AE4: Participación en exposiciones y debates
- AE5: Prácticas de aula
- AE6: Asistencia a las actividades de tutoría
- AE7: Informe de progreso del director/tutor
- AE8: Pruebas teóricas
- AE9: Asistencia y participación activa en clase
- AE 10: Carpeta del estudiante
- AE 11: Autoevaluación del estudiante
- AE 12: Asistencias a conferencias y actividades complementarias
- AE 13: Informe del tutor de la organización
- AE 14: Memoria de las prácticas
- AE 15: Supervisión del docente/tutor de la universidad
- AE 16: Defensa oral
- AE 17: Informe del tutor
- AE 18: Informe del revisor



1: Comunicación				
ECTS:	30		Carácter	FB
Idioma/s:	Catalán y castellano			
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan	Primer curso. Primer y segundo semestre. Segundo Curso- Primer y Segundo semestre	
Descripción	<p>Esta materia presenta contenidos relacionados con las teorías de la comunicación interactiva, su estructura empresarial y las políticas que la regulan, así como los fundamentos teóricos de la sociedad red o sociedad de la información. Aparece también en esta materia una asignatura relativa a los lenguajes y técnicas de la fotografía, un elemento clave de la comunicación, que contribuirá posteriormente a la construcción de los lenguajes expresivos audiovisuales</p> <p><b>-Teoría e Historia de la Comunicación</b> Teoría e historia de la comunicación mediada por ordenador y en red. La asignatura abordará cuestiones relacionadas con los fundamentos de la interactividad, la interfaz gráfica del usuario. Historia y filosofía de internet desde Arpanet hasta el Internet social y de las cosas, así como los conceptos clave en relación con los nuevos medios: convergencia, recomendación social, economía de la demanda o economía de la atención.</p> <p><b>-Estructura del Sistema de Comunicación:</b> se centra en el estudio de las empresas de nuevos medios, su regulación y estrategias de expansión, estudiando los principales actores de la industria: Google, Facebook, Apple, Amazon, entre otros. En concreto se hablará de su estructura de propiedad, modelos de crecimiento empresarial y las principales fórmulas de negocio.</p> <p><b>-Sociedad Red:</b> Estudio, análisis y teoría de los sistemas complejos aplicado a la sociedad: redes sociales. Reglas de las redes sociales, influencia indirecta, regla de los 6 grados. Teoría del actor red (Bruno Latour). Por otra parte, se abordarán las Teorías sobre sociedad red y sus implicaciones a la comunicación, la economía y la sociedad.</p> <p><b>Teoría y Técnica de la Fotografía:</b> A partir de la especificidad del mensaje fotográfico frente al del resto de representaciones icónicas, la asignatura, tras abordar lo esencial de la historia del medio, se centra en la ejecución y el análisis expresivo de las principales técnicas de producción y postproducción fotográfica. Se promueve la adquisición de habilidades para la conceptualización, realización y valoración crítica de proyectos fotográficos.</p> <p><b>Lenguajes Audiovisual y Multimedia:</b> Estudio y práctica de las formas de crear historias y significado a través de los medios audiovisuales y los nuevos medios en internet. La delimitación de la realidad a través del plano, el montaje, clave en la creación de significado. Las especificidades del lenguaje multimedia, los hipervínculos, la remediación y las formas expresivas en los nuevos medios, serán contenidos claves de esta asignatura.</p>			
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas			
	B01	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.		
	B01.01	Interpretar y discutir documentos de las principales teorías de la comunicación interactiva y estructura de la comunicación.		
	B02	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.		
	B02.01	Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito de la teoría, la historia, la estructura de la comunicación y la fotografía.		
	B02.18	Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito de la sociedad red.		

	<b>B02.26</b>	Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito de lenguajes audiovisual y multimedia.
	<b>B03</b>	<b>Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.</b>
	<b>B03.01</b>	Discutir datos provenientes de los comportamientos sociales en la sociedad interconectada.
	<b>Específicas</b>	
	<b>E01</b>	<b>Diferenciar y aplicar las principales teorías, elaboraciones conceptuales y enfoques regulatorios de la comunicación interactiva.</b>
	<b>E01.01</b>	Dominar los conceptos básicos teóricos de la comunicación en nuevos medios y aquellos aspectos que marcan su especificidad.
	<b>E01.02</b>	Describir las cuestiones regulatorias del mercado de las comunicaciones y de los nuevos medios.
	<b>E01.03</b>	Reconocer y diferenciar las teorías sobre lenguajes audiovisual y multimedia como modo de expresión.
	<b>E01.04</b>	Diferenciar los actores de la estructura de la comunicación en nuevos medios.
	<b>E05</b>	<b>Integrar conocimientos de diseño, lenguaje y técnica fotográfica y audiovisual para dar sentido a diferentes tipos de contenido.</b>
	<b>E05.01</b>	Definir los conceptos teóricos de la luz, la composición y la estética en fotografía.
	<b>E05.02</b>	Diferenciar las principales técnicas de producción y postproducción fotográfica.
	<b>E05.03</b>	Crear historias dividiendo a través de la fragmentación en planos y su posterior montaje.
	<b>Generales</b>	
	<b>G01</b>	<b>Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.</b>
	G01.01	Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.
	<b>G02</b>	<b>Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.</b>
	G02.01	Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.
	G02.03	Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.
	<b>G03</b>	<b>Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.</b>
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
	<b>G04</b>	<b>Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.</b>
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
	<b>Transversales</b>	
	<b>T01</b>	<b>Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.</b>
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.
	<b>T03</b>	<b>Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazo.</b>
	T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.

	T04	Demostrar conciencia ética, así como empatía con el entorno.			
	T04.01	Combinar y relacionar aspectos éticos en la realización de fotografía y productos audiovisuales respetando los derechos de todos los colectivos y entidades.			
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	250	40	460	
	% presencialidad	100%	70%	0%	
Metodologías docentes	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD9: Prácticas de laboratorio MD10: Estudio personal				
Actividades de evaluación				Peso Nota Final	
	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 50%	
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 0 y 30%	
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 0 y 20%	
	AE10: Carpeta del estudiante			Entre 0 y 20%	
	AE12: Asistencias a conferencias y actividades complementarias			Entre 0 y 10%	
	AE3: Realización de prácticas			Entre 10 y 50%	
	AE6: Asistencia a las actividades de tutoría			Entre 0 y 10%	
	AE7: Informe de progreso del director/tutor			Entre 0 y 15%	
	AE9: Asistencia y participación en clase			Entre 0 y 10%	
Asignaturas que componen la materia	Nombre de la asignatura		ECTS	Carácter	Idioma/s
	Teoría e Historia de la Comunicación		6	FB	Catalán y Castellano
	Estructura del Sistema de comunicación		6	FB	Catalán y Castellano
	Teoría y Técnica de la Fotografía		6	FB	Catalán y Castellano
	Sociedad Red		6	FB	Catalán y Castellano
	Lenguajes Audiovisual y Multimedia		6	FB	Catalán y Castellano
Observaciones	El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes. a. Dos tipologías evaluativas b. Tres actividades evaluativas c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final				

2: Lengua				
ECTS:	12		Carácter	FB
Idioma/s:	Catalán y castellano			
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan	Primer curso. Primer semestre -Primer curso -Segundo Semestre	
Descripción	Expresión y argumentación en catalán y en español, son dos asignaturas que, cada una en su lengua, describen los modelos orales y escritos y analizan los textos de especialidad y reelaboración de los mismos con especial hincapié en los entornos de confluencia entre la			

	<p>comunicación y la tecnología.</p> <p>Descripción de los modelos orales y escritos de la lengua catalana y española y aplicación a la composición de textos. Estudio y análisis de textos propios de la comunicación interactiva, tanto orales como escritos en diferentes soportes en lengua catalana y española.</p> <p>Al final del curso, los estudiantes deben conocer las principales características de una serie de modelos textuales, lo que les permitirá aplicar estos conocimientos a la composición de textos en español y en catalán. También deberá conocer las herramientas básicas de consulta lingüística en español y en catalán.</p>	
<b>Competencias y Resultados de aprendizaje</b>	<b>Básicas</b>	
	<b>B01</b>	<b>Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.</b>
	B01.02	Describir los modelos orales y escritos de las lenguas oficiales.
	<b>B02</b>	<b>Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.</b>
	B02.02	Planificar y ejecutar trabajos académicos teniendo las lenguas como base de trabajo.
	B02.19	Interpretar y discutir documentos y exponer por escrito y oralmente la síntesis de los análisis realizados.
	B02.27	Análisis de textos propios de la comunicación interactiva.
	<b>Específicas</b>	
	<b>E11</b>	<b>Promover proyectos profesionales y empresariales complejos e innovadores de nuevos medios y comunicarlos eficientemente.</b>
	E11.01	Demostrar que se tiene dominio de las lenguas oficiales y de sus recursos expresivos.
	E11.02	Producir textos orales con fluidez, eficacia y comunicarlos adecuadamente.
	E11.03	Producir textos escritos con fluidez, eficacia y comunicarlos adecuadamente.
	<b>Generales</b>	
	<b>G03</b>	<b>Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.</b>
	G03.02	Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
	<b>G04</b>	<b>Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.</b>
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
	<b>Transversales</b>	
	<b>T01</b>	<b>Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.</b>
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.

	T03	<b>Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazo.</b>		
	T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.		
<b>Actividades Formativas</b>		<b>Dirigidas</b>	<b>Supervisadas</b>	<b>Autónomas</b>
	<b>Horas</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>184</b>
	<b>% presencialidad</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD10: Estudio personal			
<b>Actividades de evaluación</b>				<b>Peso Nota Final</b>
	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 50%
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 0 y 20%
	AE3: Realización de prácticas			Entre 10 y 40%
	AE10: Carpeta del estudiante			Entre 10 y 30%
	AE12: Asistencias a conferencias y actividades complementarias			Entre 0 y 15%
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 0 y 20%
<b>Asignaturas que componen la materia</b>				
	<b>Nombre de la asignatura</b>		<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>
	<b>Expresión y Argumentación en catalán</b>		6	FB
<b>Observaciones</b>	<b>Expresión y Argumentación en español</b>		6	FB
	El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes. a. Dos tipologías evaluativas b. Tres actividades evaluativas c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final			

3: Derecho				
ECTS:	6	Carácter	FB	
Idioma/s:	Catalán y castellano			
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan	Primer curso-Primer semestre	
Descripción	La asignatura explicará el Derecho de la comunicación digital, la libertad de creación, expresión e información. También planteará el concepto de la privacidad y la seguridad en internet como las licencias, derecho de propiedad intelectual y <i>big data</i> .			
	Planteará, en concreto, aspectos relacionados con el marco jurídico del comercio electrónico, el derecho de los activos intangibles, tales como marcas o nombres de dominio en el mundo digital, los derechos y deberes digitales de las personas. Finalmente se estudiarán los ilícitos penales, civiles y mercantiles relacionados con el mundo digital y de internet.			
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas			
	B01	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.		
	B01.03	Interpretar y discutir documentos de los principales conceptos del derecho de		

		digital.		
	B02	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.		
	B02.03	Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito del derecho digital.		
	Específicas			
	E01	Diferenciar y aplicar las principales teorías, elaboraciones conceptuales y enfoques regulatorios de la comunicación interactiva.		
	E01.05	Identificar y describir los conceptos de libertad de creación, derecho de propiedad intelectual y <i>big data</i> .		
	E01.06	Distinguir las licencias en internet.		
	E01.07	Explicar los conceptos de seguridad y privacidad en internet.		
	E01.08	Interpretar los principales elementos del marco jurídico del comercio electrónico.		
	E01.09	Diferenciar las marcas y nombres de dominio.		
	E01.10	Reconocer los derechos y deberes digitales de las personas.		
	E01.11	Identificar los ilícitos civiles, penales y mercantiles principales del mundo digital.		
	Generales			
	G03	Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.		
	G03.01	Explicar el código deontológico, explícito o implícito, del ámbito de conocimiento propio.		
	G03.02	Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.		
	G03.03	Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que pueden incluir las acciones o proyectos, a corto o medio plazo, en relación con determinadas personas o colectivos.		
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.		
	G04	Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.		
	G04.02	Analizar las desigualdades por razón de sexo/género y los sesgos de género en el ámbito de conocimiento propio.		
	G04.03	Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.		
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.		
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.		
	Transversales			
	T01	Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.		
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.		
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.		
	T03	Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazo.		
	T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.		
	T04	Demostrar conciencia ética, así como empatía con el entorno.		
	T04.02	Combinar y relacionar aspectos éticos y legales en los trabajos escritos y defensas orales.		
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas
	Horas	50	8	92
	% presencialidad	100%	70%	0%
Metodologías docentes	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés			

	MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD10: Estudio personal			
<b>Actividades de evaluación</b>		<b>Peso Nota Final</b>		
	AE8: Pruebas teóricas	Entre 10 y 50%		
	AE10: Carpeta del estudiante	Entre 0 y 20%		
	AE12: Asistencias a conferencias y actividades complementarias	Entre 0 y 10%		
	AE1: Entrega de trabajo	Entre 10 y 20%		
	AE2: Presentación oral de trabajos	Entre 10 y 20%		
	AE9: Asistencia y participación en clase	Entre 10 y 20%		
<b>Asignaturas que componen la materia</b>	<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>	<b>Idioma/s</b>
	Derecho Digital y de las TIC	6	FB	Catalán y Castellano
<b>Observaciones</b>	<p>El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes.</p> <p>a. Dos tipologías evaluativas b. Tres actividades evaluativas c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final</p>			

4. Ingeniería y profesiones afines				
ECTS:	12	Carácter	FB	
Idioma/s:	Catalán y castellano			
Org. Temporal	Anual	Secuencia dentro del Plan	Primer curso-primer y segundo semestre.	
Descripción	<p>La presente materia sentará las bases de las infraestructuras y los sistemas de tecnológicos de información necesarios para la creación, almacenamiento y transmisión de productos interactivos. También se centra en estructura de las redes e infraestructura básica para la transmisión de información.</p> <p><b>Sistemas de Información:</b> Al mismo tiempo se abordará también la arquitectura de un SI, el hardware y las redes de comunicación, los sistemas Operativos, el software, las aplicaciones y los lenguajes. Se finalizará con el estudio de internet como infraestructura, los sistemas virtuales y el Cloud, así como los aspectos relacionados con la seguridad en la red. En concreto se profundizará en los conceptos y la estructura de los sistemas de Información (SI), entendidos como el recurso esencial de las sociedades modernas y la nueva economía, el valor de la información y nuevas tendencias en su utilización: Open Data y Big Data.</p>			
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas			
	B01	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.		
	B01.04	Asumir las lógicas internas del pensamiento científico para la puesta en práctica de las teorías y prácticas de esta materia.		
	B02	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.		
	B02.04	Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito de los sistemas de información.		
	B02.20	Planificar y ejecutar proyectos académicos en el ámbito de la estructura y transmisión de información.		
	Específicas			
	E02	Identificar los aspectos específicos de los sistemas de información tanto desde		

		<b>el punto de vista conceptual como práctica.</b>		
	E02.01	Explicar los conceptos de programación, de transmisión y los protocolos de los sistemas de información, tanto desde el punto de vista conceptual como práctico.		
	E02.02	Distinguir los servicios y los sistemas de almacenamiento de los sistemas de información, tanto desde el punto de vista conceptual como práctico.		
	E02.03	Diferenciar las capacidades, arquitecturas, aplicaciones y prestaciones de los servicios de información, tanto desde el punto de vista conceptual como práctico.		
	E04	<b>Reconocer y planificar la infraestructura tecnológica necesaria para la creación, el almacenamiento, el análisis y la distribución de productos multimedia interactivos y del internet social.</b>		
	E04.01	Estudiar y analizar la teoría de los sistemas complejos aplicado a la sociedad.		
	E04.02	Explicar las reglas de las redes sociales, su influencia directa y la regla de los 6 grados.		
	E04.03	Distinguir la teoría del actor red de la de las redes sociales.		
	E04.04	Identificar los aspectos específicos de los sistemas de información tanto desde el punto de vista conceptual como práctico.		
	E07	<b>Aplicar e integrar los conocimientos en ciencias sociales y humanidades y los provenientes de la ingeniería para generar productos y servicios complejos y a la medida de los ciudadanos y de sus necesidades.</b>		
	E07.01	Usar los conocimientos tecnológicos de la materia para crear servicios de comunicación para la ciudadanía.		
	E07.02	Aplicar los conocimientos humanísticos y de ciencias sociales, a la creación de productos tecnológicos dedicados a la comunicación.		
	<b>Generales</b>			
	G01	<b>Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.</b>		
	G01.02	Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.		
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.		
	G03	<b>Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.</b>		
	G03.01	Explicar el código deontológico, explícito o implícito, del ámbito de conocimiento propio.		
	G03.03	Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que pueden incluir las acciones o proyectos, a corto y largo plazo, en relación con determinadas personas o colectivos.		
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.		
	<b>Transversales</b>			
	T03	<b>Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.</b>		
	T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.		
<b>Actividades Formativas</b>		<b>Dirigidas</b>	<b>Supervisadas</b>	<b>Autónomas</b>
	<b>Horas</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>184</b>
	<b>% presencialidad</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	MD1: Clases magistrales			
	MD4: Elaboración de trabajos/informes			
	MD5: Lectura de artículos/informes de interés			
	MD6: Presentación oral de trabajos			
	MD7: Tutorías			
	MD9: Prácticas de Laboratorio			
	MD8: Seminarios			
	MD10: Estudio personal			



<b>Actividades de evaluación</b>				<b>Peso Nota Final</b>
	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 30%
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 10 y 30%
	AE3: Realización de prácticas			Entre 10 y 50%
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 0 y 20%
	AE9: Asistencia y participación en clase			Entre 0 y 20%
<b>Asignaturas que componen la materia</b>	<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>	<b>Idioma/s</b>
	Sistemas de información	12	FB	Catalán y Castellano
<b>Observaciones</b>	<p>El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes.</p> <p>a. Dos tipologías evaluativas</p> <p>b. Tres actividades evaluativas</p> <p>c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final</p>			

5: Matemáticas			
ECTS:	6	Carácter	OB
Idioma/s:	Catalán y castellano		
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan	Segundo curso- Segundo semestre
Descripción	<p>La presente materia, basada en la física y las matemáticas, presenta las lógicas científicas del movimiento, poniendo las bases para el posterior diseño de objetos, personajes, paisajes y arquitecturas. Se iniciará con una introducción al modelado de los objetos digitales, para posteriormente adentrarse en Física y matemática de movimientos/fuerzas de los objetos animados.</p> <p>También se abordarán 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 y validación de la simulación, serán otros de los contenidos clave.</p>		
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas		
	B01	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.	
	B01.05	Interpretar y discutir documentos y teorías sobre física y matemática de objetos digitales animados.	
	B01.13	Explicar los conceptos claves de esta materia, partiendo de conocimientos de física y matemáticas recibidos en los estudios de secundaria.	
	B02	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.	
	B02.04	Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito de las matemáticas y la física para aplicarlos a la creación de productos comunicativos.	
	Específicas		
	E03	Vincular los procesos y las teorías matemáticas y físicas y su aplicación al mundo de las bases de datos, a la creación de interfaces y a la realidad virtual aumentada.	
	E03.01	Relacionar los conceptos físicos y matemáticos para poder aplicarlos sobre los movimientos/fuerzas de los objetos animados.	
	E03.02	Construir modelos usuales para la creación de los objetos animados, los parámetros y la simulación.	
	E03.03	Interpretar y analizar la continuidad en objetos animados.	
	E03.04	Interpretar y analizar la relación de los conceptos matemáticos a la creación de bases de datos.	
	E07	Aplicar e integrar los conocimientos en ciencias sociales y humanidades y los provenientes de la ingeniería para generar productos y servicios complejos y a la medida de los ciudadanos y sus necesidades.	
	E07.03	Asimilar los fundamentos de las matemáticas y la física para aplicarlos a la creación de productos comunicativos.	
	Generales		
	G01	Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.	
	G01.02	Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.	
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.	
	G03	Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.	
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de	

	responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.			
	<b>Transversales</b>			
	<b>T01</b>	<b>Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.</b>		
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.		
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.		
	<b>T03</b>	<b>Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.</b>		
	T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.		
<b>Actividades Formativas</b>		<b>Dirigidas</b>	<b>Supervisadas</b>	<b>Autónomas</b>
	<b>Horas</b>	<b>50</b>	<b>8</b>	<b>92</b>
	<b>% presencialidad</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD10: Estudio personal			
<b>Actividades de evaluación</b>				<b>Peso Nota Final</b>
	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 30%
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 10 y 30%
	AE3: Realización de prácticas			Entre 10 y 50%
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 0 y 20%
	AE9: Asistencia y participación en clase			Entre 0 y 20%
<b>Asignaturas que componen la materia</b>	<b>Nombre de la asignatura</b>		<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>
	<b>Matemáticas y Física para Objetos Digitales Animados</b>		6	OB
<b>Observaciones</b>	El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes. a. Dos tipologías evaluativas b. Tres actividades evaluativas c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final			

6: Diseño				
ECTS:	24	Carácter		OB
Idioma/s:		Catalán y Castellano		
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan		Primer curso-segundo semestre. Segundo curso- Primer semestre. Tercer curso-primer semestre.
Descripción	La presente materia troncal se centra en la creación de interfaces, técnicamente usables y estéticamente atractivos, a la medida de sus usuarios. Pero también se encarga de explicar el diseño como elemento estético y funcional para más adelante adentrarse en la visualización de información y de grandes cantidades de datos.  <b>Teoría y Técnica del Diseño:</b> Introducción a la historia y elementos conceptuales y prácticos claves del diseño. Formas, colores, diseño visual y herramientas digitales. Introducción a los principios generales del diseño gráfico.  <b>Infografía y visualización de datos:</b> normas y estéticas comunicativas como instrumentos			

	<p>óptimos para elaborar contenidos a partir de documentos y datos alfanuméricos de procedencia diversa para la efectiva comunicación visual y documental. Se incluyen las técnicas y herramientas profesionales modernas para el grafismo para medios digitales.</p> <p><b>Diseño de interacción:</b> Aborda el diseño de productos digitales interactivos, entornos, sistemas y servicios. Al mismo tiempo se tratarán las dimensiones del diseño de interacción: palabras, representación visual, objetos físicos y espaciales, tiempo y comportamiento.</p> <p><b>Diseño centrado en el usuario:</b> creación de productos que resuelvan necesidades de los usuarios finales: La simplicidad como base, la usabilidad, las metodologías y técnicas y los modelos serán contenidos básicos de la asignatura, junto con los test de usuarios y la necesidad de evaluar los productos finales.</p>	
<b>Competencias y Resultados de aprendizaje</b>	<b>Básicas</b>	
	<b>B02</b>	<b>Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.</b>
	B02.05	Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito del diseño centrado en el usuario.
	B02.21	Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito de la teoría y técnica de la infografía y la visualización de datos.
	<b>Específicas</b>	
	<b>E01</b>	<b>Diferenciar y aplicar las principales teorías, elaboraciones conceptuales y enfoques regulatorios de la comunicación interactiva.</b>
	E01.12	Diferenciar los conceptos claves del diseño visual y las principales herramientas digitales.
	E01.13	Reconocer las normas y estéticas comunicativas de la visualización de datos.
	<b>E05</b>	<b>Integrar conocimientos de diseño, lenguaje y técnica fotográfica y audiovisual para dar sentido a diferentes tipos de contenido.</b>
	E05.04	Crear interfaces que mantengan un equilibrio entre un diseño técnicamente funcional con gusto estético.
	<b>E08</b>	<b>Diseñar y crear interfaces usables basadas en las necesidades de los usuarios y estéticamente atractivas.</b>
	E08.01	Identificar y seleccionar elementos estéticos para el diseño de interfaces.
	E08.02	Reconocer los elementos clave para el diseño de una interfaz que se adapta a las necesidades de las personas.
	<b>Generales</b>	
	<b>G01</b>	<b>Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.</b>
	G01.01	Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
	G01.02	Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.
	G01.04	Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.
	<b>G03</b>	<b>Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.</b>
	G03.03	Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que pueden incluir las acciones o proyectos, a corto y largo plazo, en relación con determinadas personas o colectivos.
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
	<b>G04</b>	<b>Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.</b>
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.

	<b>Transversales</b>			
	<b>T01</b>	<b>Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.</b>		
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.		
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.		
	<b>T03</b>	<b>Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.</b>		
	T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.		
<b>Actividades Formativas</b>		<b>Dirigidas</b>	<b>Supervisadas</b>	<b>Autónomas</b>
	<b>Horas</b>	<b>200</b>	<b>32</b>	<b>368</b>
	<b>% presencialidad</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD9: Prácticas de Laboratorio MD10: Estudio personal			
<b>Actividades de evaluación</b>				<b>Peso Nota Final</b>
	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 40%
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 10 y 30%
	AE3 Realización de Prácticas			Entre 10 y 50%
	AE10: Carpeta del estudiante			Entre 0 y 20%
	AE12: Asistencias a conferencias y actividades complementarias			Entre 0 y 20%
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 0 y 20%
	AE7: Informe de progreso del director/tutor			Entre 0 y 20%
	AE6: Asistencia a las actividades de tutoría			Entre 0 y 10%
<b>Asignaturas que componen la materia</b>				Entre 0 y 20%
	<b>Nombre de la asignatura</b>		<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>
	<b>Teoría y Técnica del Diseño</b>		6	OB
	<b>Infografía y Visualización de Datos</b>		6	OB
	<b>Diseño de Interacción</b>		6	OB
<b>Observaciones</b>	<b>Diseño centrado en el usuario</b>		6	OB
	El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes.			
	a. Dos tipologías evaluativas			
	b. Tres actividades evaluativas			
	c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final			

7. Creatividad				
ECTS:	6		Carácter	OB
Idioma/s:		Catalán y Castellano		
Org. Temporal	Semestral		Secuencia dentro del Plan	Segundo curso-segundo semestre
Descripción	La presente materia, a través de la asignatura Teoría y Técnica de la Creatividad, abordará la creatividad entendida de un modo totalizador y con un enfoque teórico y práctico. Así se abordarán aspectos como el concepto, elementos y evolución de la creatividad, la relación			

	<p>entre inteligencia y creatividad, el pensamiento reproductivo y el pensamiento lateral o la vinculación entre creatividad y estrategia.</p> <p>También se abordarán las principales estrategias y técnicas creativas aplicadas a la comunicación interactiva, se estudiarán técnicas creativas propias del entorno digital para finalizar con el concepto de ideas líquidas.</p>	
Competencias y Resultados de aprendizaje	<b>Básicas</b>	
	<b>B01</b>	<b>Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.</b>
	B01.12	Interpretar y discutir documentos de las principales teorías de la creatividad.
	<b>B02</b>	<b>Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.</b>
	B02.06	Planificar y ejecutar trabajos creativos.
	<b>B04</b>	<b>Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</b>
	B04.01	Transmitir de forma oral, clara y ordenada, los ejercicios de la materia.
	B04.02	Exponer por escrito y oralmente la síntesis de los análisis realizados.
	<b>Específicas</b>	
	<b>E07</b>	<b>Aplicar e integrar los conocimientos en ciencias sociales y humanidades y los provenientes de la ingeniería para generar productos y servicios complejos, a la medida de los ciudadanos y de sus necesidades.</b>
	E07.04	Concebir ideas originales aplicables a la creación de contenidos y servicios interactivos.
	<b>Generales</b>	
	<b>G01</b>	<b>Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.</b>
	G01.01	Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.
	<b>G03</b>	<b>Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.</b>
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
	<b>G04</b>	<b>Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.</b>
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
	<b>Transversales</b>	
	<b>T01</b>	<b>Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.</b>
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.
	<b>T03</b>	<b>Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.</b>

	T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.		
<b>Actividades Formativas</b>		<b>Dirigidas</b>	<b>Supervisadas</b>	<b>Autónomas</b>
	<b>Horas</b>	<b>50</b>	<b>8</b>	<b>92</b>
	<b>% presencialidad</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD10: Estudio personal			
<b>Actividades de evaluación</b>	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 50%
	AE3: Realización de prácticas			Entre 10 y 50%
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 10 y 30%
	AE 11: Autoevaluación del estudiante			Entre 0 y 20%
	AE 12: Asistencias a conferencias y actividades complementarias			Entre 0 y 10%
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 0 y 20%
	AE9: Asistencia y participación en clase			Entre 0,5 y 20%
<b>Asignaturas que componen la materia</b>	<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>	<b>Idioma/s</b>
	<b>Teoría y Técnica de la Creatividad</b>	6	OB	Catalán y Castellano
<b>Observaciones</b>	El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes. a. Dos tipologías evaluativas b. Tres actividades evaluativas c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final			

8. Narrativa y Géneros				
ECTS:	18		Carácter	OB
Idioma/s:		Catalán y Castellano		
Org. Temporal	Semestral		Secuencia dentro del Plan	Segundo curso- primer semestre. Tercer curso – primer semestre
Descripción	La presente materia profundiza en las narrativas desde los orígenes para más adelante adentrarse en la construcción de historias interactivas y los géneros en los juegos.			
	<b>Teorías narrativas y géneros del discurso:</b> Diagnóstico del momento cultural y comunicativo. Retórica aristotélica, retórica procedural y géneros de la comunicación. Los géneros del discurso. Narratividad y narratología. La teoría del relato.			
	<b>Teoría y técnica del guion:</b> Profundización 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. Práctica del guion multimedia que contemple la definición del proyecto, competencias y contenido, así como su evaluación.			
Competencias y Resultados de aprendizaje	<b>Géneros en videojuegos:</b> Qué es un videojuego. Función social. Estudio de la naturaleza de los diferentes géneros en función de la mecánica de juegos, la estética, el público receptor o la temática. Teoría y análisis de casos.			
	<b>Básicas</b>			
	B01	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados,		

		<b>incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.</b>
	B01.06	Interpretar y discutir documentos de las principales teorías de la comunicación.
	<b>B02</b>	<b>Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.</b>
	B02.07	Planificar y ejecutar trabajos narrativos.
	<b>B04</b>	<b>Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</b>
	B04.01	Exponer por escrito y oralmente la síntesis de los análisis realizados.
	<b>Específicas</b>	
	<b>E01</b>	<b>Diferenciar y aplicar las principales teorías, elaboraciones conceptuales y enfoques regulatorios de la comunicación interactiva.</b>
	E01.14	Identificar y comparar las teorías narrativas desde los inicios hasta el actual storytelling.
	E01.15	Reconocer la división de las teorías narrativas por géneros en los nuevos medios de ocio virtual.
	<b>E05</b>	<b>Integrar conocimientos de diseño, lenguaje y técnica fotográfica y audiovisual para dar sentido a diferentes tipos de contenido.</b>
	E05.05	Aplicar y adaptar los conocimientos previos sobre el lenguaje de la fotografía y sus conceptos a la composición y creación de sentido en el mundo virtual de los videojuegos.
	<b>E09</b>	<b>Concebir, crear, animar e integrar espacios, personales y objetos virtuales y de realidad aumentada.</b>
	E09.01	Dominar los recursos y técnicas narrativas para crear historias adaptadas a los mundos virtuales e inscribirlas en un género concreto.
	<b>Generales</b>	
	<b>G01</b>	<b>Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.</b>
	G01.01	Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
	G01.02	Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.
	G01.04	Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.
	<b>G02</b>	<b>Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.</b>
	G02.01	Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.
	G02.03	Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.
	<b>G03</b>	<b>Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.</b>
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
	<b>G04</b>	<b>Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.</b>
	G04.02	Analizar las desigualdades por razón de sexo/género y los sesgos de género en el ámbito de conocimiento propio.
	G04.03	Valorar como los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
	<b>Transversales</b>	



	<b>T01</b>	<b>Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.</b>		
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.		
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.		
	<b>T03</b>	<b>Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.</b>		
	T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.		
<b>Actividades Formativas</b>		<b>Dirigidas</b>	<b>Supervisadas</b>	<b>Autónomas</b>
	<b>Horas</b>	<b>150</b>	<b>24</b>	<b>286</b>
	<b>% presencialidad</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD10: Estudio personal			
<b>Actividades de evaluación</b>				<b>Peso Nota Final</b>
	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 50%
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 10 y 30%
	AE3: Prácticas en el aula			Entre 0 y 30%
	AE3: Realización de prácticas			Entre 10 y 50%
	AE11: Autoevaluación del estudiante			Entre 0 y 20%
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 0 y 20%
<b>Asignaturas que componen la materia</b>	<b>Nombre de la asignatura</b>		<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>
	<b>Teorías Narrativas y Géneros del Discurso</b>		6	OB
	<b>Teoría y Técnica del Guion</b>		6	OB
	<b>Géneros en Videojuegos</b>		6	OB
<b>Observaciones</b>	El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes. a. Dos tipologías evaluativas b. Tres actividades evaluativas c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final			

9: Tecnología Web				
ECTS:	18	Carácter	OB	
Idioma/s:	Catalán y castellano			
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan	Primer curso- Segundo semestre-Segundo curso- Primer semestre. Tercer curso - Primer semestre.	
Descripción	<p>Esta materia realiza un recorrido coherente desde las bases de la tecnología web a la complejidad presente en el diseño de aplicaciones.</p> <p><b>Introducción a la tecnología web:</b> aborda la Introducción a las tecnologías web, sus Lenguajes y estilos, así como aspectos de diseño web y diseño adaptativo.</p> <p><b>Servicios web avanzados:</b> se adentran en el entorno AMP (Apache, MySQL, PHP, Javascript) y servicios, así como la sintaxis, codificación y desarrollo en PHP y Javascript.</p> <p><b>Programación de Aplicaciones en tecnología web:</b> se centra en Gestores de contenidos y</p>			

	servicios avanzados. Integración y despliegue en el Cloud.	
Competencias y Resultados de aprendizaje	<b>Básicas</b>	
	<b>B01</b>	<b>Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.</b>
	B01.07	Interpretar, valorar y discutir documentos sobre la creación en internet y el rol de la tecnología web.
	<b>B02</b>	<b>Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.</b>
	B02.08	Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito de programación básica y avanzada.
	<b>B03</b>	<b>Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.</b>
	B03.02	Diseñar las webs y sus aplicaciones teniendo en cuenta los aspectos éticos de no discriminación y respeto a todos los colectivos.
	<b>Específicas</b>	
	<b>E04</b>	<b>Reconocer y planificar la infraestructura tecnológica necesaria para la creación, el almacenamiento, el análisis y la distribución de productos multimedia interactivos y del internet social.</b>
	E04.05	Crear páginas web básicas y complejas.
	E04.06	Idear aplicaciones para las páginas web.
	<b>E07</b>	<b>Aplicar e integrar los conocimientos en ciencias sociales y humanidades y los provenientes de la ingeniería para generar productos y servicios complejos y a la medida de los ciudadanos y de sus necesidades.</b>
	E07.05	Diseñar páginas web y aplicaciones funcionales desde el punto de vista tecnológico.
	E07.06	Diseñar páginas web con criterios de usabilidad aptas para todo tipo de públicos.
	E07.07	Diseñar páginas web estéticamente atractivas y adaptadas a las características formales de la organización para quien se crean.
	<b>Generales</b>	
	<b>G01</b>	<b>Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.</b>
	G01.01	Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
	G01.02	Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.
	G01.04	Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.
	<b>G02</b>	<b>Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.</b>
	G02.01	Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.
	G02.03	Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.
	<b>G03</b>	<b>Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.</b>
	G03.03	Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que pueden incluir las acciones o proyectos, a corto y largo plazo, en relación con determinadas personas o colectivos.
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la

		diversidad y los valores democráticos.		
	G04	Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.		
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.		
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.		
	Transversales			
	T03	Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.		
	T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.		
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas
	Horas	150	24	276
	% presencialidad	100%	70%	0%
Metodologías docentes	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD9: Prácticas de Laboratorio MD10: Estudio personal			
Actividades de evaluación				Peso Nota Final
	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 40%
	AE3: Realización de prácticas			Entre 10 y 50%
	AE5: Prácticas de aula			Entre 0 y 30%
	AE 11: Autoevaluación del estudiante			Entre 0 y 10%
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 10 y 20%
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 0 y 20%
	AE9: Asistencia y participación en clase			Entre 0 y 20%
Asignaturas que componen la materia	Nombre de la asignatura	ECTS	Carácter	Idioma/s
	Introducción a la Tecnología Web	6	OB	Catalán y Castellano
	Servicios Web Avanzados	6	OB	Catalán y Castellano
	Programación de Aplicaciones en Tecnología Web	6	OB	Catalán y Castellano
Observaciones	El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes. a. Dos tipologías evaluativas b. Tres actividades evaluativas c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final			

10: Marketing				
ECTS:	12	Carácter	MX: OB + OT	
Idioma/s:	Catalán /Castellano / Inglés			
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan	Tercer curso-Segundo semestre. Cuarto curso	
Descripción	Esta materia se centra en el desarrollo y las estrategias de marketing en la web y en las redes sociales.  <b>Marketing digital:</b> Estudio 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 de la web. También aborda una reflexión sobre el perfil de usuario (prosumidor) y sus			

	principales hábitos de uso y consumos de productos comunicativos digitales.	
	<b>Automatización del Marketing:</b> Aplicación y manejo de las técnicas y herramientas de mayor importancia para el desarrollo de acciones de marketing digital (planes de social media, campañas) y estudio y desarrollo de campañas de marketing de diferente tipología y enfoque en el ciberespacio. Esta materia también aborda el análisis de las principales tendencias del sector: Inbound marketing, advergaming, Brand journalism, blog Marketing, storytelling, e-business, Mobile Marketing, e-commerce y una aproximación a los perfiles profesionales.	
<b>Competencias y Resultados de aprendizaje</b>	<b>Básicas</b>	
	<b>B01</b>	<b>Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.</b>
	B01.08	Interpretar y discutir documentos de las principales teorías del marketing.
	<b>B02</b>	<b>Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.</b>
	B02.09	Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito del marketing digital.
	<b>B04</b>	<b>Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</b>
	B04.03	Presentar proyectos y servicios a los docentes y a los propios compañeros.
	B04.01	Exponer por escrito y oralmente la síntesis de los análisis realizados.
	<b>Específicas</b>	
	<b>E06</b>	<b>Planificar, aplicar, analizar y evaluar campañas de marketing digital en los medios sociales e implementar sistemas de automatización en su gestión.</b>
	E06.01	Diseñar campañas de marketing para la web.
	E06.02	Diseñar campañas de marketing para las redes sociales.
	E06.03	Analizar la situación del mercado y de los consumidores para determinar las estrategias de las campañas de marketing online.
	E06.04	Evaluar los efectos y resultados de las campañas de marketing digital diseñadas.
	<b>Generales</b>	
	<b>G01</b>	<b>Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.</b>
	G01.01	Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
	G01.02	Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.
	G01.04	Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.
	<b>G02</b>	<b>Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.</b>
	G02.01	Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.
	G02.02	Analizar los indicadores de sostenibilidad de las actividades académico-profesionales del ámbito integrando las dimensiones social, económica y medioambiental.
	G02.03	Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.
	<b>G03</b>	<b>Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.</b>
	G03.02	Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.
	G03.03	Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que

		pueden incluir las acciones o proyectos, a corto y largo plazo, en relación con determinadas personas o colectivos.		
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.		
	G04	Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.		
	G04.02	Analizar las desigualdades por razón de sexo/género y los sesgos de género en el ámbito de conocimiento propio.		
	G04.03	Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.		
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.		
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.		
	Transversales			
	T01	Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.		
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.		
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.		
	T03	Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.		
	T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.		
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas
	Horas	100	16	184
	% presencialidad	100%	70%	0%
Metodologías docentes	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD9: Prácticas de laboratorio MD10: Estudio personal			
Actividades de evaluación				Peso Nota Final
	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 50%
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 10 y 30%
	AE3: Realización de prácticas			Entre 10 y 50%
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 0 y 30%
	AE10: Carpeta del estudiante			Entre 0 y 20%
	AE12: Asistencias a conferencias y actividades complementarias			Entre 0 y 10%
Asignaturas que componen la materia	Nombre de la asignatura		ECTS	Carácter
	Marketing Digital		6	OB
	Automatización del Marketing		6	OT
Observaciones	El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes. a. Dos tipologías evaluativas b. Tres actividades evaluativas c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final En las guías docentes publicadas anualmente se informará del idioma de impartición de cada asignatura.			

11. Teoría y Técnica de la Animación			
ECTS:	18	Carácter	MX: OB + OT
Idioma/s:	Catalán /Castellano / Inglés		
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan	Segundo curso-segundo semestre. Tercer curso-segundo semestre. Cuarto curso.
Descripción	<p>Esta materia pretende introducir a los estudiantes en la historia y práctica de la animación básica y avanzada, así como las técnicas y las metodologías de animación y movimientos de objetos en 2D y 3D. Se divide en dos asignaturas.</p> <p><b>Fundamentos de la animación:</b> Historia de la animación. Dibujos animados y animación en volumen. También se trabajará en la introducción en la animación 2D. Cómo utilizar la animación para mejorar los productos informativos y de entretenimiento de los medios de comunicación.</p> <p><b>Animación avanzada:</b> Animación secundaria, puesta en escena, composición de plano y personajes y técnicas de animación facial. Prácticas con los principales softwares para la animación 3D. Cómo utilizar la animación avanzada para la creación de productos informativos y de entretenimiento.</p> <p><b>Sonorización:</b> aborda el papel de sonido en sus diferentes manifestaciones como elemento fundamental en la creación de productos interactivos. 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, así como para la construcción de los perfiles sonoros de los personajes (físico, psicológico y acústico) serán contenidos de la asignatura. Se añade también la planificación, perspectiva acústica y construcción de paisajes sonoros, arquitectura del ritmo y la edición sonora.</p>		
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas		
	B01	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.	
	B01.09	Encontrar lo sustancial y relevante en documentos de todo tipo sobre los fundamentos de la animación.	
	B01.14	Encontrar lo sustancial y relevante en documentos de todo tipo sobre el sonido y su uso.	
	B02	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.	
	B02.10	Planificar y ejecutar trabajos académicos sobre animación para el mundo virtual.	
	B02.22	Planificar y ejecutar trabajos en el ámbito de la sonorización de obras interactivas.	
	Específicas		
	E03	Vincular los procesos y las teorías matemáticas y físicas y su aplicación al mundo de las bases de datos, a la creación de interfaces y a la realidad virtual aumentada.	
	E03.05	Aplicar los conceptos físicos y matemáticos para crear y animar personajes de forma creíble.	
	E05	Integrar conocimientos de diseño, lenguaje y técnica fotográfica y audiovisual para dar sentido a diferentes tipos de contenido.	
	E05.06	Conocer las principales técnicas para la sonorización de productos audiovisuales interactivos y aplicarlas a las diferentes composiciones según su carácter y sus públicos objetivos.	
	E05.07	Seleccionar adecuadamente los componentes del lenguaje sonoro en función de los objetivos comunicativos que se persigan.	
	E05.08	Usar creativamente el sonido, experimentando con las múltiples posibilidades informativas y expresivas que ofrecen la voz, la música, los efectos y el silencio, así	

		como con las técnicas de montaje y realización sonora.			
	E09	Concebir, crear, animar e integrar espacios, personajes y objetos virtuales y de realidad aumentada.			
	E09.02	Dominar la composición de plano y la creación de personajes así como las técnicas de animación facial.			
	E09.03	Animar personajes en 2D y 3D comenzando por métodos manuales para finalizar con los más sofisticados softwares existentes.			
	Generales				
	G01	Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.			
	G01.02	Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.			
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.			
	G01.04	Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.			
	G03	Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.			
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.			
	G04	Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.			
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.			
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.			
	Transversales				
	T01	Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.			
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.			
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.			
	T03	Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.			
	T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.			
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	150	24	276	
	% presencialidad	100%	70%	0%	
Metodologías docentes	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD9: Prácticas de laboratorio MD10: Estudio personal				
Actividades de evaluación				Peso Nota Final	
	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 50%	
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 0 y 30%	
	AE3: Realización de prácticas			Entre 10 y 50%	
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 0 y 20%	
	AE9: Asistencia y participación en clase			Entre 0 y 20%	
Asignaturas que componen la materia	Nombre de la asignatura		ECTS	Carácter	Idioma/s
	Fundamentos de la animación		6	OB	Catalán/Castellano/Inglés
	Animación avanzada		6	OB	Catalán/Castellano/Inglés
	Sonorización		6	OT	Catalán/Castellano/Inglés



<b>Observaciones</b>	<p>El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes.</p> <p>a. Dos tipologías evaluativas b. Tres actividades evaluativas c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final</p> <p>En las guías docentes publicadas anualmente se informará del idioma de impartición de cada asignatura.</p>
----------------------	---

12. Biblioteconomía y Documentación			
ECTS:	6	Carácter	OB
Idioma/s:	Catalán y Castellano		
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan	Segundo curso-segundo semestre
Descripción	La presente materia se centra en la creación y gestión de bases de datos y su interacción con sus usuarios.  <b>Almacenamiento y recuperación de información:</b> Introducción a las bases de datos, tipos y arquitectura, diseño de bases de datos y explicación de los modelos de datos relacionales. Por otra parte, se abordará el acceso y optimización de los contenidos, así como la interacción con los posibles clientes. Se expondrán las aplicaciones de gestión y la administración de una base de datos. También tendrá un papel importante la seguridad de los datos para la creación de bases de datos seguras para aquellos que las elaboran o gestionan.		
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas		
	B02	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.	
	B02.11	Planificar y ejecutar trabajos de documentación.	
	B05	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.	
	B05.01	Ahondar en el análisis y la creación de bases de datos por sí solos, mediante el trabajo personal.	
	Específicas		
	E04	Reconocer y planificar la infraestructura tecnológica necesaria para la creación, el almacenamiento, el análisis y la distribución de productos multimedia interactivos y del internet social.	
	E04.07	Reconocer y dominar la infraestructura tecnológica para el almacenamiento de información.	
	E04.08	Distinguir el software más adecuado para el diseño y la creación de una base de datos en función de las necesidades de la organización que la precisa.	
	E04.09	Aplicar los conocimientos tecnológicos para asegurar y proteger los datos.	
	E10	Promocionar y lanzar nuevos productos y servicios a partir de la extracción y el análisis de datos masivos de los medios de comunicación.	
	E10.01	Extraer contenidos para almacenarlos en bases de datos y posteriormente recuperarlos cuando sea necesario.	
	Generales		
	G01	Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.	
	G01.02	Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.	
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas	
	G03	Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes	



		fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.					
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.					
	G04	Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.					
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.					
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.					
	Transversales						
	T01	Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.					
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.					
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.					
	T03	Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.					
T03.02	Presentar los trabajos encomendados en las asignaturas en los plazos previstos y con calidad manifiesta, lo que implica tener en cuenta el trabajo individual y grupal.						
Actividades Formativas		Dirigidas		Supervisadas		Autónomas	
	Horas	50		8		92	
	% presencialidad	100%		70%		0%	
Metodologías docentes	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD9: Prácticas de laboratorio MD10: Estudio personal						
Actividades de evaluación						Peso Nota Final	
	AE8: Pruebas teóricas					Entre 10 y 40%	
	AE1: Entrega de trabajos					Entre 10 y 30%	
	AE3: Realización de prácticas					Entre 10 y 50%	
	AE2: Presentación oral de trabajos					Entre 0 y 20%	
	AE9: Asistencia y participación en clase					Entre 0 y 20%	
Asignaturas que componen la materia	Nombre de la asignatura			ECTS	Carácter	Idioma/s	
	Almacenamiento y Recuperación de Información			6	FB	Catalán y Castellano	
Observaciones	El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes. a. Dos tipologías evaluativas b. Tres actividades evaluativas c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final						

<b>13. Economía</b>			
<b>ECTS:</b>	6	<b>Carácter</b>	OB
<b>Idioma/s:</b>	Catalán y Castellano		
<b>Org. Temporal</b>	Semestral	<b>Secuencia dentro del Plan</b>	Tercer curso-segundo semestre.
<b>Descripción</b>	<b>Emprendimiento y creación de empresas:</b> Conocimiento de los aspectos jurídicos y legales del		

	<p>ámbito de las empresas. Explicar 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. Análisis de iniciativas de éxito y buenas prácticas desarrolladas por emprendedores en el ámbito de la comunicación digital. También se abordarán los aspectos gerenciales y económicos básicos de la gestión empresarial, así como las cuestiones éticas básicas a desarrollar en una empresa.</p>	
Competencias y Resultados de aprendizaje	<b>Básicas</b>	
	<b>B02</b>	<b>Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.</b>
	B02.12	Planificar y ejecutar trabajos en el ámbito del emprendimiento y la creación de empresas.
	<b>B04</b>	<b>Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</b>
	B04.04	Expresarse con orden, fluidez y eficacia comunicativa en las dos lenguas oficiales de manera oral y escrita y desplegar una correcta capacidad argumentativa.
	<b>Específicas</b>	
	<b>E11</b>	<b>Promover proyectos profesionales y empresariales innovadores de nuevos medios y comunicarlos eficazmente.</b>
	E11.04	Diferenciar las características de los trabajadores en función de sus responsabilidades laborales.
	E11.05	Demostrar los conocimientos para dirigir equipos multidisciplinares de trabajo de forma eficiente.
	E11.06	Demostrar los conocimientos básicos jurídicos y de gestión para comprender la estructura de las empresas de los nuevos medios.
	<b>Generales</b>	
	<b>G01</b>	<b>Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.</b>
	G01.02	Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas
	G01.04	Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.
	G01.05	Proponer nuevas maneras de medir el éxito o el fracaso de la implementación de propuestas o ideas innovadoras.
	<b>G02</b>	<b>Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.</b>
	G02.01	Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades academicoprofesionales del ámbito de conocimiento propio.
	G02.02	Analizar los indicadores de sostenibilidad de las actividades académico-profesionales del ámbito integrando las dimensiones social, económica y medioambiental.
	G02.03	Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.
	<b>G03</b>	<b>Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.</b>
	G03.01	Explicar el código deontológico, explícito o implícito, del ámbito de conocimiento propio.
	G03.02	Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.
	G03.03	Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que pueden incluir las acciones o proyectos, a corto o medio plazo, en relación con determinadas personas o colectivos.
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
	<b>G04</b>	<b>Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por</b>

		<b>razón de sexo/género.</b>			
	G04.03	Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.			
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.			
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.			
	<b>Transversales</b>				
	<b>T01</b>	<b>Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.</b>			
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.			
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.			
	<b>T02</b>	<b>Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo.</b>			
	T02.01	Demostrar habilidades de liderazgo e iniciativa para la creación de un proyecto de empresa.			
	<b>T03</b>	<b>Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.</b>			
	T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.			
	<b>T04</b>	<b>Demostrar conciencia ética, así como empatía con el entorno.</b>			
	T04.07	Trabajar en equipo y respetar la ética para crear correctos trabajos de curso.			
<b>Actividades Formativas</b>		<b>Dirigidas</b>	<b>Supervisadas</b>	<b>Autónomas</b>	
	<b>Horas</b>	<b>50</b>	<b>8</b>	<b>92</b>	
	<b>% presencialidad</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>0%</b>	
<b>Metodologías docentes</b>	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD10: Estudio personal				
<b>Actividades de evaluación</b>				<b>Peso Nota Final</b>	
	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 40%	
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 10 y 30%	
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 0 y 20%	
	AE3: Realización de prácticas			Entre 10 y 40%	
	AE9: Asistencia y participación en clase			Entre 0 y 20%	
<b>Asignaturas que componen la materia</b>	<b>Nombre de la asignatura</b>		<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>	<b>Idioma/s</b>
	<b>Emprendimiento y Creación de Empresas</b>		6	OB	Catalán y Castellano
<b>Observaciones</b>	El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes. a. Dos tipologías evaluativas b. Tres actividades evaluativas c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final				

14. Big Data				
ECTS:	24		Carácter	MX: OB+ OT
Idioma/s:		Catalán / castellano /Inglés		
Org. Temporal	Semestral		Secuencia dentro del Plan	Tercer curso-segundo

			semestre. Cuarto curso - primer semestre. Cuarto curso.
Descripción	<p>Esta materia se centra en la extracción, tratamiento, análisis de grandes masas de datos para la creación productos y servicios innovadores.</p> <p><b>Introducción al big data:</b> El papel del Business Intelligence y su influencia en la toma de decisiones. Fuentes de datos (estructura, clasificación, integración y calidad). Open data e introducción al desarrollo de soluciones de big data para inteligencia de negocio.</p> <p><b>Escenarios y usos del big data:</b> estudio y práctica de las arquitecturas Big Data (Entorno Hadoop/MapReduce- Spark). Soluciones en el cloud y escenarios de uso de Big data (inteligencia geográfica, analítica social, paradigma de datos abiertos).</p> <p><b>Análisis y visualización de Big Data:</b> Arquitectura y herramientas. Conceptos de Data Lake, visualización, analítica del Big Data y <i>machine Learning</i>. Finalmente, sases de datos NoSQL.</p> <p><b>Inteligencia Artificial en la Comunicación:</b> Estudio, análisis y teoría de los sistemas de inteligencia artificial. Aplicación de los sistemas de inteligencia artificial a espacios comunicativos como la recomendación de contenidos, la autonomía de dispositivos y el procesamiento de imágenes y videos, entre otros. Se incluirá el estudio de campos relacionados como el machine learning, el deep learning o el data science. Estudio de deep fakes.</p>		
Competencias y Resultados de aprendizaje	<b>Básicas</b>		
	B02	<b>Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.</b>	
	B02.13	Planificar y ejecutar proyectos académicos en el ámbito del Big data.	
	B04	<b>Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</b>	
	B04.05	Solucionar problemas básicos en big data.	
	B05	<b>Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</b>	
	B05.02	Compartir las experiencias en grupo como forma de aprendizaje para trabajar posteriormente en grupos multidisciplinares.	
	<b>Específicas</b>		
	E04	<b>Reconocer y planificar la infraestructura tecnológica necesaria para la creación, el almacenamiento, el análisis y la distribución de productos multimedia interactivos y del internet social.</b>	
	E04.10	Describir la infraestructura necesaria para el almacenamiento del big data.	
	E04.11	Explicar las características de la infraestructura necesaria para la recuperación del big data.	
	E04.12	Explicar la infraestructura necesaria para el tratamiento del big data.	
	E04.13	Diferenciar las variedades de tipos de arquitecturas existentes para trabajar con big data.	
	E04.19	Describir y explicar las particularidades teóricas y prácticas de la inteligencia artificial en los espacios comunicativos.	
	E04.20	Explicar y acotar el machine learning, el deep learning y el data sience en el ámbito de los espacios comunicativos.	
	E10	<b>Promocionar y lanzar nuevos productos y servicios a partir de la extracción y el análisis de datos masivos de los medios de comunicación.</b>	
	E10.2	Extraer grandes masas de datos sobre todo de las redes sociales y los nuevos medios digitales.	
	<b>Generales</b>		
	G01	<b>Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.</b>	
	G01.01	Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.	

	G01.02	Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.		
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.		
	G01.04	Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.		
	G02	Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.		
	G02.01	Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.		
	G02.03	Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales económicos y medioambientales.		
	G03	Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.		
	G03.01	Explicar el código deontológico, explícito o implícito, del ámbito de conocimiento propio.		
	G03.02	Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.		
	G03.03	Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que pueden incluir las acciones o proyectos, a corto o medio plazo, en relación con determinadas personas o colectivos.		
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.		
	G04	Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.		
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.		
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.		
	Transversales			
	T01	Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.		
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.		
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.		
	T03	Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.		
	T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.		
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas
	Horas	200	32	368
	% presencialidad	100%	70%	0%
Metodologías docentes	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD9: Prácticas de laboratorio MD10: Estudio personal			
Actividades de evaluación				Peso Nota Final
	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 50%
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 10 y 30%
	AE3: Realización de prácticas			Entre 10 y 50%
	AE5: Prácticas de aula			Entre 0 y 30%
	AE 10: Carpeta del estudiante			Entre 0 y 20%
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 0 y 20%
	AE9: Asistencia y participación en clase			Entre 0 y 20%
Asignaturas que	Nombre de la asignatura	ECTS	Carácter	Idioma/s

componen la materia	<b>Introducción al Big Data</b>	6	OB	Catalán y Castellano
	<b>Escenarios y Usos de Big Data</b>	6	OB	Catalán y Castellano
	<b>Análisis y Visualización de Big Data</b>	6	OT	Catalán/Castellano/Inglés
	<b>Inteligencia Artificial en la Comunicación</b>	6	OT	Catalán/Castellano/Inglés
<b>Observaciones</b>	<p>El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes.</p> <p>a. Dos tipologías evaluativas b. Tres actividades evaluativas c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final</p> <p>En las guías docentes publicadas anualmente se informará del idioma de impartición de cada asignatura.</p>			

15. Estructura y transmisión de información				
ECTS:		6	Carácter	OB
Idioma/s:		Catalán y Castellano		
Org. Temporal		Semestral	Secuencia dentro del Plan	Tercer curso-Primer semestre
Descripción		La siguiente materia se centra en estructura de las redes, infraestructura básica para la transmisión de información <b>Estructura y transmisión de información:</b> Introducción a las redes de ordenadores, a la arquitectura de las redes, protocolos e Interconexión de redes. Esta asignatura abordará los principios y elementos fundamentales de Internet, estudiará las redes de área local y redes inalámbricas y la transmisión de la información. Tendrán cabida también los servicios Cloud y las redes virtuales. La seguridad en redes y aplicaciones específicas (trabajo colaborativo, videoconferencia, correo electrónico, acceso remoto, transferencia de ficheros, servicios en la nube, voz sobre IP), serán otros contenidos básicos.		
Competencias y Resultados de aprendizaje		Básicas		
		B02	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.	
		B02.14	Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito de la estructura y transmisión de información.	
		B02.23	Interpretar y discutir principales conceptos de la materia.	
		Específicas		
		E02	Identificar los aspectos específicos de los sistemas de información tanto desde el punto de vista conceptual como práctico.	
		E02.04	Diferenciar la infraestructura de internet.	
		E02.05	Planificar diferentes tipos de redes.	
		E02.06	Crear diferentes servicios en la nube.	
		E04	Reconocer y planificar la infraestructura tecnológica necesaria para la creación, el almacenamiento, el análisis y la distribución de productos multimedia interactivos y del internet social.	
		E04.14	Planificar interconexión de redes, de redes locales e inalámbricas.	
		E04.15	Planificar la interconexión de servicios Cloud y redes virtuales.	
		E04.16	Plantear las cuestiones de seguridad en la interconexión de redes y servicios.	
		E07	Aplicar e integrar los conocimientos de las ciencias sociales y humanidades y los provenientes de la ingeniería para generar productos y servicios complejos y a la medida de los ciudadanos y de sus necesidades.	
		E07.08	Diseñar redes usables, pensando en los usuarios finales, sus necesidades y sus capacidades.	
		Generales		

	G01	Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.			
	G01.02	Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.			
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.			
	G02	Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.			
	G02.03	Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.			
	G03	Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.			
	G03.01	Explicar el código deontológico, explícito o implícito, del ámbito de conocimiento propio.			
	G03.02	Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.			
	G03.03	Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que pueden incluir las acciones o proyectos, a corto o medio plazo, en relación con determinadas personas o colectivos.			
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.			
	Transversales				
	T01	Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.			
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.			
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.			
	T02	Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo.			
T03	Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.				
T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.				
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	50	8	92	
	% presencialidad	100%	70%	0%	
Metodologías docentes	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD9: Prácticas de laboratorio MD10: Estudio personal				
Actividades de evaluación				Peso Nota Final	
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 0 y 20%	
	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 50%	
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 10 y 30%	
	AE3: Realización de prácticas			Entre 10 y 50%	
	AE9: Asistencia y participación en clase			Entre 0 y 20%	
Asignaturas que componen la materia	Nombre de la asignatura		ECTS	Carácter	Idioma/s
	Estructura y Transmisión de Información		6	OB	Catalán y Castellano
Observaciones	El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías				

	<p>diferentes.</p> <p>a. Dos tipologías evaluativas</p> <p>b. Tres actividades evaluativas</p> <p>c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final</p>
--	--

16. Gestión de Datos				
ECTS:	18		Carácter	MX: OB+OT
Idioma/s:	Catalán / castellano / Inglés			
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan	Tercer curso- Segundo semestre. Cuarto curso.	
Descripción	<p>Esta materia troncal se centra en la gestión de proyectos complejos en las que participan un importante número de personas y oficios. También habrá asignaturas sobre planificación y creación de contenidos para la web y las redes digitales y la evaluación de su recepción por parte de los públicos.</p> <p><b>Gestión y presentación de proyectos:</b> Planeamiento, organización, motivación, y el control de los recursos económicos y humanos con el propósito de alcanzar uno o varios objetivos. Se plantearán técnicas y prácticas para hablar en público y la creación y estructura de discursos orales. Las etapas en la dirección y gestión y evaluación de proyectos serán claves.</p> <p><b>Análítica Digital:</b> Creación, edición y difusión de contenidos de contenidos digitales mediante la utilización de software de gestión de contenidos. Creación y edición de contenidos multimedia y diseño plantillas, así como administración de sistemas de gestión de contenidos. En esta asignatura se estudiarán los gestores de contenidos open source y desarrollos colaborativos. Publicación en plataformas sociales.</p> <p><b>Gestión de contenidos digitales:</b> Recolección de datos para la elaboración de informes a partir de datos de Internet con el fin de optimizar procesos. Se ahondará también en los sistemas de medición y recogida de datos y las herramientas de analítica web. O las métricas de analítica web. La analítica de social media y analítica Mobile tendrá un papel destacado, así como las estrategias de medición.</p>			
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas			
	B01	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.		
	B01.10	Interpretar los resultados de crear contenidos basados en el pensamiento científico.		
	B02	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.		
	B02.15	Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito de la analítica digital.		
	B02.24	Planificar y ejecutar trabajos académicos sobre la gestión de contenidos digitales.		
	B03	Que los estudiantes tengan capacidad de interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.		
	B03.03	Interpretar el big data de webs y las aplicaciones.		
	Específicas			
	E02	Identificar los aspectos específicos de los sistemas de información tanto desde el punto de vista conceptual como práctico.		
	E02.07	Crear y editar contenidos multimedia y diseño de plantillas.		
	E02.08	Identificar los sistemas de recogida de datos.		
	E02.09	Distinguir las herramientas de analítica web.		
	E02.10	Comprender y aplicar las métricas de analítica web.		
	E06	Planificar, aplicar, analizar y evaluar campañas de marketing digital en los medios		



		<b>sociales e implementar sistemas de automatización en la gestión.</b>		
	E06.01	Analizar informes de datos de internet y móviles.		
	E06.02	Crear estrategias de medición.		
	<b>Generales</b>			
	<b>G01</b>	<b>Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.</b>		
	G01.02	Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.		
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.		
	G01.04	Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.		
	G01.05	Proponer nuevas maneras de medir el éxito o el fracaso de la implementación de propuestas o ideas innovadoras.		
	<b>G02</b>	<b>Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.</b>		
	G02.01	Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.		
	G02.03	Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.		
	<b>G03</b>	<b>Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.</b>		
	G03.02	Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.		
	G03.03	Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que pueden incluir las acciones o proyectos, a corto o medio plazo, en relación con determinadas personas o colectivos.		
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.		
	<b>G04</b>	<b>Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.</b>		
	G04.02	Analizar las desigualdades por razón de sexo/género y los sesgos de género en el ámbito de conocimiento propio.		
	G04.03	Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.		
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.		
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.		
	<b>Transversales</b>			
	<b>T01</b>	<b>Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.</b>		
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.		
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.		
	<b>T03</b>	<b>Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.</b>		
	T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.		
<b>Actividades Formativas</b>		<b>Dirigidas</b>	<b>Supervisadas</b>	<b>Autónomas</b>
	<b>Horas</b>	<b>150</b>	<b>24</b>	<b>276</b>
	<b>% presencialidad</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>0%</b>
<b>Metodologías docentes</b>	MD1: Clases magistrales			
	MD4: Elaboración de trabajos/informes			
	MD5: Lectura de artículos/informes de interés			
	MD6: Presentación oral de trabajos			
	MD7: Tutorías			
	MD8: Seminarios			
	MD9: Prácticas de laboratorio			
MD10: Estudio personal				

<b>Actividades de evaluación</b>				<b>Peso Nota Final</b>
	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 50%
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 10 y 30%
	AE3: Realización de prácticas			Entre 10 y 50%
	AE5: Prácticas de aula			Entre 0 y 30%
	AE6: Asistencia a las actividades de tutoría			Entre 0 y 10%
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 10 y 30%
	AE9: Asistencia y participación en clase			Entre 0 y 20%
<b>Asignaturas que componen la materia</b>	<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>	<b>Idioma/s</b>
	<b>Gestión y presentación de proyectos</b>	6	OB	Catalán y Castellano
	<b>Análítica Digital</b>	6	OT	Catalán/Castellano/Inglés
	<b>Gestión de Contenidos Digitales</b>	6	OT	Catalán/Castellano/Inglés
<b>Observaciones</b>	<p>El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes.</p> <p>a. Dos tipologías evaluativas b. Tres actividades evaluativas c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final</p> <p>En las guías docentes publicadas anualmente se informará del idioma de impartición de cada asignatura.</p>			

17. Arquitectura de Entornos Virtuales				
ECTS:	36	Carácter	OT	
Idioma/s:	Catalán / castellano / Inglés			
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan		Cuarto
Descripción	<p>Esta materia se centra en la creación de objetos digitales y su posterior integración en una película, juego o como elemento de realidad aumentada. Hace referencia en los que comúnmente se han conocido como efectos especiales, en la generación de los entornos donde se podrán insertar objetos y personajes en el desarrollo de realidades virtuales y aumentadas. Creación de personajes desde los métodos manuales a los tridimensionales y generados por ordenador. Creación y diseño digital de personajes (modelado, rigging y texturización). Todo ello se concreta en 5 asignaturas.</p>			
	<p><b>Creación de objetos digitales:</b> modelado, escultura y render de objetos digitales, creación y manipulación de objetos 3D y Estructuras y herramientas del Modelado y Escultura.</p>			
	<p><b>Integración de objetos digitales:</b> 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. Finalmente, la Interacción y generación de contenidos.</p>			
	<p><b>Arte y Arquitectura de Mapas y Entornos Virtuales:</b> Diseño de geografías y arquitecturas para videojuegos y realidad virtual Diseño de escenarios exteriores. Creación de terrenos texturizados, cielo, vegetación, niebla y viento. La asignatura incidirá en también en la importación de modelos estáticos y animados. Iluminación de la escena, los tipos y parámetros de las luces y sombras. Los tipos y parámetros y los sistemas de partículas y lo videojuegos 3D con escenarios interiores tendrán un importante papel. También se abordarán las técnicas eficientes de visibilidad de mapas para mejorar el realismo: Diffuse map Specular map Normal map Albedo/Opacity map,</p>			
	<p><b>Fundamentos del modelado de personajes:</b> En esta asignatura se abordarán los aspectos de la anatomía humana, enseñando a los estudiantes cómo crear personajes con técnicas del modelado manual.</p>			
	<p><b>Modelado avanzado:</b> se abordará el desarrollo de mayas 3D y de animación, con especial dedicación también al desarrollo de expresiones faciales, la creación de criaturas y el diseño de texturas y detalles.</p>			

	<b>Realidad Aumentada y Virtual:</b> Concepción y diseño de proyectos de realidad aumentada y virtual: Elementos de realidad aumentada. Diseño de niveles y complejidad. Aplicaciones. Documento de proyectos, géneros de proyectos. Creación e proyectos de realidad virtual y aumentada.	
Competencias y Resultados de aprendizaje	<b>Básicas</b>	
	<b>B01</b>	<b>Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.</b>
	B01.11	Interpretar y discutir documentos de las principales teorías de los entornos virtuales.
	<b>B02</b>	<b>Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.</b>
	B02.16	Planificar y ejecutar proyectos académicos en el ámbito de la teoría de los entornos virtuales.
	B02.25	Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito de la realidad aumentada y virtual.
	<b>B04</b>	<b>Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</b>
	B04.01	Exponer por escrito y oralmente la síntesis de los análisis realizados.
	<b>B05</b>	<b>Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</b>
	B05.03	Dominar el manejo de los programas informáticos específicos.
	B05.06	Dominar las técnicas del modelado de personajes.
	<b>Específicas</b>	
	<b>E04</b>	<b>Reconocer y planificar la infraestructura tecnológica necesaria para la creación, el almacenamiento, el análisis y la distribución de productos multimedia interactivos y del internet social.</b>
	E04.17	Utilizar los espacios virtuales creados para utilizarlos como contexto de narraciones.
	<b>E07</b>	<b>Aplicar e integrar los conocimientos en ciencias sociales y humanidades y los provenientes de la ingeniería para generar productos y servicios complejos y a la medida de los ciudadanos y de sus necesidades.</b>
	E07.09	Diseñar objetos que combinen las normas estéticas con una perfecta funcionalidad técnica.
	E07.10	Combinar las capacidades técnicas y el dominio de softwares específicos con el gusto estético para crear productos de realidad aumentada.
	<b>E08</b>	<b>Reconocer, planificar, diseñar y crear interfaces usables, centrados en las necesidades de los usuarios, funcionales y estéticamente atractivas.</b>
	E08.03	Crear geografías o mapas que funcionen como interfaces y permiten al usuario interactuar con los juegos.
	<b>E09</b>	<b>Concebir, crear, animar e integrar espacios, personajes y objetos virtuales y de realidad aumentada.</b>
	E09.04	Identificar los aspectos específicos del diseño, creación, integración y animación de objetos digitales (2D y 3D) y herramientas específicas tanto desde el punto de vista conceptual como práctico.
	E09.05	Crear espacios virtuales a través de software adecuado y del uso de técnicas eficientes de visibilidad.
	E09.06	Crear personajes animados dotados de expresividad y valores estéticos de calidad.
	E09.07	Elaborar proyectos de realidad aumentada, integrando elementos digitales y del mundo real.
	<b>Generales</b>	
	<b>G01</b>	<b>Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.</b>
	G01.02	Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.

	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.		
	G01.04	Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.		
	G03	Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.		
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.		
	G04	Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.		
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.		
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.		
	Transversales			
	T01	Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.		
	T01.01	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.		
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.		
	T02	Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo.		
	T02.02	Formar parte de equipos de trabajo necesarios para realizar proyectos de producciones virtuales.		
	T03	Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.		
T03.01	Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.			
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas
	Horas	300	48	552
	% presencia lidad	100%	70%	0%
Metodologías docentes	MD1: Clases magistrales MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD8: Seminarios MD9: Prácticas de laboratorio MD10: Estudio personal			
Actividades de evaluación				Peso Nota Final
	AE8: Pruebas teóricas			Entre 10 y 50%
	AE1: Entrega de trabajos			Entre 10 y 30%
	AE3: Realización de prácticas			Entre 10 y 50%
	AE 10: Carpeta del estudiante			Entre 0 y 30%
	AE 5: Prácticas de aula			Entre 10 y 30%
	AE6: Asistencia a las actividades de tutoría			Entre 0 y 10%
	AE 11: Autoevaluación del estudiante			Entre 0 y 10%
	AE 12: Asistencias a conferencias y actividades complementarias			Entre 0,5 y 10%
	AE2: Presentación oral de trabajos			Entre 0 y 20%
	AE9: Asistencia y participación en clase			Entre 0 y 20%
Asignaturas que componen la materia	Nombre de la asignatura		ECTS	Carácter
	Creación de Objetos Digitales		6	OT
	Integración de Objetos Digitales		6	OT
	Arte y Arquitectura de Mapas y Entornos Virtuales		6	OT
	Fundamentos del modelado de		6	OT

	<b>personajes</b>			
	<b>Modelado avanzado</b>	6	OT	Catalán/Castellano/Inglés
	<b>Realidad Aumentada y Virtual</b>	6	OT	Catalán/Castellano/Inglés
<b>Observaciones</b>	<p>El criterio de evaluación exacto de cada una de las asignaturas que forman la materia se dará a conocer en las respectivas Guías Docentes de cada curso. La evaluación es continuada y comprenderá diversos tipos de pruebas evaluables siguiendo la normativa académica de la UAB. Cada asignatura tendrá, al menos, tres actividades evaluativas de dos tipologías diferentes.</p> <p>a. Dos tipologías evaluativas</p> <p>b. Tres actividades evaluativas</p> <p>c. Ninguna actividad evaluativa puede representar más del 50% de la calificación final</p> <p>En las guías docentes publicadas anualmente se informará del idioma de impartición de cada asignatura.</p>			

18. Prácticas Externas				
ECTS:	12		Carácter	OT
Idioma/s:	Catalán / castellano / Inglés			
Org. Temporal	Semestral	Secuencia dentro del Plan		Cuarto curso - Primer o segundo semestres
Descripción	Período de formación del estudiante en el que se integra en las rutinas productivas de una empresa, institución u organización de cualquier tipo en el campo de la actividad derivada de la comunicación corporativa de la misma.			
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas			
	B05	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.		
	B05.04	Aplicar las habilidades de aprendizaje en un entorno profesional donde deberán demostrar su autonomía para la resolución de problemas.		
	B05.07	Trabajar de forma autónoma y, a partir del conocimiento adquirido, resolver problemas y tomar decisiones adecuadas al puesto de trabajo que se ocupa.		
	Específicas			
	E02	Identificar los aspectos específicos de los sistemas de información, tanto desde el punto de vista conceptual como práctico.		
	E02.11	Implementar sistemas de información.		
	E04	Reconocer y planificar la infraestructura tecnológica necesaria para la creación, el almacenamiento, el análisis y la distribución de productos multimedia interactivos y del internet social.		
	E04.18	Demostrar una visión integral de las necesidades de la infraestructura tecnológica base de los sistemas de información que deberá utilizar en su práctica profesional.		
	E07	Aplicar e integrar los conocimientos en ciencias sociales y humanidades y los provenientes de la ingeniería para generar productos y servicios complejos y a la medida de los ciudadanos y de sus necesidades.		
	E07.11	Relacionar los conocimientos tecnológicos y los humanísticos y de ciencias sociales, para crear productos y servicios con una identidad profesional diferenciada.		
	E11	Promover proyectos profesionales y empresariales complejos e innovadores de nuevos medios y comunicarlos eficientemente.		
	E11.07	Concebir y crear proyectos con madurez argumentativa en el ámbito laboral donde realiza las prácticas.		
	Generales			
	G02	Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.		
	G02.03	Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.		
	G03	Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.		
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.		

	G04	Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.			
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.			
	G04.05	Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.			
	Transversales				
	T02	Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo.			
	T02.03	Adquirir capacidades de liderazgo e iniciativa y generar ideas creativas en su entorno de desarrollo profesional.			
	T02.04	Ser capaz de adaptarse a nuevas situaciones relacionadas con un entorno profesional nuevo para él.			
	T03	Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.			
	T03.03	Presentar la memoria de prácticas externas en el plazo previsto y con calidad manifiesta.			
	T03.05	Realizar las tareas encomendadas organizando el trabajo para cumplir con los plazos que se le exigen.			
	T04	Demostrar conciencia ética, y respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.			
	T04.03	Respetar a los compañeros de la organización donde hace las prácticas independientemente de su raza, ideología, género, etc.			
T04.05	Aplicar la deontología profesional a su trabajo.				
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	0	265	35	
	% presencialidad	100%	100%	0%	
Metodologías docentes	MD4: Elaboración de trabajos/informes MD7: Tutorías MD12: Realización de prácticas profesionales				
Actividades de evaluación				Peso Nota Final	
	Informe del tutor de la organización			Entre 10 y 60%	
	Memoria de las prácticas			Entre 10 y 30%	
	Supervisión del docente/tutor de la universidad			Entre 10 y 50%	
Asignaturas que componen la materia	Nombre de la asignatura		ECTS	Carácter	Idioma/s
	Prácticas externas		12	OT	Catalán/Castellano/Inglés
Observaciones	En las guías docentes publicadas anualmente se informará del idioma de impartición de cada asignatura.				

19. Trabajo de Fin de Grado				
ECTS:	12		Carácter	TFG / OB
Idioma/s:	Catalán / Castellano / Inglés			
Org. Temporal	Anual	Secuencia dentro del Plan		Cuarto Curso a lo largo de ambos semestres
Descripción	Desarrollo de un trabajo de investigación sobre algún tema relevante de la comunicación interactiva. Desarrollo de un trabajo de proyecto o teórico. En el caso de trabajo práctico consistirá en el desarrollo de una plataforma web, aplicación, videojuego, análisis de datos masivos o plan de gestión, marketing análisis o automatización de redes webs y redes sociales. El trabajo teórico podrá versar sobre cualesquiera de los aspectos relacionados con la comunicación interactiva.			
Competencias y Resultados de aprendizaje	Básicas			
	B02	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.		
	B02.17	Planificar y ejecutar el TFG en el ámbito científico de comunicación interactiva.		

	<b>B03</b>	<b>Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.</b>
	B03.04	Construir un pensamiento crítico y generar ideas originales sobre el contexto que le rodea.
	<b>B04</b>	<b>Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</b>
	B04.06	Exponer, defender y argumentar tanto oralmente como por escrito los diversos aspectos del área de conocimiento.
	B04.07	Ser capaz de exponer de forma oral y argumentada el TFG.
	<b>B05</b>	<b>Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</b>
	B05.05	Demstrar la compilación de los conocimientos adquiridos a lo largo del grado.
	<b>Específicas</b>	
	<b>E01</b>	<b>Diferenciar y aplicar las principales teoría, elaboraciones conceptuales y enfoques regulatorios de la comunicación interactiva.</b>
	E01.16	Aplicar los conocimientos adquiridos durante el grado en la elaboración del TFG.
	<b>E02</b>	<b>Identificar los aspectos específicos de los sistemas de información tanto desde el punto de vista conceptual como práctico.</b>
	E02.12	Aplicar los conocimientos sobre las bases de la infraestructura tecnológica que permite la creación almacenamiento, análisis y distribución de productos interactivos y aplicarla al trabajo fin de grado.
	<b>E05</b>	<b>Integrar conocimientos de diseño, lenguaje y técnica fotográfica y audiovisual para dar sentido a diferentes tipos de contenido.</b>
	E05.09	Utilizar el lenguaje específico de los nuevos medios que bebe de lenguajes audiovisual para aplicarlo a su trabajo de fin de grado.
	<b>E07</b>	<b>Aplicar e integrar los conocimientos en ciencias sociales y humanidades y los provenientes de la ingeniería para generar productos y servicios complejos y a la medida de los ciudadanos y sus necesidades.</b>
	E07.12	Integrar los conocimientos de las ciencias sociales y la ingeniería para elaborar un TFG de proyecto que incluya la creación de productos complejos y dotados de una visión integral técnica y social.
	<b>Generales</b>	
	<b>G01</b>	<b>Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.</b>
	G01.01	Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
	G01.02	Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.
	G01.03	Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.
	G01.04	Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.
	<b>G02</b>	<b>Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.</b>
	G02.01	Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.
	G02.02	Analizar los indicadores de sostenibilidad de las actividades académico-profesionales del ámbito integrando las dimensiones social, económica y medioambiental.
	G02.03	Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.
	<b>G03</b>	<b>Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.</b>
	G03.01	Explicar el código deontológico, explícito o implícito, del ámbito de conocimiento propio.
	G03.02	Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.
	G03.03	Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que pueden incluir las acciones o proyectos, a corto o medio plazo, en relación con



		determinadas personas o colectivos.			
	G03.04	Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.			
	G04	Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.			
	G04.01	Identificar las principales desigualdades y discriminaciones por razón de sexo/género presentes en la sociedad.			
	G04.02	Analizar las desigualdades por razón de sexo/género y los sesgos de género en el ámbito de conocimiento propio.			
	G04.03	Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.			
	G04.04	Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.			
	Transversales				
	T01	Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.			
	T01.02	Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos utilizados en la elaboración del TFG.			
	T01.03	Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.			
	T03	Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.			
	T03.04	Presentar el TFG en los plazos previstos y con calidad manifiesta.			
	T04	Demostrar conciencia ética, y respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.			
T04.04	Recoger todas las teorías sobre el tema principal tratado en el Trabajo de Fin de Grado.				
	T04.06	Utilizar la bibliografía adecuada.			
Actividades Formativas		Dirigidas	Supervisadas	Autónomas	
	Horas	0	20	280	
	% presencialidad	100%	70%	0%	
Metodologías docentes	MD4: Elaboración de trabajos/informes MD5: Lectura de artículos/informes de interés MD6: Presentación oral de trabajos MD7: Tutorías MD10: Estudio personal				
Actividades de evaluación				Peso Nota Final	
	Defensa oral			0-10%	
	Informe del tutor			10-50%	
	Informe del revisor			10-50%	
Asignaturas que componen la materia	Nombre de la asignatura		ECTS	Carácter	Idioma/s
	Trabajo de Fin de Grado		12	OB	Catalán / Castellano / Inglés
Observaciones	El TFG puede ser realizado individualmente si es un trabajo de investigación. Si se trata de un TFG de proyecto, es decir, la realización de un videojuego, aplicación, pieza de realidad aumentada, análisis de big data o diseño de interfaz, entre otros, se puede realizar en grupos de máximo tres personas previa aceptación del tutor.				

#### 5.4. Mecanismos de coordinación docente y supervisión

El Grado en Comunicación Interactiva se estructura, de acuerdo a las directrices de la UAB, en asignaturas semestrales o anuales, de 6 o 12 ECTS y repartidas en 4 cursos. Cada una de las asignaturas contará con un profesor coordinador de la misma que velará por la buena coordinación de actividades docentes y por una correcta y clara evaluación de los estudiantes. Todas las asignaturas tendrán la



información básica de sus temáticas y sistemas de evaluación consignada en las Guías Docentes que serán, a su vez, revisadas anualmente por la figura del Coordinador de la Titulación según establece la normativa académica de la UAB.

El Coordinador de Titulación velará porque cada una de las asignaturas funcione armónicamente y supervisará la aplicación correcta del programa de Guía Docente de cada una de ellas, con el apoyo del Equipo de Decanato.

El Grado se incorporará al sistema de encuestas a estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, con el fin de identificar los puntos fuertes y debilidades de la formación ofrecida. Al mismo tiempo, como mecanismo de evaluación interna, el Grado implementará la realización de un *focus group* con los estudiantes del grado para conocer de primera mano su opinión sobre el programa cursado.

Como programa de formación de la UAB, el Grado tiene la obligación de someterse a todos los procesos de control de calidad y supervisión que realiza la institución, a través de su Sistema de Garantía Interna de la Calidad (SGIC). En tal sentido, la coordinación de la titulación deberá elaborar el informe de seguimiento de acuerdo a la periodicidad que fije la Facultad para el programa concreto, en el que se analizarán los indicadores, los resultados de satisfacción de los colectivos y las reuniones de coordinación docente.

Cada uno de los informes es debatido y, en su caso, aprobado por la Comisión de Asuntos Académicos de la Facultad, instancia que eleva el informe para su aprobación a la Junta de Facultad, de acuerdo a los sistemas internos de calidad, aprobados y acreditados por la AQU para la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB.

A partir de los informes de seguimiento, el Grado deberá también someterse al proceso de acreditación respectivo, y deberá ajustarse a los calendarios de evaluación externa que definan tanto la Facultad, como la Universidad y la Agencia de Calidad Universitaria (AQU), a partir de las directrices de la Guía para la acreditación de las titulaciones oficiales de grado y de máster de AQU.

La Universidad recoge de forma centralizada todo un conjunto de indicadores de acceso/matriculación, profesorado, tasas y resultados académicos y su evolución, relevantes para la gestión, el seguimiento y la acreditación de las titulaciones. Estos indicadores son de acceso público, para cada una de las titulaciones, en el apartado general de la web de la universidad (ficha del Máster). Dentro del proceso de revisión del SGIC, a lo largo de los cursos académicos se ha ido ampliando el número de indicadores disponibles para poder analizar todos los aspectos relevantes.

Mediante la base de datos DATA, accesible vía la intranet de la UAB, también se publican otros indicadores complementarios, consultables por los equipos de dirección de los centros y por las coordinaciones de las titulaciones.

### **Estructura de gestión para la implementación y el seguimiento**

El proceso de implantación y seguimiento de la titulación de Grado es complejo y requiere un alto nivel de compromiso, pero la Facultad de Ciencias de la Comunicación goza de una amplia experiencia en la creación e implantación de titulaciones de licenciatura, licenciatura de segundo ciclo, grados, másteres y programas de doctorado, no en vano hace 47 años que la Facultad existe.

El órgano que asegura el funcionamiento de las titulaciones del Centro es la Comisión de Asuntos Académicos (artículo 16 Del Reglamento de la Facultad de Ciencias de la Comunicación).

#### Funciones:

La Comisión de Asuntos Académicos es la encargada de preparar, debatir y proponer cualquier asunto relacionado con la docencia, la ordenación académica y los estudios, y también de acordar o resolver las cuestiones que se establecen a continuación:

- a) Hacer el seguimiento, mejora y evaluación de las titulaciones en función del proceso de calidad que la Universidad o la Facultad disponga, de la docencia y de los programas de calidad y evaluación que la Universidad o la Facultad disponga, de acuerdo con el artículo 9 de este reglamento.
- b) De acuerdo con el marco establecido en el apartado anterior, elaborar un informe de la actividad académica y docente de cada uno de los semestres lectivos. Este informe se presenta en la sesión ordinaria siguiente de la Junta de Facultad.
- c) Coordinar el plan docente de cada una de las titulaciones del centro.
- d) Dinamizar las actividades que le propongan las comisiones de estudios.
- e) Aprobar, por delegación de la Junta, las actividades que propongan entidades o colectivos y que se tengan que incluir en la oferta general de la Facultad como créditos de libre elección, asignaturas campus o fórmulas análogas.

#### Composición:

- a) El decano o decana —o el vicedecano o vicedecana que este delegue—, que la preside.
- b) Los coordinadores de grado de las titulaciones oficiales impartidas al centro.
- c) Tantos miembros como departamentos adscritos administrativamente a la Facultad, cada uno designado por el director o directora de su departamento.
- d) Dos profesores del sector A, miembros de la Junta.
- e) Un profesor o profesora del Sector B, miembro de la Junta.
- f) Una representación de los estudiantes miembros de la Junta igual al número de profesores y proporcional entre las titulaciones oficiales del centro. Como mínimo, un representante de cada grado y uno de máster.
- g) Dos miembros del personal de administración y servicios, de entre los que forman parte de la Junta de Facultad.

Como mínimo uno de los tres miembros señalados en los apartados e y d tiene que pertenecer a alguna de las diferentes unidades y departamentos no adscritos con docencia a la Facultad. El secretario o secretaria de la Facultad —o la persona que este delegue— asiste con voz, pero sin voto a las reuniones de la Comisión y es el secretario. Todos los miembros de la Comisión tienen que tener como mínimo un suplente designado, que se elige en el mismo momento que el titular. Pueden asistir a las reuniones de la Comisión con voz, pero sin voto los vicedecanos, los coordinadores docentes y los jefes de servicio. Los coordinadores de máster son invitados técnicos a la Comisión de Asuntos Académicos. El responsable de la gestión académica de la Facultad será miembro invitado permanente con voz, pero sin voto. Cualquier miembro de la Facultad de Ciencias de la Comunicación puede pedir al presidente de esta Comisión ser invitado a las reuniones de la Comisión. Será el presidente quien atenderá la petición y decidirá. Los invitados tendrán voz, pero no voto.

Las comisiones de estudios se constituyen en el seno de la Comisión de Asuntos Académicos y hay una por cada titulación impartida a la Facultad. Estas comisiones, que son las encargadas de hacer el seguimiento de todos y cada uno de los temas que afecten la titulación correspondiente, están formadas por el coordinador de la titulación o estudio, por dos profesores y por tres estudiantes directamente implicados en la titulación o estudio, a propuesta de la Comisión de Asuntos Académicos.

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

El sistema de calificaciones que utiliza la UAB para todos sus estudios se ajusta y cumple las exigencias establecidas en el artículo 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el

sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional. La Normativa de reconocimiento y de transferencia de créditos de la UAB (aprobada por la Comisión de Asuntos Académicos, delegada del Consejo de Gobierno, el 15 de julio de 2008 y modificada por la misma Comisión, el 28 de julio de 2009, por el Consejo de Gobierno, el 26 de enero de 2011 y el 10 de mayo de 2016), hace referencia al sistema de calificaciones que utiliza la UAB y se incluye en el apartado 4.4 de esta memoria.

## **Derechos fundamentales, igualdad entre hombres y mujeres e igualdad de oportunidades y accesibilidad universal para personas con discapacidad.**

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

El Consejo de Gobierno de la UAB aprobó en su sesión del 17 de julio de 2013 el “Tercer plan de acción para la igualdad entre mujeres y hombres en la UAB. Cuadrienio 2013-2017”.

El tercer plan recoge las medidas de carácter permanente del plan anterior y las nuevas, las cuales se justifican por la experiencia adquirida en el diseño y aplicación del primer y el segundo plan de igualdad (2006-2008 y 2008-2012 respectivamente); el proceso participativo realizado con personal docente investigador, personal de administración y servicios y estudiantes; y la Ley Orgánica de igualdad y la de reforma de la LOU aprobadas el año 2007.

Los principios que rigen el tercer plan de acción son los siguientes:

- Universidad inclusiva y excelencia inclusiva
- Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres
- Interseccionalidad del género
- Investigación y docencia inclusivas
- Participación, género e igualdad

Todas las propuestas y políticas que se desgranar al plan, se engloban dentro de cuatro ejes:

1. La visibilización del sexismo y las desigualdades, la sensibilización y la creación de un estado de opinión,
2. la igualdad de condiciones en el acceso, la promoción y la organización del trabajo y el estudio,
3. la promoción de la perspectiva de género en la enseñanza y la investigación, y
4. la participación y representación igualitarias en la comunidad universitaria.

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

El **Servicio de atención a la discapacidad**, el **PIUNE**, iniciativa de la Fundació Autònoma Solidària y sin vinculación orgánica con la UAB, es el responsable del protocolo de atención a las necesidades educativas especiales del estudiante con discapacidad. La atención a los estudiantes con discapacidad se rige por los principios de corresponsabilidad, equidad, autonomía, igualdad de oportunidades e inclusión. La atención al estudiante con discapacidad sigue el Protocolo de atención a las necesidades educativas especiales del estudiante con discapacidad. El protocolo tiene como instrumento básico el Plan de actuación individual (PIA), donde se determinan las actuaciones que se realizarán para poder atender las necesidades del estudiante en los ámbitos académicos y pedagógicos, de movilidad y de acceso a la comunicación; los responsables de las actuaciones y los participantes, y un cronograma de ejecución.

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

#### **Alta en el servicio**

A partir de la petición del estudiante, se asigna al estudiante un técnico de referencia y se inicia el procedimiento de alta del servicio con la programación de una entrevista. El objetivo de la entrevista es obtener los datos personales del estudiante, de su discapacidad, un informe social y de salud y una primera valoración de las necesidades personales, sociales y académicas derivadas de su discapacidad. Durante la entrevista se informa al estudiante del carácter confidencial de la información que facilita y de que, según establece la LO 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de datos de carácter personal, los datos facilitados por el estudiante al PIUNE, en cualquier momento del proceso serán incorporados a un fichero de carácter personal que tiene como finalidad exclusiva mejorar la integración, adaptación, información, normalización, atención y apoyo a los estudiantes con discapacidad de la UAB. La entrega de estos datos es voluntaria por parte del interesado. El responsable del fichero es la Fundación Autónoma Solidaria. El interesado podrá ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición en la oficina del programa del PIUNE.

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

#### Valoración de necesidades

Basándose en el análisis de necesidades identificadas en el proceso de alta y previo acuerdo con el estudiante, éste es derivado a las diferentes unidades del servicio para determinar las actuaciones más adecuadas para atender esas necesidades. Si es necesario, y en función de la actuación, se consensua con el tutor académico del estudiante, y con las diferentes áreas y servicios que tendrán que participar en la ejecución de la actuación, la medida óptima propuesta, y en caso de no ser posible su implantación o de no serlo a corto plazo, se hace una propuesta alternativa.

#### Unidad pedagógica

Desde la unidad pedagógica se valoran las necesidades educativas del estudiante y se proponen las medidas para llevar a cabo. Algunas de estas medidas son:

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

#### Unidad de movilidad

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

- Uso del transporte adaptado dentro del campus.
- Orientación a los estudiantes ciegos o con deficiencia visual en su trayecto usual durante la jornada académica dentro del campus.
- Identificación de puntos con accesibilidad o practicabilidad no óptimas a causa de la discapacidad o del medio de transporte utilizado por el estudiante en su trayecto habitual

durante la jornada académica en el campus, y propuesta de solución: modificación de rampas que, según la legislación vigente, no sean practicables; introducción de puertas con abertura automática.

- Identificación de puntos críticos que puedan representar un peligro para la seguridad de los estudiantes con dificultades de movilidad o discapacidad visual, y propuesta de solución: cambio de color de elementos arquitectónicos; barandas de seguridad.
- Adaptaciones de baños: introducción de grúas.
- Descripción de las características de las aulas, lo que puede llevar a cambios de aulas por aquellas que mejor se adapten a las necesidades del estudiante con discapacidad.
- Adaptación del mobiliario del aula.

#### Unidad tecnológica

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

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

#### Definición del Plan de actuación individual

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

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

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

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

#### **Ejecución del Plan de actuación individual**

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

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

De acuerdo con la programación del PIA, se realizan las sesiones de seguimiento con el estudiante, y si procede, con el tutor académico, el profesorado y los responsables de las diferentes áreas y servicios de la UAB. Las sesiones de seguimiento son dirigidas por el técnico de referencia. Del seguimiento del PIA se puede derivar la introducción de nuevas medidas o la modificación de las medidas propuestas en el PIA original.

## Calidad

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

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

## **5.5. Acciones de movilidad**

### **Programas de movilidad**

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

- Programa Erasmus+
- Programa propio de intercambio de la UAB

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

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

**Unidad de Gestión Erasmus+.** Incluye la gestión de las acciones de movilidad definidas en el programa Erasmus+. Implica la gestión de la movilidad de estudiantes, de personal académico y de PAS.

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

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

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

Cada centro cuenta con un coordinador de intercambio, que es nombrado por el rector a propuesta del decano o director de centro. Y en el ámbito de gestión, son las gestiones académicas de los diferentes centros quienes realizan los trámites. El coordinador de intercambio es el representante institucional y el interlocutor con otros centros y facultades (nacionales e internacionales) con respecto a las relaciones de su centro.

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

La gestión de la movilidad de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB está establecida en el proceso PC6 Gestión de la movilidad de los estudiantes del SGIC de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Este procedimiento implica todas las enseñanzas que se imparten en la Facultad y que incluyen en sus programas actividades de movilidad e intercambio, así como todos los estudiantes, tanto de la UAB como externos, que participen.

La definición de la normativa de los programas de intercambio propios de la Facultad es responsabilidad del equipo de decanato. Las propuestas de normativa, después de la revisión y el debate a la Comisión de Asuntos Académicos se aprueban en la Junta de Facultad.

El desarrollo de la normativa está íntimamente relacionado con la definición de la política de movilidad de los estudiantes, que forma parte del Plan director de la Universidad y, como tal, la define el Equipo de Gobierno y lo aprueba el Consejo de Gobierno.

Los programas de movilidad e intercambio se regulan mediante la firma de convenios de movilidad, los cuales se rigen por la normativa correspondiente. El centro puede tramitar convenios bilaterales

*Erasmus+* directamente con las universidades *partners*, o presentar una propuesta de convenio en el Área de Relaciones Internacionales para el UAB Exchange *Programme* y programa SICUE. Como una universidad con un componente muy alto de intercambios anuales, los estudiantes del Grado pueden acogerse a los programas de movilidad *Erasmus+*, SICUE y UAB Exchange *Programme* que tienen una oferta anual de movilidad, y a la cual pueden optar todos los admitidos al programa curricular.

Además, el programa *Erasmus+* y UAB Exchange *programme* permite al estudiante del Grado realizar la práctica profesional en otro país estableciendo un convenio específico con una empresa extranjera. Las posibilidades no se desligan de los diferentes programas de movilidad que tiene la UAB de carácter general y que abren posibilidades de intercambio a los estudiantes.

Número de convenios de movilidad: 67

Relación de universidades con convenio: (ver documentación adjunta)

## PROGRAMA SICUE

### Comunicación Audiovisual

ESTUDIOS	CODI UNIV	UNIVERSITAT DE DESTINÓ	Plazas	Meses
CA	E MADRID03	<a href="#">Universidad Complutense de Madrid</a>	1	9
CA	E MADRID26	<a href="#">Universidad Rey Juan Carlos</a>	1	9
CA	E VALENCI01	<a href="#">Universitat de València</a>	1	9

### Periodismo

ESTUDIOS	CODI UNIV	UNIVERSITAT DE DESTINÓ	Plazas	Meses
PE	E BILBAO01	<a href="#">Universidad del País Vasco</a> (Campus Bizkaia)	2	9
PE	E MADRID03	<a href="#">Universidad Complutense de Madrid</a>	1	9
PE	E MADRID26	<a href="#">Universidad Rey Juan Carlos</a>	1	9
PE	E MALAGA01	Universidad de Málaga	2	5
PE	E PAMPLON01	<a href="#">Universidad de Navarra</a>	1	9
PE	E SANTIAGO01	<a href="#">Universidad de Santiago de Compostela</a>	2	9
PE	E SEVILLA01	<a href="#">Universidad de Sevilla</a>	1	9
PE	E TENERIF01	<a href="#">Universidad de La Laguna</a>	2	5

### Publicidad y RRPP

ESTUDIOS	CODI UNIV	UNIVERSITAT DE DESTINÓ	Plazas	Meses
PU	E MALAGA01	<a href="#">Universidad de Málaga</a>	2	5
PU	E PAMPLON01	<a href="#">Universidad de Navarra</a>	1	9

Número de plazas disponibles para cada una de ellas: (ver documentación adjunta en ANEXO)

Para ello, la Coordinación del Grado, en conjunto con la Oficina de Intercambios de la Facultad, enviará a los estudiantes admitidos el listado de opciones de movilidad académica relacionadas con el programa de Grado y el procedimiento a seguir en caso de que estén interesados en los programas de movilidad que tiene la Universidad.

La organización de los programas de movilidad e intercambio es responsabilidad del área de Relaciones Internacionales que elabora y difunde el material de información sobre los programas de movilidad e intercambio dirigidos a los estudiantes con el apoyo de la *International Welcome Point*. Es tarea del coordinador/a de intercambios, informar a los estudiantes sobre los convenios de intercambios previstos, establecer los acuerdos académicos con las universidades participantes, realizar la selección de las solicitudes recibidas en base a los criterios y normativa establecida y tutorizar y ayudar a los estudiantes en las cuestiones académicas y de aprendizaje. La Gestión Académica del Centro, a través de la unidad de apoyo actualiza los expedientes académicos, formalizan las matrículas, emiten los certificados acreditativos y gestionan los convenios.

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

Previamente a cualquier acción de movilidad debe haber un contrato, compromiso o convenio establecido entre las universidades implicadas, donde queden recogidos los aspectos concretos de la colaboración entre ellas y las condiciones de la movilidad. Todo estudiante que se desplaza a través de cualquiera de los programas de movilidad establecidos, lo hace amparado en el convenio firmado, en el que se prevén tanto sus obligaciones como estudiante como sus derechos y los compromisos que adquieren las instituciones participantes.

Cuando el estudiante conozca la universidad de destino de su programa de movilidad, con el asesoramiento del Coordinador de Intercambio del centro, estudiará la oferta académica de la universidad de destino. Antes del inicio del programa de movilidad debe definir su “Learning Agreement”, donde consten las asignaturas a cursar en la universidad de destino y su equivalencia con las asignaturas de la UAB, para garantizar la transferencia de créditos de las asignaturas cursadas. Una vez en la universidad de destino y después de que el estudiante haya formalizado su matrícula, se procederá a la revisión del “Learning agreement” para incorporar, si fuera necesario, alguna modificación.

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

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

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



## 6. PERSONAL ACADÉMICO Y DE SOPORTE

### Justificación de la plantilla de profesorado y disponibilidad en el Plan de actividad docente (PAD / POA):

La implantación de este nuevo grado implica un rebalanceo de la carga docente del profesorado de la Facultad, pero no requiere de nuevos recursos ya que la propuesta va unida a la reducción de uno de los grupos del grado de Periodismo y por lo tanto utiliza el mismo cuerpo de profesores y el mismo número de recursos docentes al ser un grado con una oferta de 60 plazas.

#### 6.1. Personal académico

El Grado en Comunicación Interactiva cuenta con un cuerpo de profesores con una trayectoria académica relevante y que ha sido acreditado en diversas ocasiones por los procesos de evaluación externa a los que se han sometido sus programas académicos, es decir, la acreditación de los Grados y los Másteres mencionados anteriormente. En concreto, los informes externos que evaluaron la oferta formativa de la Facultad la correcta adecuación del profesorado en a los programas formativos evaluados. Los informes destacaban las calificaciones y reconocimientos externos de los docentes; su experiencia y dedicación para desarrollar una formación de calidad; la satisfacción de los estudiantes respecto a la docencia; la implicación de los docentes en proyectos de investigación, y el apoyo institucional para el desarrollo de la función docente.

La UAB cuenta con varios departamentos que aportan la experiencia docente e investigadora adecuada para impartir el grado propuesto. El Grado será impartido por profesores de los cuatro departamentos propios de la Facultad, que son los Departamentos siguientes:

- Periodismo y Ciencias de la Comunicación
- Comunicación Audiovisual y Publicidad
- Medios, Comunicación y Cultura
- Publicidad Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual.

Además, tres de los departamentos involucrados en el Grado pertenecen a la Escuela de Ingeniería, centran su ámbito de trabajo en las tecnologías TIC y tendrán una presencia esencial en las materias optativas de perfil tecnológico que conforman el grado e impartirán 42 créditos obligatorios y de formación básica. Son los departamentos de Ciencias de la Computación (CC), departamento de Ingeniería de la Información y la Comunicación (EIC) y departamento de Arquitectura de Computadores y Sistemas Operativos (ACSO). Todos estos departamentos cuentan con diversos grupos de investigación expertos en diversas líneas de trabajo que cubren las materias incluidas en el grado del ámbito TIC y que se mencionan a continuación:

- **Grupos de investigación del departamento de Ciencias de la Computación:**
  - Interactive Augmented Modelling. Grupo SGR 2014 SGR 1470
  - Research Lab on Image Sequence Evaluation (ISE Lab). Grupo SGR 2014 SGR 159.
  - Grup d'Anàlisi i Reconeixement d'Imatges de Documents (DAG-CVC). Grupo SGR: AGAUR 2014 - SGR - 1436
  - Color in Context group (CVC)
- **Grupos del departamento de Ingeniería de la Información y la Comunicación, incluidos en el Grupo SGR nº 2014SGR-691:**
  - Combinatorics, Coding and Security Group (CCSG). SGR nº 2014SGR-691
  - Group on Interactive Coding of Images (GICI). SGR nº 2014SGR-691

- Security of Networks and Distributed Applications (SeNDA). SGR nº 2014SGR-691
- **Grupos del departamento de ACSO:**
- Computación de altas prestaciones para aplicaciones eficientes y simulación. Grupo SGR 2014SGR1562.
- Aplicaciones de la computación de altas prestaciones a la ciencia y la ingeniería –Grupo SGR 2014SGR0576.

También habrá docentes de otros Departamentos que impartirán un total de 24 ECTS y que están adscritos a otras Facultades, como pueden ser:

- Filología Catalana (Facultad de Filosofía y Letras, 6 ECTS)
- Filología Española (Facultad de Filosofía y Letras, 6 ECTS)
- Ciencia Política y Derecho Público (Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, 6 ECTS)

Los profesores de los cuatro departamentos propios están inscritos en alguno de los grupos de investigación consolidados SGR o propios mencionado en el punto 2 de la memoria. Como se desprende de los cuadros siguientes, la lista de profesores del Grado cuenta con profesorado acreditado y con amplia experiencia docente. También hay que destacar que la implantación de este nuevo Grado implica una reducción en la entrada de estudiantes del Grado de Periodismo, que vería reducida su capacidad de tres a dos grupos. Eso significa que es posible que haya algún docente asociado actual, que no sea contratado o tenga contratos de menos horas, y que sean contratados nuevos docentes asociados con un perfil de expertos en tecnología para impartir alguna asignatura. Esta posibilidad no puede verse reflejada aun en la memoria con nombres y apellidos y cargos actuales concretos.

#### Resumen personal académico UAB

Categoría Académica			Doctores		Número acreditados	Créditos impartidos
Categoría	Núm	%	Núm	%		
Catedráticos	1	2	1	100	-	6
Titulares	20	46	20	100	-	100
Agregados	8	19	8	100	8	70
Lectores	0	0	0	0		0
Asociados	14	33	7	50	2	70
Otros	0	0	0	0		0
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>100</b>	<b>36</b>	<b>83,72</b>		<b>246</b>

#### Departamento: COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

	Titulación	Categoría	Acreditación*	Área de conocimiento	Experiencia docente	Créditos Impartidos* *
1	Doctora en Comunicación	Asociada	SÍ	Comunicación Audiovisual y Publicidad	10 años	6
2	Licenciada en Ciencias de la Información	Asociada	NO	Comunicación Audiovisual y Publicidad	Más de 20 años	3
3	Doctor en Contenidos de Comunicación en la Era	Asociado	SI	Comunicación Audiovisual y Publicidad	9 años	6

	Digital					
4	Doctora en Comunicación Audiovisual	Titular	-	Comunicación Audiovisual y Publicidad	Más de 25 años	6
5	Doctor en Comunicación Audiovisual	Titular	-	Comunicación Audiovisual y Publicidad	Más de 15 años	6
6	Doctor en Comunicación Audiovisual	Titular	-	Comunicación Audiovisual y Publicidad	25 años	6
7	Doctor en Comunicación Audiovisual	Asociado	SI	Comunicación Audiovisual y Publicidad	Más de 25 años	6
8	Licenciado en Comunicación Audiovisual	Asociado	NO	Comunicación Audiovisual y Publicidad	8 años	6
9	Doctor en Comunicación Audiovisual	Titular	-	Comunicación Audiovisual y Publicidad	Más de 20 años	6
10	Licenciada en Comunicación Audiovisual	Asociada	NO	Comunicación Audiovisual y Publicidad	Más de 10 años	3
11	Doctora en Comunicación Audiovisual	Titular	-	Comunicación Audiovisual y Publicidad	Más de 20 años	6
12	Doctor en Comunicación Audiovisual	Titular	-	Comunicación Audiovisual y Publicidad	Más de 25 años	6
						<b>66</b>

\* Indicar para personal académico con contrato laboral con la UAB. En el caso de centros adscritos indicar para todas las categorías.

\*\* Solo se consideran los créditos de formación académica, excluyendo los correspondientes a las prácticas y al Trabajo de Fin de Grado.

#### Departamento: MEDIOS, COMUNICACIÓN Y CULTURA

	Titulación	Categoría	Acreditación*	Área de conocimiento	Experiencia docente	Créditos Impartidos* *
1	Doctora en Ciencias de la Información	Titular	-	Periodismo	15 años	6
2	Doctora en Mitjans, Comunicació i Cultura	Asociado	SI	Periodismo	5 años	6
3	Master en Medios, Comunicación y Cultura	Asociado	NO	Periodismo	2 años	3
4	Doctor en Ciencias de la Comunicación	Titular	-	Periodismo	25 años	6
5	Máster en Dirección de comunicación	Asociado	NO	Periodismo	2 años	3
6	Doctorada en Comunicación y Periodismo	Asociado	SI	Periodismo	2 años	6
7	Master Comunicación Digital Interactiva	Asociado	NO	Periodismo	5 años	3
8	Doctor en Ciencias de la Comunicación	Titular	-	Periodismo	Más de 20 años	6
						<b>39</b>

**Departamento: PERIODISMO Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

	Titulación	Categoría	Acreditación*	Área de conocimiento	Experiencia docente	Créditos Impartidos**
1	Doctor en Ciencias de la Comunicación	Catedrático	-	Periodismo	Más de 20 años de experiencia docente	6
2	Doctor en Ciencias de la Información	Agregado Interino	Sí	Periodismo	Más de 17 años de experiencia docente	6
3	Doctor en Ciencias de la Comunicación	Titular Interino	Sí	Periodismo	Más de 15 años de experiencia docente	6
4	Doctor en Ciencias de la Comunicación	Agregado Interino	Sí	Periodismo	Más de 10 años de experiencia docente	6
5	Doctor en ciencias sociales y en ciencias de la comunicación	Agregado	Sí	Periodismo	Más de 25 años de experiencia docente	6
						<b>30</b>

**Departamento: PUBLICIDAD, RELACIONES PUBLICAS Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

	Titulación	Categoría	Acreditación*	Área de conocimiento	Experiencia docente	Créditos Impartidos*
1	Doctor en Ciencias de la Información	Titular	.	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Locución Audiovisual	Más de 35 años	6
2	Doctor en Ciencias de la Información	Titular	-	Comunicación Audiovisual y Publicidad Comunicación sonora Lenguaje radiofónico	Más de 30 años	6
3	Doctor en Ciencias de la Información	Titular	-	Comunicación Audiovisual y Publicidad Creatividad publicitaria Creatividad audiovisual Lenguajes comunicativos escritos y audiovisuales	Más de 25 años	6
4	Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad	Asociado	Sí	Comunicación Audiovisual y Publicidad. Creatividad en publicidad y RR.PP. Redacción del mensaje publicitario. Planificación estratégica en publicidad y RR.PP.	Más de 20 años	6
						<b>24</b>

En cuanto a los Departamentos externos a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, su participación en la impartición de la docencia en el grado será la siguiente:

**Departamento: FILOLOGÍA CATALANA**

	Titulación	Categoría	Acreditación*	Área de conocimiento	Experiencia docente	Créditos Impartidos*
1	Doctor en Filología Catalana (Filosofía y Letras)	Agregado	Sí	Lengua catalana	Más de 20 años	6
2	Doctora en Historia Contemporánea	Titular	-	Biblioteconomía y Documentación	Más de 20 años	3
3	Doctora en Ciencias de la Comunicación	Titular	-	Biblioteconomía y Documentación	Más de 20 años	3
						<b>12</b>

**Departamento: FILOLOGÍA ESPAÑOLA**

	Titulación	Categoría	Acreditación*	Área de conocimiento	Experiencia docente	Créditos Impartidos*
1	Doctora en Filología Española (Filosofía y Letras)	Agregada	Sí	Lengua española	Más de 20 años	<b>6</b>

**Departamento: CIENCIA POLÍTICA Y DERECHO PÚBLICO**

	Titulación	Categoría	Acreditación*	Área de conocimiento	Experiencia docente	Créditos Impartidos*
1	Doctor en Derecho	Asociado	NO	Derecho Público	4 años	<b>6</b>

**Departamento: INGENIERIA DE LA INFORMACION Y LAS COMUNICACIONES**

	Titulación	Categoría	Acreditación*	Área de conocimiento	Experiencia docente	Créditos Impartidos*
1	Doctor en Informática	TU	■	Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial Redes de ordenadores	Más de 20 años	9
2	Doctor en Informática	Agregado	si	Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial Criptografía y seguridad en análisis de datos	Más de 20 años	6
3	Doctor en Informática	Agregado	si	Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial Compresión de datos	Más de 15 años	6
						<b>21</b>

### Departamento: CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN

	Titulación	Categoría	Acreditación*	Área de conocimiento	Experiencia docente	Créditos Impartidos* *
1	Doctor en Informática	TU	-	Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial	Más de 25 años	9
2	Doctor en Informática	Agregado	si	Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial	Más de 20 años	6
3	Doctor en Informática	Asociado	-	Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial	2 años	6
						<b>21</b>

### Departamento: ARQUITECTURA DE COMPUTADORES Y SISTEMAS OPERATIVOS (MAS)

	Titulación	Categoría	Acreditación*	Área de conocimiento	Experiencia docente	Créditos Impartidos* *
1	Doctor en Informática	TU	-	Arquitectura y Tecnología de Computadores de Procesamiento de Altas Prestaciones	Más de 20 años	9
2	Doctor en Informática	TU	-	Arquitectura y Tecnología de Computadores de Procesamiento de Altas Prestaciones	Más de 20 años	6
3	Doctor en Informática	TU	-	Arquitectura y Tecnología de Computadores de Procesamiento de Altas Prestaciones	Más de 20 años	6
						<b>21</b>

### Experiencia investigadora:

La experiencia investigadora de los docentes que intervendrán en el Grado se refleja en las distintas tablas adjuntas.

### Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y RRPP

Autor o autores	Tipo de publicación	Título de la publicación	Año	Editorial o Revista
Valero, JL	Artículo	"El uso de la infografía en entornos educativos y de aprendizaje"	2017	<i>Design para acessibilidade e inclusão.</i>
Valero, JL	Artículo	Visualização de dados	. 2017	<i>Imagem e conhecimento que relação é essa, afinal?</i>
Valero, JL. Prólogo de Lapolli, M y Vancin, T.	Libro	<i>Infografia na era da cultura visual.</i>	2016	Pandion (Brasil)
Valero JL, Català J, Marín Ochoa BE	Artículo	"Aproximación a una taxonomía de la	2014	<i>Revista Latina de Comunicación Social,</i>

		visualización de datos”.		
Valero, JL	Artículo	La visualización de datos. ,	. 2014	<i>Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación</i>
Valero, JL	Libro	<i>Infografía digital. La visualización sintética.</i>	2012	Bosch
Valero, JL.	Artículo	La síntesis infodigital: El cambio en la comunicación local	2012	<i>Zer. Revista de Estudios de Comunicación</i>
Hernández-González, S., Andreu-Sánchez, C., Martín-Pascual, M.A., Gruart, A. and Delgado-García, J.M	Artículo	‘A cognition-related neural oscillation pattern, generated in the prelimbic cortex, can control operant learning in rats’.	2017	Journal of Neuroscience
Andreu-Sánchez, C., Martín-Pascual, M.A., Gruart, A., and Delgado-García, J.M.	Artículo	‘Looking at reality versus watching at screens: Media professionalization effects on the spontaneous eyeblink rate’.	2017	PLoS ONE
- Andreu-Sánchez, C., Martín-Pascual, M.A., Gruart, A., and Delgado-García, J.M	Artículo	‘Eyeblink rate watching classical Hollywood and post-classical MTV editing styles, in media and non-media professionals’	2017	.Scientific Reports
Andreu-Sánchez, C. and Martín-Pascual, M.A	Capítulo de Libro	‘Selling the Brain: Representation of Neuroscience in Advertising’. In Grabowski, M.	2015	Neuroscience and Media. New Understandings and Representations. <b>Routledge</b>
Andreu-Sánchez, C., Contreras-Gracia, A. and Martín-Pascual, M.A.	Artículo	‘Situación del neuromarketing en España’.	2014	El profesional de la información,
Niqui, Jacint	Libro	“Los primeros 20 años de contenidos audiovisuales en Internet. 1000 obras y webs””,	2014	UOC
Niqui, Jacint	Capítulo de Libro	“La ràdio en temps adversos en Historia del periodismo a Catalunya	2016	Sàpiens
Niqui, Jacint; SEgarra, Luís	Capítulo de Libro	Mapa de la radiodifusió analògica i digital a Catalunya en “Informe sobre la Ràdio a Catalunya.2012-2014	2016	Servei de Publicacions de la UAB
Emilio Fernández Peña (Editor)	Libro	<i>Social Media in the Global Sport: Strategies and Practice.</i>	2019	Routledge
Emilio Fernández Peña, Natividad Ramajo y José Gila	Capítulo de Libro	"Olympic Education in Spain as a Multi-facet Enterprise" en Roland Naul et al. (Edit). <i>Olympic Education: An international overview</i> . London:	2017	Routledge
Emilio Fernández Peña	Libro	<i>Juegos Olímpicos, Televisión y Redes Sociales.:</i>	2016	UOC Press
Emilio Fernández Peña y Natividad Ramajo	Artículo	"La Comunicación en el deporte global: Los medios y los Juegos Olímpicos de verano (1894-2012)"	2014	<i>Historia y Comunicación Social</i>
Emilio Fernández Peña y Natividad Ramajo y María Arauz	Capítulo de Libro	"Social Media in the Olympic Games: Actors, Management and Participation" en Andrew Billings (Ed). <i>Routledge Handbook of Sport and New Media.</i>	2014	Routledge
Delgado, M.; Prado, E. y Navarro, C	Artículo	“Ficción televisiva en Europa (EU5): origen, circulación de productos y puesta en parrilla	2017	<i>El Profesional de la Información</i>
Delgado, M. , Monclús, B. y Guerrero, S.	Artículo	“Reality TV as an experimental laboratory for new forms to integrate advertising within general DTT channels in Spain”,	2016	<i>Quaderns del CAC</i>
Delgado, M.; Ferrer, I.;	Capítulo Libro	“Tácticas corporativas de autopromoción en	2014	Fragua

Monclús, B. y Plana, G.		los grupos televisivos españoles", Liberal, S. y Fernández, P. (coord.), <i>Últimos estudios sobre Publicidad. De 'Las Meninas' a los tuits</i> , Madrid:		
Delgado, M. and Prado, E.	Capítulo Libro	"Outside the box: la televisión más deseada", León, B. (coord.), <i>La televisión ante el desafío de internet</i> ,	2012	Comunicación Social

### Departamento de Medios, Comunicación y Cultura. Publicaciones.

Autor/ Autores	Tipo de publicación	Título de la publicación	Año	Editorial o Revista
Fernández, Isabel	Libro	Austeridad y clientelismo. Política audiovisual en España en el contexto mediterráneo y de la crisis financiera.	2017	Gedisa
Fernández, Isabel; Corominas, Maria	Libro	Industrias de la comunicación y la cultura en España y Cataluña	2015	Univ. Ramon Llull
Fernández, Isabel	Capítulo de libro	Regulación y control sobre contenidos audiovisuales en España	2017	Aranzadi
Fernández, Isabel; Espín, Marc	Capítulo de libro	Informe de la comunicació Catalunya 2015-2016	2017	Generalitat de Catalunya
Fernández, Isabel	Capítulo de libro	Comunicación de proximidad: Cada vez más lejos. Marco, experiencias y regulación	2015	Univ. País Vasco
Fernández, Isabel	Capítulo de libro	Informe de la comunicació Catalunya 2013-2014	2015	Generalitat de Catalunya
Fernández, Isabel; Espín, Marc	Capítulo de libro	The Spanish regional Public broadcasting system at a crossroads: crisis or dismantlement?	2014	Austrian Public Broadcasting Corporation
Fernández, Isabel; Gutiérrez, Eladio; Espín, Marc	Artículo	Impact of the digital dividend release on regional digital terrestrial television in Spain: the cases of Andalusia, Catalonia, the Balearic Islands and Navarre	2016	Communication & Society
Fernández, Isabel	Artículo	Independent Audiovisual Regulators in Spain: A Unique case in Europe	2016	Internacional Journal of Communication
Fernández, Isabel: Humanes, Ma. Luisa	Artículo	Pluralismo informativo y medios públicos. La involución de TVE en el contexto del cambio político (2012-2013)	2015	Revista Latina de Comunicación Social
Fernández, Isabel; Guimerà, Josep Àngel	Artículo	Redes de sindicación de contenidos y dinamización de la televisión local. El caso de Cataluña (1998-2011)	2014	Telos
Fernández, Isabel; Blasco, José Joaquín	Artículo	Press Subsidy Policies in Spain in the Context of Financial Crisis (2008-2012). An analysis of the Catalan Case.	2014	European Journal of Communication
Fernández, Isabel; Díaz-González, Ma. Jesús	Artículo	Pluralism in crisis: Transformation of the Spanish DTT market in the context of the recession	2013	Internacional Journal of Digital Television
Martori, Aida	Tesis doctoral	Televisió pública de proximitat a Catalunya. La relació amb TV3 i els intercanvis de contingut informatiu.	2017	<a href="http://www.cac.cat">www.cac.cat</a>
Martori, Aida; Manías-Muñoz, M.	Artículo	BBC Alba: servicio público y representación gaélica en Escocia.	2017	Historia y Comunicación Social



Martori, Aida; Guimèrra, J.A.; Monedero, C.d.R.	Artículo	Digitalización, crisis económica y televisión local pública en España. Los casos de Andalucía y Cataluña (2010-2015)	2017	Revista Latina de Comunicación Social
Martori, Aida; Galindó, R.; Vilalta, M.	Artículo	La cooperació intermunicipal en la prestació del servei públic audiovisual a Catalunya	2017	<a href="http://www.cac.cat">www.cac.cat</a>
Martori, Aida; Galindó, R.; Vilalta, M.		Les formes jurídiques de cooperació en la gestió del servei públic municipal de ràdio i televisió	2017	Quaderns del CAC
Martori, Aida	Artículo científico	Televisión de proximidad en naciones sin Estado. Comparación del caso catalán y escocés.	2016	AdComunica
Martori, Aida	Artículo científico	La descentralització informativa del model de televisió escocés.	2015	Quaderns del CAC
Martori, Aida	Artículo científico	Televisió pública als Estats Units: la PBS com a alternativa a les cadenes comercials	2015	Comunicació
Ramon, Ezequiel	Poster	Red Encuentros BCN16	2016	Univ. de Barcelona
Ramon, Ezequiel	Aportación	Congreso Internacional Comunicación, Sociedad Civil y Cambio Social		Univ. Jaume I (Castellón)

### Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación.

Autor o autores	Tipo de publicación	Título de la publicación	Año	Editorial o Revista
Amparo Moreno Sardà, P Molina Rodríguez-Navas, N Simelio Solà	Artículo	CiudadaniaPlural.com: de las Humanidades Digitales al Humanismo Plural	2017	Revista Latina de Comunicación Social
Amparo Moreno Sardà, P Molina Rodríguez-Navas, N Simelio Solà	Artículo	El impacto de la legislación sobre transparencia en la información publicada por las administraciones locales	2017	El profesional de la información
Perceval, José María	Libro	El terror y el terrorismo. Cómo ha gestionado la humanidad sus miedos	2017	Cátedra
Perceval, José María	Capítulo de libro	Êtres de la nuit. Gitans, Juifs et Morisques: questionnaires de la santé, de l'argent et de l'amour	2017	Presses Universitaires de Rouen et de Havre
Carmina Crusafon	Libro	Models de negoci de la premsa de proximitat: 10 claus per una fórmula més eficient a partir de l'anàlisi de la innovació digital internacional	2016	AMIC
Fernando Morales, Núria Simelio	Artículo	Television and identities: analysis of the consumption of 'telenovelas' by the Latin American community in Spain,	2016	Identities: Global Studies in Culture and Power
Lacalle, Charo	Artículo	Gender, generation and reception of Spanish television fiction in the digital age	2016	International Journal of Digital Television
Lacalle, Charo	Artículo	La representación de la mujer en el contexto familiar de la ficción televisiva española	2016	Comunicación y Sociedad
Lacalle, Charo	Artículo	Evolution of family representations in Spanish fiction television	2016	Revista Latina de Comunicación Social
Núria Simelio	Capítulo de libro	The Difficulties of Gender Equality Plans in Breaking the Glass Ceiling» Gender Equality and the Media: A Challenge for Europe	2016	Routledge
Perceval, José María	Libro	El humor y sus límites. De qué se ha reído la humanidad	2016	Cátedra
Perceval, José María	Libro	Historia mundial de la comunicación	2016	Cátedra
Carmina Crusafon	Capítulo de libro	EU Cultural Cooperation with Third countries: the Cases of Latin American and the Mediterranean	2015	Palgrave Macmillan

Carmina Crusafon	Capítulo de libro	The European Audiovisual Space: How European Media Policy Has Set the Pace of its Development	2015	Palgrave Macmillan
Molina Rodríguez-Navas, Pedro; Simelio Solà, Núria; Corcoy Rius, Marta i Aguilar Pérez, Antonio	Artículo	Mapa Infoparticipa: cartografía interactiva para la mejora de la calidad y la transparencia de la comunicación pública local	2015	Ar@cne. Revista electrónica de recursos en Internet sobre geografía y ciencias sociales
Perceval, José María; Simelio, Núria; Tejedor, Santiago	Artículo	From Organization to Coordination, the Change in the Public Spaces of Communication in the Arab World and its Connection to the Social Networks in the 2011 Movements	2015	Comunicación
Perez, José Manuel; Tejedor, Santiago.; Simelio, Núria; Marín, Beatriz	Artículo	Estudiantes universitarios ante los retos formativos de las Redes Sociales: El caso de Colombia	2015	Estudios sobre el mensaje periodístico
Pérez Tornero, José Manuel; Tejedor Calvo, Santiago	Libro	Viajar, sentir y pensar	2014	Editorial UOC
Pérez Tornero, José Manuel; Tejedor Calvo, Santiago	Libro	Guía de tecnología, comunicación y educación para profesores: preguntas y respuestas	2014	Editorial UOC
Simelio Sola, Núria y Molina Rodríguez-Navas, Pedro	Artículo	Comunicación pública y participación ciudadana. El uso de Twitter en los ayuntamientos de Cataluña	2014	Historia y Comunicación Social
Simelio, Núria; Forga, Maria	Artículo	Mujeres detrás de las cámaras en la industria española de televisión	2014	Anàlisi. Quaderns de Comunicació i cultura
Pérez Tornero, José Manuel; Pi, Mireia; Tejedor, Santiago; Martínez, Juan Francisco	Libro	Tecnología y pedagogía en las aulas. El futuro inmediato de España	2014	AulaPlaneta 2014
Crusafón, Carmina; Carniel, Ricardo	Artículo	The Construction of a Mediterranean Perspective in Media Policy: Common Values for Content Regulation in MENA and EU Countries	2014	Journal of Information Policy
Castillo, A.; Simelio, Núria.	Capítulo de libro	Televisión británica: nuevo ecosistema tecnológico de producción.	2013	Gedisa
Hernández-García, P., Ruiz-Muñoz, M. J. & Simelio-Solà	Artículo	Propuesta metodológica para el análisis de la ficción televisiva 2.0	2013	Palabra Clave
Perceval, José María	Libro	El racismo y la xenofobia	2013	Cátedra
Pérez Tornero, José Manuel; Pulido, Cristina; Tejedor Clavo, Santiago	Capítulo de libro	Advancing MILID	2013	Nordicom
Simelio, N., Ruiz, M. J.	Capítulo de libro	Redes sociales y fanfiction	2013	Gedisa
Simelio, Núria; Ortega, Marta; Medina, Pilar	Artículo	Análisis de la ficción iberoamericana de mayor audiencia en el mercado espanyol	2013	Zer: Revista de Estudios de Comunicacion
Tous-Rovirosa, A.; Meso-Ayerdi, K. Simelio-Solà, Núria	Artículo	The representation of Women's Roles in Television Series in Spain. Analysis of the Basque and Catalan Cases	2013	Communication&Society/ Comunicación y Sociedad
Lacalle, Charo	Libro	Jóvenes y ficción televisiva. Construcción de identidad y interactividad	2013	UOC Press

### Departamento de Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual

Autor(es)	Tipo de publicación	Título de la publicación	Año	Editorial o Revista
Roca, David; Tena, Daniel; Lázaro, Patricia; González, Alfons	Artículo	Is there gender bias when creative directors judge advertising?	2016	<i>International Journal of Advertising</i>
Roca, D.; Tena, D.; Lázaro, P	Capítulo de libro	Is there gender bias in the assessment of advertising creativity?. AA.VV. <i>The changing roles of advertising.</i>	2012	Wiesbaden. Springer Fachmedien
-Blanco, J.M., Lázaro, P.	Artículo	Tecnología y transformación de la práctica docente en la formación en Comunicación en la era 2.0: un caso de estudio»	2013	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico.</i>

Mas Manchón,LL.; Rodríguez Bravo,A.; Montoya Vilar, Norminanda, Morales Morante, F.; Lopes,E.; Andre Wilson.	Artículo	Values perception in food commercials with dietary strategies	2016	Prisma Social
Rodríguez Bravo, A.; Montoya Vilar, N.; Mas Manchón,LL; Morales Morante,F.; Lopes da Sila,E.; Martins,G; Peixoto, M.; Müller, K.	Artículo	Medición y evaluación de valores en contenidos audiovisuales desde un abordaje interdisciplinar	2013	Prisma social: revista de ciencias sociales
Rodríguez Bravo, A.; Montoya, N.; Mas, Ll.	Artículo:	Calidad y Evaluación de Valores en la Comunicación: Construcción de un inventario de valores para España y Brasil.	2012	INTERCOM, Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação
Barbeito, M.L. y Perona, J.J.	Artículo	Plataformas educomunicativas en línea: el caso de las radios infantiles en España y Portugal.	2017	<i>Revista Observatório</i>
Barbeito, M.L. y Perona, J.J.	Artículo	Nuevas tendencias en el contexto del marketing sensorial: el sonido como instrumento de comunicación estratégica en el actual escenario digital.	2016	<i>Actas del Congreso Internacional AE-IC/Confibercom: Comunicación, Cultura y Cooperación</i>
Barbeito, M.L., Cid, P., Perona, J.J., Recoder, M.J.	Artículo	Servicios de documentación y webs radiofónicas: un maridaje necesario en el entorno digital	2015	<i>Revista Española de Documentación Científica</i>
Perona, J.J., Barbeito, M.L. y Fajula, A.	Artículo	Los jóvenes antes la sono-esfera digital: medios, dispositivos y consumo sonoro	2014	<i>Comunicación y Sociedad</i>
Perona, Juan José	Capítulo de libro	Las emisoras universitarias en el contexto digital: programación, nuevos medios y hábitos de escucha. En Espino, C. y Martín, D. (Eds.) <i>Las radios universitarias. Más allá de la radio.</i>	2012	UOC

### Departamento de Filología catalana

Autor(es)	Tipo de publicación	Título de la publicación	Año	Editorial o Revista
David Paloma	Artículo	Orthography and orthoepy, en Manual of standardization in the romance languages	2017	Franz Lebsanft & Felix Tacke
David Paloma, Mònica Montserrat	Artículo	La pronunciació de llatinismes i d'italianismes en el 'Diccionari ortogràfic i de pronúncia'	2016	Estudis Romànics
David Paloma	Libro	Personatges convertits en paraules	2015	Barcanova
David Paloma	Artículo	La representació del col·loquial mediatitzat	2013	Caplletra
Perpinyà, Remei; Cid-Leal, Pilar	Artículo	Los portales de archivos españoles: transparencia, interoperabilidad y orientación a los usuarios.	2018.	Artículo aceptado en la Revista Española de Documentación Científica.
Cid Leal, Pilar; Perpinyà i Morera, Remei	Artículo	Competencia informacional en Traducción: análisis de los hábitos de los estudiantes universitarios en la consulta y uso de fuentes	2015	<i>BiD: textos universitaris de bibliotecono</i>

		de información».		<i>mia i documentaci ó,</i>
Cid-Leal, Pilar; Perpinyà Morera, Remei; Recoder Sellarés, M <sup>a</sup> José	Artículo	Estrategias para combatir el analfabetismo informacional en la Universidad.	2016	<i>Revista del CIDUI = CIDUI'S Journal</i>
Cid Leal, Pilar; Perpinyà Morera, Remei	Libro	<i>Cómo y dónde buscar información.</i>	2013	Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
Mauri, Alfred; Pérez Ventayol, Joan; Perpinyà, Remei	Ponencia	La gestión documental en el modelo de administración electrónica de Catalunya.	2017	<i>VIII Congreso Internacional en Gobierno, Administración y Políticas Públicas. Gobernando el futuro: Iberoamérica en la encrucijada.</i>
Casadesús, Anahí; Perpinyà, Remei; Mauri, Alfred	Ponencia	Transparencia en riesgo: la gestión de documentos como estrategia de prevención”.	2016	<i>VII Congreso Internacional en Gobierno, Administración y Políticas Públicas: construyendo una nueva cultura administrativa: políticas y gestión pública con la ciudadanía.</i>
Alberch, Ramon; Casadesús, Anahí; Mauri, Alfred; Perpinyà, Remei	Ponencia	ISO30301 Certification for the Graduate School of Archive and Records Management: a pioneering initiative	2014	<i>Archives and Cultural Industries, 2nd Annual Conference "ICA"; 9th European Conference on Archives; 13th Image and Research Seminar.</i>
Presas, Marisa; Cid-Leal, Pilar; Torres-Hostench, Olga	Artículo	Machine translation implementation among language service providers in Spain: a mixed methods study».	2016	<i>Journal of Research Design and Statistics in Linguistics and Communication Science</i>
Torres-Hostench, Olga; Aguilar-Amat, Anna; Cid-Leal, Pilar	Artículo	Machine translation discussed with young people».	2015	<i>Science Communication</i>
Barbeito-Veloso, M <sup>a</sup> Luz; Cid-Leal, Pilar; Perona-Páez, Juan José; Recoder-Sellarés, M <sup>a</sup> José.	Artículo	Servicios de Documentación y webs radiofónicas: un maridaje necesario en el entorno digital».	2015	<i>Revista Española de Documentación Científica</i>
Torres-Hostench, Olga; Piqué Huertas, Ramon; Cid-Leal, Pilar.	Artículo	Decision-making in the translation of end-user license agreements»	2015	<i>Translation spaces: A multidisciplinary, multimedia and multilingual journal of translation</i>

### Departamento de Filología Española

Autor(es)	Tipo de publicación	Título de la publicación	Año	Editorial o Revista
María J. Machuca Marczyk, Anna	Artículo	Temporal control in the voicing contrast: Evidence from surgery-related apraxia of speech.	2017	Clinical Linguistics and Phonetics
María J. Machuca	Capítulo de Libro	<i>Estructura silábica y bilingüismo. En Poch Olivé, D. (Ed.) El español en contacto con las otras lenguas peninsulares.</i>	2016	Edición Iberoamericana
María J. Machuca, Joaquim Llisterra y Antonio Ríos	Artículo	<i>Las pausas sonoras y los alargamientos en español: un estudio preliminar.</i>	2015	Normas, Revista de Estudios Lingüísticos Hispánicos
María J. Machuca, Joaquim Llisterra y Antonio Ríos	Capítulo de Libro	Conocimiento fonético y fonética judicial. En Hidalgo, A.-Hernández, C.- Cantero, F.J. (2014) (Eds.) <i>La fonética como ámbito interdisciplinar.</i>	2014	Editorial Universidad de Valencia

### Departamento de Ciencia Política y Derecho Público

Autor(es)	Tipo de publicación	Título de la publicación	Año	Editorial o Revista
Saura, Nuria	Libro	<i>Libertad de expresión y derecho a promover y proteger los derechos humanos</i>	2015	J.M.Bosch Editor
Saura, Nuria	Capítulo de libro	La protección de la libertad de expresión en Internet: Análisis de la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos	2014	JM Bosch Editor
Saura, Nuria	Conferencia	Propiedad intelectual, plagio y derechos culturales	2017	UAB
Saura, Nuria	Ponencia	Artists, human rights defenders and artistic freedom: a changing paradigm in law and citizenship	2017	Symposium Southern Perspectives on Transition Design, EINA

Los **Departamentos de Ingeniería** basan su experiencia investigadora en los proyectos de investigación financiados. Se relacionan los más relevantes, por departamento.

Todos profesores del **Departamento de Ciencias de la Computación** que eventualmente darán clase en este Grado pertenecen a alguno de los grupos SGR listados anteriormente. Además, han participado en múltiples proyectos de investigación y transferencia, entre los que cabe mencionar como más actuales:

- FireDMMI - Fire Detection and Monitoring using Multispectral Imaging, MINECO, 2015-2017. Profesores vinculados: 4
- MILE-TRANS - Deep study of intrinsic scene properties to minimize lighting effects in vision-based intelligent transportation systems, MINECO, 2015-2017. Profesores vinculados: 4
- PERIPHAS - When a Picture is worth more than 140 characters: Automatic image content captioning based on User-Generated Content in Social Networks, MINECO, 2016-2019. Profesores vinculados: 3

- M2CR: Multimodal Multilingual Continuous Representation for Human Language Understanding, MINECO, 2016-2018. Profesores vinculados: 4
- RAW - Reading in the Wild: Exploiting Text-User-Scene mutual context for reading and scene understanding, MINECO, 2015-2017. Profesores vinculados: 5
- iVendis: Intelligent in-Vivo Endoscopic Diagnosis and Intervention Support Systems, (DPI2015-65286-R), 2015-17. Profesores vinculados: 4
- NeuroChild - Cognitive children rehab with acquired brain injury based on Serious Games for mobile devices, MINECO, 2014-2016. Profesores vinculados: 4
- Aitech 3D: Probador Virtual 3D 360º: Visualización 3D de la ropa en 360 grados, UAB, 2013-2015. Profesores vinculados: 1
- ViCoMo: Visual Context Modelling to improve security and logistics monitoring, MITYC, 2011-2014. Profesores vinculados: 3

Todos profesores del **Departamento de Ingeniería de la Información y de las Comunicaciones** que eventualmente darán clase en este Grado pertenecen al grupo SGR y a alguno de los grupos de investigación listados en páginas anteriores de este documento. Citamos algunos proyectos de investigación y transferencia que realizan:

- Códigos óptimos y sus aplicaciones a la criptografía y almacenamiento de datos. Software para la experimentación en Teoría de Códigos, MINECO, 2014-2017. Profesores vinculados: 3
- Códigos correctores de errores y sus aplicaciones: completamente regulares y Hadamard. Software en teoría de códigos, MINECO, 2017-2019. Profesores vinculados: 3
- Image Coding for Earth Observation Satellites, MINECO, 2016-2018; Profesores vinculados: 3
- Technical Study: Writing of the books for the standard CCSDS-122.1, French Space Agency, 2016-2017. Profesores vinculados: 3
- Seguridad para Mobile Crowd Sensing con protocolos oportunistas, MINECO, 2015-2017. Profesores vinculados: 3
- Crowd eAssessment: Sistema de crowdsourcing para observación electoral basado en conectividad oportunista que garantice el anonimato de los participantes y la veracidad de las observaciones, MINECO, 2014-2016. Profesores vinculados: 3

Los profesores del **Departamento de Arquitectura de Computadores y Sistemas Operativos** que participarán en este grado cuentan con una dilatada experiencia docente e investigadora en la universidad. Todos están integrados en grupos SGR reconocidos por la Generalitat. Entre los proyectos de investigación en los que han participado:

- CAPITA. Computación de Altas Prestaciones: Investigación, Tecnología y Aplicaciones. Ministerio de Ciencia e Innovación 2012-2015
- Computación eficiente y segura para la simulación y optimización de aplicaciones sociales. Ministerio de Ciencia e Innovación 2015-2017.
- MyCore: Efficient Execution of Multidisciplinary Applications: New Challenges in the Multi/Many core Era. Ministerio de Ciencia e Innovación 2012-2015.
- Telsea: Pensamiento computacional e ingeniería del rendimiento para aplicaciones de ciencias de la vida y medioambientales. Ministerio de Economía y Competitividad 2015-2017.
- Plataformas heterogéneas para la identificación de música (BEBOP), Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. 2016-2019.
- Autotune: Automatic Online Tuning. European Union FP7. 2011-2014.
- Engaging the EGI Community towards and Open Science Commons – EGI-Engage. European Union. 2014-2017.

Todos los profesores de ambos grupos son además miembros de la red HIPEAC (<https://www.hipeac.net/>) de sistemas de altas prestaciones y supercomputación.

### Experiencia profesional:

La experiencia profesional del profesorado que intervendrá en el Grado es la siguiente:

#### Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas

	Titulación	Categoría	Experiencia profesional relevante
1	Doctora en Comunicación	Asociada	Diseño, programación y desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles (2011-actualidad). Creación de contenidos interactivos (2015-actualidad). Interacción cerebro-máquina o BCI, <i>brain-computer interface</i> (2012-actualidad). Gestión de comunicación online (2008-2012).
2	Licenciada en Ciencias de la Información	Asociada	Consultora en prensa. Empresa propia. Docente de nuevos formatos en prensa y diseño en la UOC y la Universitat de Girona.
3	Doctor en Contenidos de Comunicación en la Era Digital	Asociado	Coordinador del máster en Comunicación y Marketing digital. Consultor independiente en marketing digital. Fue director de Comunicación y Marketing de la Escuela de Postgrado de la UAB durante 7 años.
4	Doctor en Comunicación Audiovisual	Titular	Sus líneas de investigación prioritarias y principales publicaciones se centran en la televisión y sus contenidos. En la actualidad es investigadora visitante en el Centre of European Studies de la Dalhousie University en Halifax (NS), Canada.
5	Doctor en Comunicación Audiovisual	Titular	Director del Centro de Estudios Olímpicos de la UAB, por lo que tiene una amplia relación con los comités olímpicos de varios países y con los medios de comunicación que se ocupan de las retransmisiones deportivas. Director de un Máster de Gestión de la Comunicación Deportiva con el F.C. Barcelona.
6	Doctor en Comunicación Audiovisual	Titular	Ha impartido docencia y desempeñado diferentes cargos de gestión en Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya (IEFC), Escola de Mitjans Audiovisuals Ajuntament Barcelona (EMAV), Escola de Fotografia de la Fundació Politècnica de Catalunya (EFFPC), Centre de l'Imatge i la Tecnologia Multimèdia de la Universitat Politècnica de Catalunya (C ITM).
7	Doctor en Comunicación Audiovisual	Asociado	Director y presentador del programa de Radio Nacional de España en Cataluña, Radio 4, "La Otra radio". Redactor del equipo de comunicación de la Escuela Superior de Cinematografía y Audiovisuales de Cataluña. Ha hecho espacios de radio para Radio Austria, Belgische Radio en Televisie y KBS Radio Corea. Ha publicado artículos y reportajes en el diario Avui, La Vanguardia y las revistas especializadas Cuadernos Técnicos, Net Conexión, Web y Tecno 2000. Ha sido docente en la Escuela Superior de Audiovisuales de Cataluña y en la Universidad Abierta de Cataluña.
8	Doctor en Ciencias de la Comunicación	Titular	Entre 2012 y 2016 fue Comisionado del Rector de la UAB para la Sociedad de la Información, con responsabilidades y competencias relacionadas con las políticas de comunicación, promoción y visibilidad de la universidad a los medios, con las tecnologías de información y comunicación y con los servicios de bibliotecas. Durante este mismo periodo formó parte de la Comisión Asesora de Publicidad Institucional de la Generalidad de Cataluña. También ha formado parte del proyecto de innovación docente, llevado a cabo por el IDIF (Grupo de investigación y Desarrollo Interuniversitario de la Fotografía) sobre Imagen Digital.
9	Doctor en Comunicación Audiovisual	Titular	Fue productora del Premio Möbius Barcelona Multimedia desde su primera edición (1995-2005). Es directora de iEnter. Workshop on Interactive Audiovisual Entertainment. Codirige, junto a Peter Vorderer, el workshop <i>Entertainment=Emotion</i> . Ha trabajado como productora y periodista audiovisual en Venezuela y España. Es Premio a la Investigación en Comunicación de Masas de la <i>Generalitat de Catalunya</i> .
1	Doctor en	Titular	Especializado en temas de desarrollo visual de la comunicación, ha investigado los

0	Comunicación Audiovisual		productos infográficos en prensa, Internet y televisión. Ha impartido diversas conferencias y talleres internacionales sobre infografía digital especialmente en Brasil, México y Colombia, donde es consultor de diversos medios de comunicación para temas infográficos.
---	--------------------------	--	--

### Departamento de Medios, Comunicación y Cultura.

	Titulación	Categoría	Experiencia profesional relevante
1	Doctor	Titular	Directora del SGR Grupo de investigación en comunicación Daniel Jones. Evaluadora de ANECA y consultora de temas audiovisuales.
2	Doctora en Mitjans, Comunicació i Cultura	Asociada	Amplia experiencia como periodista en diversos medios de comunicación de proximidad, tanto prensa escrita, como radio y televisión. Por ejemplo, ha trabajado o colabora con el programa Bàsics de betevé y Redactora en Racó Català. Redactora en el Telenotícies Migdia de TV3, Canal Català Maresme o Radio Arenys de Munt.
3	Master en Medios, Comunicación y Cultura	Asociat	Ha trabajado en agencias de comunicación. Actualmente realiza websites, creación de contenido comercial y redacción de newsletters. Community Management.
5	Master en Dirección de comunicación	Asociada	Consultora experta en Marketing Digital en That's Advertising, S.L.. Coordinadora de estrategias de marketing digital, ejecutando campañas en SEM, posicionamiento SEO, marketing de contenido. Experiencia en analítica digital
6	Doctorada en Comunicació i Periodisme	Asociada	Colabora en el diario ARA. .Mantiene web de la revista Capçalera del Col·legi de Periodistes.Col·laboració amb la productora de televisió Createl en la gestió de xarxes socials del programa "Generació Digital" Consultoria en el proyecto de creación de la "Guia de recomendaciones para las redes sociales de la URV
7	Màster Comunicació Digital Interactiva	Asociada	La panxita_factoria de comunicació (Fundadora). Servicios globales de comunicación (online i offline). Consorci Forestal de Catalunya (Responsable de comunicació)
8	Doctor	Titular	Adjunto a la dirección del Centre d'art Arts Santa Mònica. .Presidente del colectivo periodístico Associació SomAtents de Reporterisme Colaborador en medios de comunicación: Catalunya Ràdio i Diari Ara

### Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación

	Titulación	Categoría	Experiencia profesional relevante
1	Doctor en Ciencias de la Comunicación	Catedrático	Especialista en análisis de televisión e internet, ha impartido numerosos cursos y seminarios en universidades españolas, europeas y latinoamericanas. Participa en el comité científico de diferentes publicaciones sobre Comunicación y es evaluador de distintas agencias de calidad universitaria españolas y europeas.
2	Doctor en Ciencias de la Información	Agregado Interino	Experto en la industria mediática internacional con 14 años de experiencia en análisis de mercados, investigación aplicada y tendencias globales. Especialista en información estratégica, en mapas sectoriales y en crear hojas de ruta para la adaptación de las empresas al escenario digital. Fue directora de contenidos de la Red de TV locales de la Diputación de Barcelona; Consultora independiente de la consultoría Solutions For Business, y Directora del Gabinete de Estudios y Análisis de Media Park S.A.
3	Doctor en Ciencias de la Comunicación	Titular Interino	Asesor de publicaciones multimedia y comunicación. Es experto en políticas de innovación docente con más de 10 años de experiencia. Es colaborador de diferentes medios de comunicación así como asesor en temas educativos de la Presidencia de la República Dominicana.
4	Doctor en Periodismo y Ciencias de la Comunicación	Agregado Interino	Más de 20 años de experiencia profesional. Trabajó como editora en Ediciones Omega; fue periodista de revistas técnicas en ETD; fue responsable de comunicación y publicaciones de la Associació d'Amics de la UAB y profesora de la UPC y de la UB.



5	Doctor en ciencias sociales y en ciencias de la comunicación	Agregado	Más de 30 años de experiencia profesional. Ha sido asesor de la editorial Planeta; asesor cultural de AOL España; sub-director de contenidos de Mizar Multimedia; colaborador de la Cadena SER; Coordinador de publicaciones del Grupo Zeta; Director adjunto del programa 'Universidad de Verano' de RTVE; Sub-director del programa 'La aventura del Saber' de RTVE; Guionista y asesor de programas culturales y concursos de RTVE, y corresponsal en París del grupo Cambio 16.
---	--	----------	---

### Departamento de Filología Catalana

	Titulación	Categoría	Experiencia profesional relevante
1	Doctor en Filología Catalana (Filosofía y Letras)	Agregado	Ha impartido conferencias sobre temas de lengua catalana en varias organizaciones. Colabora de manera regular con el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya y entre sus últimas actividades coordina las actividades de l'Any Pompeu Fabra.
2	Doctor en Historia Contemporánea (Filosofía y Letras)	Titular	Experta en archivos. Ha asesorado a empresas y diversas instituciones públicas y privadas en la creación de su patrimonio documental, creando bases de datos y mecanismos de almacenamiento y recuperación de la información.
3	Doctor en Ciencias de la Comunicación	Titular	Especialista en gestión de la información y servicios de información y documentación. Imparte docencia en Documentación en las facultades de Traducción y de Ciencias de la Comunicación. Miembro del grupo de trabajo de documentación del Col·legi Oficial de Bibliotecarios –Documentalistes de Catalunya, ha sido la coorganizadora de las 8 ediciones de la Jornada de Documentación Audiovisual (2002 – 2012). Es miembro del grupo de investigación Tradumàtica. Es subdirectora de la <i>Revista Tradumàtica: tecnologies de la traducció</i> .

### Departamento de Filología Española

	Titulación	Categoría	Experiencia profesional relevante
1	Doctora en Filología Española (Filosofía y Letras)	Agregada	Ha impartido conferencias sobre diferentes aspectos de la lengua oral en la EOI de Alicante y de Valencia. Ha participado en el Máster de Estudios Fónicos del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Es revisora de diferentes revistas de Lingüística, como <i>Sintagma</i> o <i>Estudios de Fonética Experimental</i> . Pertenece al Comité científico de congresos internacionales como el de Language Resources and Evaluation Conference

### Departamento de Ciencia Política y Derecho Público

	Titulación	Categoría	Experiencia profesional relevante
1	Doctor en Derecho	Asociado	Combina la faceta de docente en la UAB desde 2013 en grado y máster, con la de jurista profesional autónomo desde 2006. Además, es artista visual y guionista. Ámbitos de investigación en derechos de autor y derechos humanos. Forma parte de equipos de investigación en derecho de las familias LGTB en Europa, haciendo hincapié en derechos de los niños.

## 6.2. Personal de soporte a la docencia

### Personal de administración y servicios

Personal de apoyo	Vinculación a la Universidad	Experiencia profesional	Dedicación laboral
<b>Administración del Centro y decanato</b>	1 administradora (laboral LG1B), 1* gestora de calidad (funcionaria A2.22) y 2 secretarías de dirección (funcionarias C1.22.1)	Entre 30 y 15 años de experiencia en la universidad	Soporte al equipo de decanato, gestión de instalaciones, de los recursos humanos y control presupuestario, atención a los usuarios de la comunidad universitaria, soporte a proyectos estratégicos de la Facultad, prevención de riesgos.
<b>Gestión Académica</b>	1 gestora responsable (funcionaria A2.24.5), 2 gestoras (funcionarias A2.22.2), 5 administrativos/as (funcionarios/as 2 C1.21, 3 C1.16) y 2 auxiliares administrativos interinos (C2.14)	Entre 20 y 1 años de experiencia en la universidad	Gestión de expedientes académicos, asesoramiento e información a los usuarios y control sobre la aplicación de las normativas.  Soporte a la planificación y ejecución de la programación académica.
<b>Gestión Económica</b>	1 gestora (funcionaria A2.23.1), y 1 administrativa especialista (funcionaria C1.22.1)	Más de 15 años de experiencia en la universidad	Gestión y control del ámbito económico y contable y asesoramiento a los usuarios.
<b>Departamento Comunicación Audiovisual y Publicidad</b>	1 gestor departamental (funcionario A2.22.1), y 1 administrativa (funcionaria C1.18.1)	Entre 25 y 18 años de experiencia en la universidad	Coordinación de los procesos administrativos del departamento, soporte y atención al profesorado y los estudiantes.
<b>Departamento de Medios, Comunicación y Cultura</b>	1 gestora departamental (funcionaria A2.22.1), y 1 auxiliar administrativa interina (C.14)	Entre 19 y 6 años de experiencia en la universidad	Coordinación de los procesos administrativos del departamento, soporte y atención al profesorado y los estudiantes.
<b>Departamento de Periodismo y de Ciencias de la Comunicación</b>	1 gestor departamental (funcionario A2.22.1), 1 administrativa responsable (funcionaria C1.22.1) y 1 administrativa (funcionaria C1.21)	Más de 18 años de experiencia en la universidad	Coordinación de los procesos administrativos del departamento, soporte y atención al profesorado y los estudiantes.
<b>Departamento de Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual</b>	1 administrativo responsable departamental (funcionaria C1.22.1), y 1 auxiliar administrativa interina (C2.14)	Entre 18 y 10 años de experiencia en la universidad	Coordinación de los procesos administrativos del departamento, soporte y atención al profesorado y los estudiantes.

<b>Laboratorios audiovisuales docentes de radio y televisión</b>	1 técnico responsable en funciones (laboral LG2L), 1 técnico laboral (LG2L), 3 técnicos especialistas (laborales LG3O) y 10 técnicos en prácticas (LG3)	Entre 24 y 0 años de experiencia en la universidad	Soporte al estudio, a la docencia y a la investigación.  Elaboración de material audiovisual.  Mantenimiento del equipamiento audiovisual.
<b>Biblioteca de Comunicación y Hemeroteca General</b>	1 técnico responsable (funcionario A1.24.1), 4 bibliotecarios/as especialistas (funcionarios/as 1 A2.24.1 y 3 A2.23.2), 7 bibliotecarios/as (funcionarios/as A2.20), 4 administrativos/as especialistas (funcionarios/as C1.21), 10 administrativos/as (funcionarios/as 8 C1.18, 1 C1.16 y 1 C2.18), 2 auxiliares administrativos/as interinos/as (C2.14), y 4 auxiliares de servicio (laborales LG4P)	Todos poseen una amplia experiencia en la Universidad	Apoyo al estudio, a la docencia y a la investigación
<b>Servicio de Informática Distribuida</b>	1 técnico responsable (laboral LG1K) y 7 técnicos especialistas (laborales 1 LG2N y 6 LG3L)	Entre 30 y 10 años de experiencia en la universidad	Mantenimiento del hardware y software de las aulas de teoría, aulas de informática, seminarios y despachos de personal docente y de administración y servicios.  Soporte a la docencia e investigación de la Universidad.
<b>Soporte Logístico y Punto de Información</b>	1 responsable (laboral LG2L), 1 adjunto (laboral LG3O) y 5 auxiliares de servicio (laborales LG4P)	Entre 30 y 15 años de experiencia en la universidad	Soporte logístico y auxiliar a la docencia, la investigación y servicios.

*\*Dedicación compartida.*

## Resumen:

<b>Ámbito / Servicio</b>	<b>Personal de Soporte</b>
Administración del Centro y Decanato	3,5
Gestión Académica	10
Gestión Económica	2
Departamento Comunicación Audiovisual y Publicidad	2
Departamento de Medios, Comunicación y Cultura	2

Departamento de Periodismo y de Ciencias de la Comunicación	3
Departamento de Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual	2
Laboratorios audiovisuales docentes de radio y televisión	14
Biblioteca de Comunicación y Hemeroteca General	32
Servicio de Informática Distribuida	8
Soporte Logístico y Punto de Información	7
<b>Total efectivos</b>	<b>85,5</b>

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

### *6.3. Previsión de personal académico y otros recursos humanos necesarios*

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

## **7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS**

### **7.1. Recursos materiales y servicios de la universidad**

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

La Facultad de Ciencias de la Comunicación tiene planificada la reserva de espacios necesaria para la puesta en marcha del Grado, así como de todos los recursos administrativos y humanos necesarios. La docencia del grado requerirá entre 4 y 8 espacios docentes de forma simultánea, en función de la planificación horaria de las asignaturas por curso. Se entiende que se precisarán aulas de teoría, seminarios, laboratorios de radio y televisión o aulas informatizadas, de los que dispone la Facultad de Ciencias de la Comunicación en cantidad suficiente. También se precisará un aula adecuada para realizar modelado de personajes. Esto implica habilitar los antiguos laboratorios de revelado de fotografías, ahora en desuso, ya que disponen de agua corriente, por ejemplo. Entendiendo que, al ser grupos de 60 estudiantes, solo se precisará un aula de teoría para cada grupo cuando todo el grado esté implantado (por tanto, máximo 4 aulas de teoría de forma simultánea, cosa que difícilmente se producirá porque se combinará la teoría con la práctica y por tanto, se usarán simultáneamente o seminarios con capacidad para 30 estudiantes, o los laboratorios de radio o televisión, etc.). La programación del Grado será en horario de tarde, lo que facilita la impartición de la docencia, puesto que en el curso 2017/18, hay tres

grupos por la mañana -(uno de Comunicación Audiovisual de 80 estudiantes, por cuatro cursos; y dos de Periodismo con unos 100 estudiantes por curso, por cuatro cursos)- y solo dos por la tarde, uno de Publicidad y Relaciones Públicas con 80 estudiantes matriculados por curso, en cuatro cursos; y el tercero de Periodismo con unos 95 estudiantes matriculados por cada uno de los cuatro cursos. Por tanto, dado que el centro dispone de los recursos de espacio y equipamiento suficientes, no se prevé ningún problema al respecto.

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

- Aulas de docencia con equipamiento docente fijo: 14
- Seminarios con equipamiento docente fijo y conexión informática: 6 (15 y 30 personas de capacidad)
- Aulas de informática con equipamiento docente fijo: 9 integradas en la red de aulas de informática de la UAB
- Biblioteca: 1 – Integrada en el Servicio de Bibliotecas de la UAB
- Hemeroteca: 1
- Salas de estudio: 5
- Sala de Grados con equipamiento fijo: 1
- Sala de Juntas con equipamiento fijo: 1
- Aula Magna con equipamiento fijo: 1
- Salas de reuniones: 2
- Local de estudiantes: 1 con microondas y wifi
- Equipamiento específico: 3 platós de TV, 3 estudios de radio, 3 estudios de continuidad, 2 salas de edición de vídeo, 2 salas Dalet, 1 laboratorio de fotografía, 2 platós de fotografía y una sala de proyección de fotografía.
- Equipamiento específico portátil (material para préstamo a alumnos): 14 cámaras de vídeo con sus correspondientes trípodes y micrófonos; 13 cámaras fotográficas réflex; 15 trípodes; 7 grabadoras de audio; micrófonos de cañón, de corbata y de mano; 5 antorchas de luz; 5 maletas de luz con tres focos y sus correspondientes trípodes.
- Ordenadores para docencia: 283
- Equipamiento docente adicional portátil: 1 ordenador portátil y 1 cañón.
- Servicio de reprografía y fotocopias: 2 máquinas autoservicio
- Servicio de restauración: en la propia facultad disponemos de empresa concesionaria. bar con aforo para 180 personas
- Máquinas vending: 2 máquinas café, 2 máquinas bebidas, 2 máquinas snacks, 2 máquinas retorno botellas vacías, 2 fuentes de agua
- Red wifi.
- Todos los locales son accesibles para discapacitados. La Facultad está equipada con ascensores adaptados para desplazamiento entre los diferentes niveles y pasillos llanos. Rampas de acceso exterior.

### **Servicios específicos de la Facultad para el desarrollo de talleres y laboratorios**

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB es un centro de referencia de aprendizaje y producción periodística dentro de las universidades en Cataluña. La producción constante de contenidos y la experimentación e innovación en contenidos digitales, exige unas condiciones de infraestructura que la Facultad puede soportar de acuerdo a sus capacidades actuales.

La Facultad desde hace cuatro años desarrolla el proyecto UAB Campus Media que cuenta con todos los recursos necesarios relacionados con la producción mediática digital. El proyecto UAB Campus Media será el lugar en el que se destinarán las producciones realizadas en las prácticas de laboratorio y experimentación periodística.

UAB Campus Media posee un plató propio de producción audiovisual digitalizado dotado de todas las características técnicas necesarias para la producción de contenidos de alta calidad. Al mismo tiempo, la Facultad cuenta con otros tres platós de producción audiovisual también dotados de las condiciones técnicas necesarias para la producción de contenidos audiovisuales.

En segundo lugar, la Facultad cuenta con tres laboratorios de radio y tres estudios de continuidad para la grabación de piezas radiofónicas. Estos espacios también han sido utilizados por el proyecto UAB Campus Media para producir sus diferentes espacios de radio que han crecido exponencialmente en los últimos dos años.

A pesar de que el proyecto UAB Campus Media cuenta con una sala de redacción propia dotada de seis ordenadores con software de edición específico, la Facultad cuenta también con cuatro salas de edición audiovisual: dos salas Adobe Premiere y dos salas dalet.

La Facultad, al mismo tiempo, cuenta con un laboratorio de fotografía, dos platós de fotografía y una sala de proyección.

En términos de ordenadores disponibles para la producción y edición de contenidos digitales, la Facultad dispone de 10 aulas con ordenadores (PC) conectados a la red y con el software necesario para la docencia: 6 aulas con 30 ordenadores cada una, 2 aulas con 15 ordenadores cada una, 1 aula con 24 ordenadores, y 1 aula con 21 ordenadores y 7 escáneres.

Los recursos audiovisuales se complementan con equipos de trabajo audiovisual que son materiales que se prestan a los estudiantes para realizar sus prácticas. En concreto, la Facultad pone a disposición de los estudiantes el siguiente equipamiento específico portátil:

- 14 cámaras de vídeo con sus correspondientes trípodes y micrófonos
- 13 cámaras réflex de fotografía
- 15 trípodes
- 7 grabadoras de audio
- micrófonos de cañón, de corbata y de mano
- 5 antorchas de luz
- 5 maletas de luz con tres focos y trípodes

Vale decir, finalmente, que el proyecto UAB Campus Media cuenta también con un dominio propio de internet (<http://campusmedia.uab.cat/>) bajo la plataforma de la Universidad Autónoma de Barcelona en el que publica todo su contenido de forma digital y que está disponible como repositorio de contenidos.

### **Servicios generales**

La Facultad de Ciencias de la Comunicación dispone de Servicios Informáticos de apoyo a la Docencia y de acceso a Internet desde cualquier punto de la red de la universidad. Dispone además de acceso a Internet para todos los usuarios y acceso a la red de la universidad para los usuarios de la UAB y de EDUROAM ([www.eduroam.es](http://www.eduroam.es)). También ofrece a todos los estudiantes, profesores y personal administrativo un sistema de correo electrónico.

Aplicaciones de soporte a la docencia:

- Intranet de alumnos (intranet.uab.cat)
- Campus virtual (cv2008.uab.cat).
- Depósito de documentos digitales (ddd.uab.cat).

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

## **Biblioteca de Ciencias de la Comunicación y Hemeroteca Central**

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

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

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

#### **1) Fondo documental**

Cuenta con 96.149 libros, la mayoría de los cuales están clasificados según la Clasificación Decimal Universal (CDU). Las principales materias son: comunicación, periodismo, publicidad, relaciones públicas, radio y televisión, cine, documentación y fotografía. Hay que destacar la amplia colección de obras de referencia, el fondo de biblioteconomía y la colección local UAB, es decir, los libros editados por la misma universidad.

#### **2) Diarios y revistas**

En total la Biblioteca dispone de 8.017 colecciones de prensa e información general y 2.915 revistas especializadas de comunicación y documentación. Los últimos años de todas las publicaciones son de libre acceso, mientras que el resto permanece en los depósitos y hay pedirlos para consultarlos. La colección de prensa contiene: prensa extranjera, diarios regionales españoles, diarios de Barcelona y Madrid, prensa local y comarcal catalana, revistas de información general, tanto españolas como extranjeras, revistas editadas por la misma UAB, anuarios, y suplementos de diarios. Los formatos son muy variados: papel, microfilm, CD-ROM y documentos en línea.

#### **3) Mediateca**

La Mediateca cuenta con un fondo de 21.546 documentos audiovisuales en múltiples formatos (vídeos, CD, DVD, casetes, etc.). La mayor parte de los documentos son de libre acceso y se pueden consultar, ya que la Mediateca dispone de los aparatos de visualización y reproducción adecuados. Desde los 20 ordenadores de la planta de la Mediateca se pueden consultar la televisión por Internet (Tv3alacarta), los CD-ROM locales, las bases de datos de la red UAB, el servidor de vídeo y audio digital, los DVD y los CD.

#### **4) Equipamiento informático y audiovisual**

La Biblioteca dispone de 92 ordenadores destinados a los usuarios distribuidos por las diferentes salas de lectura, cabinas y salas de grupo y también 15 puntos de consulta de audiovisuales.

5) Reserva

El fondo de reserva UAB consta de un fondo documental antiguo de temática general impreso entre los siglos XVI y XX.

6) Tesis doctorales

La Biblioteca también es depositaria de los trabajos de investigación de los Departamentos adscritos y de todas las tesis doctorales leídas en la UAB.

Los servicios que ofrece la Biblioteca son los siguientes:

a. Adquisición de documentos

Este servicio se encarga de controlar y gestionar la adquisición del fondo documental.

Los profesores y los alumnos pueden proponer nuevas adquisiciones documentales mediante los formularios de propuesta de compra que hay en los mostradores de Información y de Préstamo, y también en la página web de la biblioteca.

b. Novedades bibliográficas

Mensualmente se publicitan las novedades bibliográficas que se han incorporado a la biblioteca a través de la página web: <http://www.bib.uab.cat/comunica/novbib.htm>

c. Consulta y préstamo

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

La Biblioteca dispone de los siguientes equipamientos:

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

d. Acceso remoto

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

e. Formación de usuarios

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



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

f. Información bibliográfica

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

g. Página Web

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

h. Obtención de documentos

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

i. Reproducciones e impresión de documentos

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

j. Microformas

En la sala de la Hemeroteca hay una importante colección de microformas, la mayoría de diarios antiguos, y de los aparatos lectores-reproductores necesarios para consultarlas.

k. Préstamo de ordenadores portátiles

Se prestan ordenadores portátiles a los usuarios por un periodo máximo de un día para utilizar dentro de la Biblioteca.

l. Red sin hilos

Todas las plantas disponen de acceso a Internet y a los recursos de la red UAB.

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

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

**Red de Bibliotecas de la UAB: Red de servicios**

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

La Universitat Autònoma de Barcelona, para apoyar el estudio, la docencia y la investigación, dispone de una dotación importante de recursos documentales, materiales y de personal preparado adecuadamente. Todos estos recursos (más de un millón de documentos, seiscientas bases de datos, cincuenta mil colecciones de publicaciones periódicas, también en formato electrónico, cerca de cinco mil puestos de lectura, etc.), se organizan para ofrecer los servicios que solicitan los usuarios. Esta carta de servicios es un compromiso formal para garantizar la prestación de estos servicios con un nivel de calidad elevado.

Periódicamente revisamos la carta de servicios, así como sus indicadores de calidad. Regularmente nos sometemos a auditorias y a controles internos y externos. De esto, son una prueba las diferentes acreditaciones de calidad conseguidas (ISO 9001, evaluación de la AQU, certificación de la ANECA, etc.).

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

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

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

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

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

La revisión y mantenimiento del edificio de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, del material docente y de los servicios de la Facultad, incluyendo su actualización, se realizan a varios niveles:

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

Comisiones delegadas de la Junta de Facultad:

- a) Comisión Coordinadora

Está formada por representantes de los diversos departamentos y de todos los estamentos de la Junta (profesores, PAS y estudiantes) y presidida por el Decano asistido por el Secretario Académico y la Administradora de Centro. Su función es la de hacer un seguimiento de los temas de carácter urgente cuando no sea posible convocar la Junta de Facultad.

b) Comisión de Economía y Servicios

Está formada por la Administración de Centro, representantes de todos los departamentos de la Facultad, coordinadores docentes de servicios, estudiantes de la Junta y presidida por la Vicedecana de Economía y Servicios. Su función es la de preparar, debatir, y proponer los asuntos pertinentes relacionados con la actividad económica, los servicios, las infraestructuras y los equipamientos de la Facultad.

c) Comisión de Docencia y Estudios

Está formada por representantes de los diversos departamentos y de todos los estamentos de la Junta (profesores, PAS y estudiantes) y presidida por el Vicedecano de Docencia y Estudios. Su función es la de preparar, debatir y proponer cualquier asunto relacionado con la docencia, la ordenación académica y estudios.

d) Comisión de Intercambios

Está formada por el Coordinador y Tutores de Intercambios, Coordinadores de Titulación, representantes de los estudiantes de la Comisión de Docencia y PAS y presidida por el Vicedecano de Docencia y Estudios. Su función es la de acordar las políticas, programas y actividades de intercambios y realizar el seguimiento de los intercambios de estudiantes

e) Comisión de Biblioteca

Está formada por representantes de los Departamentos, estudiantes de la Junta de Facultad, el/la director/a del servicio de bibliotecas, responsable y miembros del PAS de la Biblioteca y Hemeroteca de la Comunicación, Administradora de Centro, coordinadora de la Biblioteca y presidida por la Vicedecana de Economía y Servicios. Su función es coordinar el fondo bibliográfico, aprobar las nuevas adquisiciones, desarrollar y coordinar la implementación de nuevas tecnologías y velar por las buenas praxis de los usuarios.

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

### **Servicios Centrales de la Universidad**

La Unidad de Infraestructuras y de Mantenimiento de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) tiene dentro de sus funciones principales: 1) Garantizar el funcionamiento correcto de las instalaciones, infraestructura y urbanización del campus; y 2) Dirigir y supervisar las mejoras a efectuar en las infraestructuras de la UAB.

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

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

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

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

- Mantenimiento de instalaciones contra incendios
- Mantenimiento de pararrayos
- Mantenimiento de estaciones transformadoras (media tensión)
- Mantenimiento de aire comprimido
- Mantenimiento de grupos electrógenos
- Mantenimiento de barreras de parking
- Mantenimiento de cristales
- Mantenimiento de ascensores (80 unidades)
- Desratización y desinsectación

### **Criterios de accesibilidad en la UAB**

Los Estatutos de la UAB especifican en el artículo 3.1 las aspiraciones que orientan al gobierno de nuestra universidad: *"Para desarrollar sus actividades, la Universidad Autónoma de Barcelona se inspira en los principios de libertad, democracia, justicia, igualdad y solidaridad"*. Nuestra comunidad ha manifestado a lo largo de los años su sensibilidad por la situación de las personas con discapacidad, particularmente en relación con el alumnado. Por otra parte, se han llevado a cabo una serie de iniciativas orientadas a favorecer la inclusión en el caso del personal de administración y servicios y del personal académico.

La Junta de Gobierno de la UAB aprobó el 18 de noviembre de 1999 el Reglamento de igualdad de oportunidades para las personas con necesidades especiales, que regula las actuaciones de la universidad en materia de discapacidad. El reglamento pretende conseguir el efectivo cumplimiento del principio de igualdad en sus centros docentes y en todas las instalaciones propias, adscritas o vinculadas a la UAB, así como en los servicios que se proporcionan. Para ello se inspira en los criterios de accesibilidad universal y diseño para todos según lo dispuesto en la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad que se extiende a los siguientes ámbitos:

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

Además, la UAB a través del Observatorio para la Igualdad, tiene establecido un Plan de acción para la igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad con el propósito de agrupar en un solo documento el conjunto de iniciativas que se llevan a cabo, a la vez que se asume como responsabilidad institucional la inclusión de las personas con discapacidad, con el objetivo de hacer la comunidad un espacio inclusivo.

### **7.2. Recursos materiales y servicios disponibles con las entidades colaboradoras**

La titulación propuesta no requiere de entidades colaboradoras de las que se necesiten servicios disponibles específicos. En cualquier caso, sí hay firmados convenios de colaboración con varias organizaciones para la realización de las prácticas optativas en cuarto curso por parte de los estudiantes. A cinco años vista, se pueden firmar más convenios con otras empresas que se adecuen al perfil de los estudiantes egresados, por ejemplo, los propios medios de comunicación que precisan expertos para gestionar sus webs, integrarse en equipos de investigación de periodismo de datos, etc.

### 7.3. Previsión de recursos materiales y servicios necesarios

No se prevé la necesidad de más recursos materiales ni servicios de los que ya disponen la UAB y la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

## 8. RESULTADOS PREVISTOS

### 8.1. Indicadores

Los informes de acreditación de las titulaciones de Grado y de Máster de la Facultad, subrayan que la serie temporal de los indicadores académicos es coherente con la tipología de estudiantes y las titulaciones equivalentes.

	cohort	2010/11	2011/12	2012/13
<b>Grado en Comunicación Audiovisual</b>	<b>Graduación</b>	81%	75%	85%
	<b>Abandono</b>	10%	20%	16%
<b>Grado en Periodismo</b>	<b>Graduación</b>	73%	75%	81%
	<b>Abandono</b>	19%	17%	16%

	Curso académico	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
<b>Grado en Comunicación Audiovisual</b>	<b>Eficiencia</b>	99%	99%	97%	98%
<b>Grado en Periodismo</b>	<b>Eficiencia</b>	97%	97%	97%	95%

Los programas de Grado de la Facultad presentan indicadores adecuados para sus previsiones iniciales. El análisis de los indicadores de los grados subraya que la serie temporal de los indicadores académicos es coherente con la tipología de estudiantes y las titulaciones equivalentes y son, mejores que los resultados previstos en cuanto a graduación, con una media del 82% y en cuanto a la tasa de eficiencia cuya media obtenida es del 97,3%, una cifra superior a la tasa prevista (95,7%). La tasa de abandono, con resultados dispares en el periodo (2012/2013), se situó por encima del proyectado para las titulaciones.

Los programas de Máster de la Facultad presentan indicadores adecuados para sus previsiones iniciales. El análisis de los indicadores del Máster de Investigación en Comunicación y Periodismo subraya que la serie temporal de los indicadores académicos es coherente con la tipología de estudiantes y las titulaciones equivalentes y son, mejores que los resultados previstos en cuanto a graduación, con una media del 83%. La tasa de eficiencia tuvo como media el 98%, una cifra muy superior a la tasa prevista (85%). La tasa de abandono, con resultados dispares en el periodo (2009-2015), se situó un punto por debajo del proyectado para la titulación (10%). El Máster de Contenidos de Comunicación y Audiovisual y Publicidad, presenta una tasa de graduación del 88%, tres puntos por encima de su previsión; una tasa de abandono del 8%, dos puntos por debajo del 10% previsto, y una tasa de eficiencia del 100%. La misma tasa de eficiencia está presente tanto en el Máster de Medios, Comunicación y Cultura y en el Máster de Planificación Estratégica en Publicidad y Relaciones Públicas. El Máster de Medios, Comunicación y Cultura presenta una tasa de graduación 13 puntos superior a la prevista (80%) y una tasa de abandono que se mantiene sobre el 6% para los últimos años y que se ubica muy por debajo del

20% previsto. En cuanto al Máster de Planificación Estratégica en Publicidad y Relaciones Públicas, su tasa de abandono se sitúa en el 3%, con una previsión del 15%; mientras que su tasa de graduación alcanza el 97%, 12 puntos más que el 85% previsto inicialmente.

A partir de los indicadores descritos anteriormente, la propuesta de Grado en Comunicación de las Organizaciones se plantea con los siguientes indicadores académicos:

TASAS	%
GRADUACIÓN	75
ABANDONO	15
EFICIENCIA	95

## 8.2. Procedimiento general de la universidad para valorar el progreso y resultados de aprendizaje

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

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

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

El punto 2 se aborda desde la perspectiva de encuestas a los recién egresados, estudios de inserción laboral, foros de discusión de profesores y estudiantes a nivel de cada titulación, reuniones periódicas con los tutores de prácticas externas y la incorporación, en los tribunales de evaluación (aquellos que los tuviesen) de los Trabajos Fin de Grado de profesionales externos a la universidad.

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

### 8.2.1. Recogida de evidencias

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

---

<sup>1</sup> Modificació de la normativa Acadèmica RD 1393/2007. Aprovada a la Comissió d'Afers Acadèmics 28.03.2017

La recogida de evidencias se ataca desde la perspectiva de las materias. En cada materia y, por ende, en cada asignatura que forma parte de ella, se garantiza la adquisición de las competencias correspondientes a través de las actividades de evaluación programadas.

Es responsabilidad del equipo de Coordinación de la titulación, con la colaboración de los departamentos y el Centro, (1) distribuir las competencias y resultados de aprendizaje de cada materia entre las asignaturas que la componen, (2) definir la estrategia que se utilizará para evaluar la adquisición de las competencias por parte del estudiante, de acuerdo con la normativa de la UAB y los criterios generales establecidos por el Centro, y (3) velar por que así se realice. Las competencias asociadas a cada asignatura y la estrategia de evaluación de las mismas quedan reflejadas, con carácter público, en la Guía Docente de la asignatura, que a su vez es validada por el Centro.

Es responsabilidad del equipo docente de la asignatura definir la forma concreta en que la estrategia de evaluación se aplicará entre los estudiantes, realizar dicha evaluación, informar a los estudiantes de los resultados obtenidos (haciéndoles ver sus fortalezas y debilidades, de modo que la evaluación cumpla su misión formadora), y analizar los resultados, comparándolos con los esperados y estableciendo medidas de mejora en el desarrollo de la asignatura cuando se estime conveniente.

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

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

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

Visión de los estudiantes:

La universidad dispone de dos vías para conocer la opinión del propio estudiante sobre la adquisición de competencias:

1. Las Comisiones de titulación y/o las reuniones periódicas de seguimiento de las titulaciones, en las que participan los estudiantes, y
2. La encuesta a titulados, que se administra a los estudiantes cuando solicitan su título (procesos PS6 -Satisfacción de los grupos de interés-).

Visión de los profesores:

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

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

Las prácticas profesionales, Prácticas externas, prácticas integradoras en hospitales, el Trabajo Fin de Grado y espacios docentes similares son los lugares más adecuados para realizar esta valoración puesto que recogen un número significativo de competencias de la titulación a la vez que suponen en muchos casos la participación de personal ajeno a la universidad y vinculado al mundo profesional. El seguimiento del estudiante por parte del tutor o tutores en estos espacios de

aprendizaje es mucho más individualizado que en cualquier otra asignatura, de modo que éstos pueden llegar a conocer significativamente bien el nivel de competencia del estudiante.

En esta línea, se aprovecha el conocimiento que los tutores internos (profesores) y los tutores externos (profesionales) adquieren sobre el nivel de competencia alcanzado por los estudiantes para establecer un mapa del nivel de competencia de sus egresados. Es responsabilidad del equipo de Coordinación de la titulación, con el soporte de los Centros, definir estrategias de consulta entre los tutores internos (profesores) y externos (profesionales) de las prácticas externas, Prácticas externas, prácticas en hospitales, trabajos fin de grado y similares.

Finalmente, el proceso PS7 (Inserción laboral de los graduados) del SGIC proporcionan un tipo de evidencia adicional: los resultados del estudio trianual de AQU Catalunya sobre la inserción laboral de los egresados.

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

- a) La documentación generada en las consultas a los tutores internos y externos de las actividades enumeradas anteriormente (mapa de adquisición de las competencias),
- b) Los resultados de la encuesta de graduados, y
- c) Los resultados de los estudios de inserción laboral.

### **8.2.2. Análisis de las evidencias**

El equipo de coordinación de la titulación, a través del proceso de seguimiento PC7 –Seguimiento, evaluación y mejora de las titulaciones- definido en el SGIC, analiza periódicamente la adecuación de las actividades de evaluación a los objetivos de la titulación de acuerdo con las evidencias recogidas, proponiendo nuevas estrategias de evaluación cuando se consideren necesarias.

### **8.2.3. Responsables de la recogida de evidencias y de su análisis**

Recogida de evidencias:

- 1. Pruebas y actividades de evaluación: El profesor responsable de la asignatura, de acuerdo con la normativa de custodia de pruebas de la universidad,
- 2. Indicadores de resultados académicos: Estos indicadores se guardan en la base de datos de la universidad y los aplicativos informáticos propios del sistema de seguimiento de las titulaciones.
- 3. Consultas a profesores y estudiantes sobre su grado de satisfacción con las estrategias de evaluación de la titulación: El equipo de coordinación de la titulación.
- 4. El “mapa de adquisición de las competencias”: El equipo de coordinación de la titulación.
- 5. Los resultados de la encuesta a titulados y de los estudios de inserción laboral: oficina técnica responsable del proceso de VSMA de las titulaciones, Oficina de Calidad Docente (OQD)

Análisis de las evidencias:

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



## 9. SISTEMA DE GARANTIA INTERNA DE CALIDAD

Manual SGIQ Facultad de Ciencias de la Comunicación

## 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

### 10.1. Cronograma de implantación de la titulación

#### Cronograma de implantación del Grado en Comunicación de las Organizaciones

	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Primer curso del Grado	X	X	X	X
Segundo Curso del Grado		X	X	X
Tercer Curso del Grado			X	X
Cuarto Curso del Grado				X

X = curso académico con docencia.

### 10.2. Procedimiento de adaptación de los estudiantes procedentes de planes de estudio existentes

No se requiere un proceso de adaptación porque se trata de un grado emergente.

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

No se extingue ningún título de Grado.

## ANEXO A: MODELO DE CONVENIO DE PRÁCTICAS DE LA FACULTAD

### CONVENI ESPECÍFIC DE COOPERACIÓ EDUCATIVA PER A LA REALITZACIÓ DE PRÀCTIQUES ACADÈMIQUES EXTERNES (CURRICULARS) EN ENTITATS COL-LABORADORES

El/La Sr/Sra. (nom i cognoms), com a degà/ana o director/a o coordinador/a de la Facultat/Escola de XXXX, en nom i representació de la Universitat Autònoma de Barcelona, amb NIF Q0818002H, amb domicili a Campus universitari, s/n, 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), per delegació del rector segons la resolució de (resolució).

El/La Sr/Sra. (nom i cognoms), com a (càrrec), en nom i representació de (nom empresa i/o institució), domiciliada a (adreça), de (població i CP), amb NIF XXXXXXXXX.

El/La Sr/Sra. (nom i cognoms), amb DNI/NIE 00000000X, estudiant de (estudis i centre), amb domicili a (dades de contacte).

Les parts reconeixen que tenen les condicions necessàries per a la signatura d'aquest conveni d'acord amb la normativa següent:

- El Reial decret 592/2014, d'11 de juliol, pel qual es regulen les pràctiques acadèmiques externes dels estudiants universitaris.
- L'Estatut de l'estudiant universitari, aprovat per Reial decret 1791/2010 de 30 de desembre.
- La normativa de pràctiques acadèmiques externes, aprovada pel Consell de Govern de la UAB el 10 de desembre de

2014. I, en conseqüència, formalitzen aquest conveni conforme als **ACORDS** següents:

<b>1. Condicions de les pràctiques</b>			
Assignatura:		Codi:	Nombre de crèdits:
Total d'hores:	Data d'inici:	Data de finalització (*):	
Dies de la setmana:	Horari:	Total hores dia:	
Lloc (adreça) on es duran a terme:			
Departament/Àrea/Servei on es duran a terme:			
Ajut a l'estudi (€/hora) (1):	(1) Import sotmès a la retenció mínima del 2% d'IRPF de conformitat amb el RD 0439/2007, de 30 de març, a les disposicions del RD 1493/2011, de 24 d'octubre, pel qual es regulen les condicions d'inclusió al règim general de la Seguretat Social de les persones que participin en programes de formació i a la disposició addicional vint-i-cinquena del RD 8/2014, de 4 de juliol, d'aprovació de mesures urgents per al creixement, la competitivitat i l'eficiència.		
(*) Tenint en compte que l'estudiant té dret al règim de permisos establert per la legislació vigent.			

<b>2. Projecte formatiu de l'estada de pràctiques</b>			
Motivació i objectiu de l'estada de pràctiques:			
Tasques i funcions:			
Forma prevista de seguiment per part del tutor de l'entitat col·laboradora:			
Competències que ha d'adquirir l'estudiant durant l'estada de pràctiques:			
Competències bàsiques:	Desenvolupament del pensament i del raonament crític	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
	Comunicació efectiva	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
	Desenvolupament d'estratègies d'aprenentatge autònom	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
	Respecte per la diversitat i la pluralitat d'idees, de persones i de situacions	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
	Generació de propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Competències genèriques i/o específiques (2):			
(2) Les competències establertes per la Universitat per a cada un dels estudis es troben a la pàgina web de la UAB (dins de cada titulació, a la pestanya Pla d'estudis > Competències).			

#### 3. Tutor de l'entitat col·laboradora

L'entitat col·laboradora designa com a tutor/a de les pràctiques el/La Sr/Sra. (nom i cognoms), en qualitat de (professió o càrrec), i queda nomenat/da com a tutor/a de pràctiques externes de la UAB. Les seves obligacions són fixar el pla de treball de l'estudiant, vetllar per la seva formació, informar-lo de la normativa d'interès, especialment la de seguretat i riscos laborals, fer el seguiment de l'estada i avaluar la seva activitat de conformitat amb la normativa de pràctiques acadèmiques externes de la UAB.

#### 4. Tutor acadèmic

La Universitat Autònoma de Barcelona designa com a tutor/a de les pràctiques el/La Sr/Sra. (nom i cognoms), en qualitat de (professor/a xxx).

## 5. Informes

Un cop finalitzades les estades de pràctiques, l'estudiant i el/la tutor/a de l'entitat col·laboradora han d'elaborar una memòria i un informe final i presentar-lo en el termini màxim de 15 dies, segons el model establert per la Universitat al web <http://www.uab.cat/web/estudiar/grau/informacio-academica/practiques-externes-1345662180331.html>

## 6. Inexistència de relació laboral

La realització de les pràctiques no comporta cap relació laboral ni funcional ni implica prestació de serveis per part de l'estudiant. Les pràctiques previstes en aquest conveni tenen una naturalesa estrictament acadèmica.

## 7. Dades de caràcter personal

Les parts garanteixen el compliment de la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal i de la normativa que la desenvolupa. Les parts es comprometen a no fer ús de les dades per a una finalitat diferent de la que motiva el desenvolupament del present conveni de pràctiques i a no comunicar-les a tercers sense el consentiment de les persones interessades, així com a complir les mesures de seguretat i altres obligacions derivades de la legislació de protecció de dades de caràcter personal.

## 8. Rescissió del conveni

En qualsevol moment, si concorren causes que així ho recomanin, es pot rescindir el conveni per iniciativa de qualsevol de les parts.

## 9. Resolució de conflictes

Qualsevol controvèrsia que pugui sorgir de l'aplicació, la interpretació o l'execució del conveni s'ha de resoldre de mutu acord entre les parts. Si això no és possible, les parts renuncien al seu propi fur i se sotmeten al jutjat i tribunals de Barcelona.

Amb la signatura d'aquest document tant l'estudiant participant en el programa de pràctiques com l'entitat col·laboradora accepten les condicions recollides en aquest document i manifesten que coneixen la normativa aplicable, així com els seus drets i les seves obligacions.

I com a prova de conformitat, les parts signen el present conveni en tres exemplars, en el lloc i la data esmentats més avall.

Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), XX de XX  
de XXXX.

Per la Universitat Autònoma de Barcelona

L'estudiant

Per l'entitat col·laboradora

Degà/ana o director/a (signatura i segell)

(signatura)

(signatura i segell)

## ANEXO B: LISTA DE UNIVERSIDADES CON CONVENIOS DE MOVILIDAD

### UAB EXCHANGE PROGRAMME - / CURS 2018-2019

Per tenir informació específica sobre documentació, requisitis, terminis sol·licituds, etc, aneu al Mapa de Destinacions

<https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1rkChNvxuFQCdarrJsvOFpgkL05M&ll=6.232750710339516%2C0&z=2>

\* Universitats actualitzades el 27 d'octubre de 2017

PAÍS	UNIVERSITAT	CODI UNIVERSITAT	PLACES	DURADA DE L'ESTADA	OBSERVACIONS I LINK PÁG. INTERCANVIS
Argentina	<a href="#">Universidad Argentina de la Empresa</a>	ARGBUENOSA05	1	1 curs o 1 semestre	
Argentina	<a href="#">Universidad Austral</a>	ARGBUENOSA17	2	1 curs o 1 semestre	Cal tenir una mitjana de 2,5 sobre 4 o equivalent. No disposen d'allotjament dins del campus.
Argentina	<a href="#">Universidad Nacional de San Martín</a>	ARGSANMART01	2	1 curs o 1 semestre	
Brasil	<a href="#">Escola Superior de Propaganda e Marketing</a>	BRASAOPAU14	2	1 semestre	
Brasil	<a href="#">Universidade Federal de Goiás</a>	BRAGOIANIA01	2	1 curs o 1 semestre	
Colòmbia	<a href="#">Universidad Autónoma del Caribe</a>	COLBARRANQ01	2	1 curs o 1 semestre	
Colòmbia	<a href="#">Universidad del Norte</a>	COLBARRANQ03	2	1 curs o 1 semestre	
Colòmbia	<a href="#">Universidad Jorge Tadeo Lozano</a>	COLCARTAGE03	1	1 semestre	
Colòmbia	<a href="#">Universidad Pontificia Bolivariana</a>	COLMEDELLI06	1	1 curs o 1 semestre	Entra en vigor el curs 2018/19
Dominicana, Rep.	<a href="#">Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra</a>	DOMSANTIAGO1	1	1 curs o 1 semestre	
Mèxic	<a href="#">I.T. Y De Est. Superiores de Monterrey</a>	MEXMONTERR01	3	1 curs o 1 semestre	
Xile	<a href="#">Pontificia Universidad Católica de Chile</a>	CHISANTIAGOCH08	1	1 curs o 1 semestre	

#### NOTA IMPORTANT:

\* És responsabilitat de l'estudiant comprovar a la web de la universitat de destinació els requeriments de coneixement de la llengua de docència, assignatures que es poden cursar, nombre d'ECTS mínim a cursar o qualsevol altre requeriment

**DESTINACIONS ERASMUS 2018/19 - FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ**

PAÍS	UNIVERSITAT / ÀREA DE CONEIXEMENT	CODI UNIV	Nº PLACES	MESOS
Alemanya	<b>FREIE UNIVERSITÄT BERLIN</b> (Journalism and information)	D BERLIN01	2	5
Alemanya	<b>UNIVERSITÄT DER KÜNSTE BERLIN</b> (Marketing and advertising)	D BERLIN03	4	5
Alemanya	<b>FILMUNIVERSITÄT BABELSBERG KONRAD WOLF</b> (Photography, Cinematography)	D POTSDAM02	2	5
Bèlgica	<b>UNIVERSITE LIBRE DE BRUXELLES</b> (Journalism and reporting)	B BRUXEL04	2	5
Bèlgica	<b>HAUTE ECOLE GALILEE - IHECS (INST.HAUTES ETUD.COMMUNIC.SOC)</b> (Journalism / Advertising / Audio-visual-Media)	B BRUXEL84	5	5
Bèlgica	<b>HAUTE ECOLE LIBRE DE BRUXELLES ILYLIA PRIGOGINE</b> (Audio-visual techniques and media) <b>NOMÉS ESTUDIANTS DE COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL</b>	B BRUXEL85	2	5
Bèlgica	<b>UNIVERSITEIT GENT</b> (Journalism and information)	B GENT01	4	5
Bèlgica	<b>KATHOLIEKE UNIVERSITEIT LEUVEN</b> (Journalism and reporting)	B LEUVEN01	2	5
Dinamarca	<b>ÅRHUS UNIVERSITET</b> (Journalism and information)	DK ARHUS01	1	5
Dinamarca	<b>KØBENHAVNS UNIVERSITET</b> (Journalism and information)	DK KOBENHA01	1	5
Dinamarca	<b>ROSKILDE UNIVERSITETSCENTER</b> (Journalism and reporting)	DK ROSKILD01	1	5
França	<b>UNIVERSITE STENDHAL - GRENOBLE III</b> (Journalism and information)	F GRENOBL03	2	10
França	<b>UNIVERSITE LUMIERE LYON II</b> (Journalism and information)	F LYON02	4	5
França	<b>UNIVERSITE DE LA SORBONNE NOUVELLE (PARIS III)</b> (Journalism and information)	F PARIS003	4	5
França	<b>UNIVERSITE DE PARIS-NANTERRE (PARIS X)</b> (Journalism and reporting)	F PARIS010	1	5
Grècia	<b>NATIONAL AND KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS</b> (Communication Studies)	G ATHINE01	2	5
Itàlia	<b>ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITÀ DI BOLOGNA</b> (Journalism and reporting)	I BOLOGNA01	2	5
Itàlia	<b>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CAGLIARI</b> (Communication Studies)	I CAGLIARI0	2	5
Itàlia	<b>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI FIRENZE</b> (Journalism and information)	I FIRENZE01	8	5
Itàlia	<b>UNIVERSITÀ DEL SALENTO</b> (Journalism and information)	I LECCE01	2	5
Itàlia	<b>UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE DI MILANO</b> (Journalism and information)	I MILANO03	2	5

Itàlia	<b>LIBERA UNIVERSITÀ' DI LINGUE E COMUNICAZIONE IULM DI MILANO</b> (Journalism and information)	I MILANO05	4	5
Itàlia	<b>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MODENA E REGGIO EMILIA</b> (Campus Reggio Emilia) (Journalism and information)	I MODENA01	2	5
Itàlia	<b>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA 'IL BO'</b> (Social Sciences, Journalism and Information)	I PADOVA01	2	5
Itàlia	<b>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA</b> (Journalism and information)	I PAVIA01	2	5
Itàlia	<b>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PERUGIA</b> (Journalism and information)	I PERUGIA01	2	5
Itàlia	<b>UNIVERSITÀ DI PISA</b> (Journalism and information)	I PISA01	2	5
Itàlia	<b>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA 'LA SAPIENZA'</b> (Journalism and information)	I ROMA01	2	5
Itàlia	<b>LIBERA UNIVERSITÀ 'MARIA SS. ASSUNTA' DI ROMA</b> (Journalism and information)	I ROMA04	2	5
Itàlia	<b>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SIENA</b> (Journalism and information)	I SIENA01	4	5
Itàlia	<b>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO</b> (Audio-visual techniques and media production)	I TORINO01	4	5
Itàlia	<b>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE</b> (Journalism and information)	I UDINE01	2	5
Noruega	<b>UNIVERSITETET I BERGEN</b> (Journalism and reporting)	N BERGEN01	2	5
Paisos Baixos	<b>RIJKSUNIVERSITEIT GRONINGEN</b> (Journalism and information)	NL GRONING01	2	5
Paisos Baixos	<b>HANZEHOGESCHOOL - HOGESCHOOL VAN GRONINGEN</b> (Journalism and reporting)	NL GRONING03	2	5
Paisos Baixos	<b>RADBOD UNIVERSITEIT NIJMEGEN - Faculty of Social Sciences</b> (Communication and Information Sciences)	NL NIJMEGE01	2	5
Paisos Baixos	<b>RADBOD UNIVERSITEIT NIJMEGEN - Faculty of Arts</b> (Journalism and information) <b>NOMÉS ESTUDIANTS DE PERIODISME</b>	NL NIJMEGE01	2	5
Polònia	<b>UNIWERSYTET ŁÓDZKI</b> (Marketing and advertising)	PL LODZ01	2	5
Portugal	<b>UNIVERSIDADE DO MINHO</b> (Journalism and reporting)	P BRAGA01	2	5
Portugal	<b>UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA</b> (Journalism and information)	P LISBOA01	4	5
Portugal	<b>ENSILIS Educação e Formação, Unipessoal, Lda</b> <b>Faculty: IADE – Universidade Europeia</b> (abans Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing) (Marketing and advertising)	P LISBOA08	1	5
Portugal	<b>UNIVERSIDADE LUSÓFONA DO PORTO</b> (Communication studies)	P PORTO57	2	5
Suècia	<b>LINNAEUS UNIVERSITY</b> (Journalism and information)	S VAXJO03	2	5
Suïssa	<b>UNIVERSITA DELLA SVIZZERA ITALIANA</b> (Journalism and information)	CH LUGANO01	4	5

Turquia	<b>GALATASARAY UNIVERSITESI</b> (Journalism and information)	TR ISTANBU02	2	5
Txeca, República	<b>UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE</b> (Journalism and reporting)	CZ PRAHA07	3	5

## ANEXO II

### **Normativa académica de la Universidad Autónoma de Barcelona aplicable a los estudios universitarios regulados de conformidad con el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio**

*(Texto refundido aprobado por acuerdo de Consejo de Gobierno de 2 de marzo 2011 y modificado por acuerdo de Consejo Social de 20 de junio de 2011, por acuerdo de Consejo de Gobierno de 13 de julio de 2011, por acuerdo de Consejo de Gobierno de 14 de marzo de 2012, por acuerdo de Consejo de Gobierno de 25 de abril de 2012, por acuerdo de Consejo de Gobierno de 17 de julio de 2012, por acuerdo de la Comisión de Asuntos Académicos de 11 de febrero de 2013, por acuerdo de Consejo de Gobierno de 14 de marzo de 2013, por acuerdo de Consejo de Gobierno de 5 de junio 2013, por acuerdo de 9 de octubre de 2013, por acuerdo de 10 de diciembre de 2013, por acuerdo de 5 de Marzo de 2014, por acuerdo de 9 de abril de 2014, por acuerdo de 12 de junio de 2014, por acuerdo de 22 de Julio de 2014, por acuerdo de 10 de diciembre de 2014, por acuerdo de 19 de marzo de 2015, por acuerdo de 10 de mayo de 2016, por acuerdo de 14 de julio de 2016, por acuerdo de 27 de septiembre de 2016, por acuerdo de 8 de noviembre de 2016, por acuerdo de 23 de marzo de 2017 y por acuerdo de 12 de julio de 2017)*

### **Título I. Acceso a los estudios universitarios de grado**

#### **Capítulo I. Disposiciones generales**

#### **Artículo 3. Ámbito de aplicación**

1. El objeto de este título es regular las condiciones para el acceso a los estudios de grado de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), en desarrollo de lo establecido en el Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión en las universidades públicas españolas.
2. Podrán ser admitidas a los estudios universitarios de grado de la UAB, en las condiciones que se determinen en este título y en la legislación de rango superior, las personas que reúnan alguno de los requisitos siguientes:
  - a) Tener el título de bachillerato o equivalente.
  - b) Tener el título de técnico superior o técnico deportivo superior.
  - c) Proceder de los sistemas educativos extranjeros regulados en el capítulo III del Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre.
  - d) Acreditar experiencia laboral o profesional, de acuerdo con lo previsto en la Ley orgánica 6/2001, de universidades; la Ley 4/2007, de reforma de la LOU, y el Real Decreto 1892/2008.
  - e) Tener más de 25 años y cumplir los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, y en el Real Decreto 1892/2008.
  - f) Tener más de 45 años y cumplir los requisitos establecidos en la Ley orgánica 6/2001, de universidades; a la Ley 4/2007, de reforma de la LOU, y al Real Decreto 1892/2008.
  - g) Tener una titulación universitaria oficial o equivalente.
  - h) Haber cursado parcialmente estudios universitarios oficiales españoles.
  - e) Haber cursado estudios universitarios extranjeros parciales o totales sin homologación.
3. Todos los preceptos de este título se interpretarán adoptando como principios fundamentales la igualdad, el mérito y la capacidad.



## **Capítulo II. Acceso con estudios de educación secundaria**

### **Sección 1ª. Acceso con el título de bachillerato o equivalente**

#### **Artículo 4. Acceso con el título de bachillerato o equivalente**

1. Las personas que estén en posesión del título de bachillerato o equivalente deben superar unas pruebas de acceso a la universidad (PAU) de carácter objetivo para poder acceder a los estudios de grado de la UAB.
2. Las PAU se estructuran en dos fases:
  - a) Fase general, de carácter obligatorio, la aprobación de la cual da acceso a la universidad. Esta fase valora la madurez y las destrezas básicas de las personas candidatas.
  - b) Fase específica, de carácter voluntario, que sirve para calcular la nota de admisión de los estudios solicitados. En esta fase, se evalúan los conocimientos adquiridos en los ámbitos concretos relacionados con los estudios solicitados.
3. Se encarga la redacción y la aprobación de la normativa de las PAU al Consejo Interuniversitario de Cataluña.
4. Se encarga la coordinación de las PAU a la Oficina de Organización de las Pruebas de Acceso a la Universidad, que depende del departamento de la Generalidad de Cataluña con competencia de universidades. Esta coordinación incluye las gestiones relativas a la matrícula de los candidatos y la elaboración del calendario de trámites, de los exámenes y de los criterios de corrección.
5. A efectos del cálculo de la nota de admisión establecida en el artículo 14 del Real Decreto 1892/2008, el vicerrectorado encargado de los estudios de grado de la UAB elaborará, a propuesta de los centros que los imparten, las listas de parámetros de ponderación de las materias de la fase específica de las PAU correspondientes a todos los estudios de grado de la UAB. Esta lista se elevará al Consejo Interuniversitario de Cataluña para su aprobación.
6. Se encargan los trámites para la admisión de los candidatos por esta vía a la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad, que depende del departamento de la Generalidad de Cataluña con la competencia de universidades.

### **Sección 2ª. Acceso con el título de técnico superior**

#### **Artículo 5. Acceso con el título de técnico superior**

1. Las personas en posesión de los títulos de técnico superior de formación profesional, técnico superior de artes plásticas o diseño, o técnico deportivo superior pueden acceder a los estudios de grado de la UAB sin necesidad de realizar ninguna prueba.
2. A efectos del cálculo de la nota de admisión establecida en el artículo 26 del Real Decreto 1892/2008, el vicerrectorado encargado de los estudios de grado de la UAB elaborará, a propuesta de los centros que los imparten, las listas de parámetros de ponderación de los módulos de los ciclos formativos correspondientes a todos los estudios de grado de la UAB. Esta lista será elevada al Consejo Interuniversitario de Cataluña para su aprobación.
3. Se encargan los trámites para la admisión de los candidatos por esta vía a la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad, que depende del departamento de la Generalidad de Cataluña con la competencia de universidades.

### **Sección 3ª. Acceso desde sistemas educativos extranjeros**

#### **Artículo 6. Acceso desde sistemas educativos extranjeros**

1. Las personas provenientes de un sistema educativo de la Unión Europea o de otros países con los que España haya firmado convenios específicos pueden acceder a los estudios de grado de la UAB sin necesidad de hacer ninguna prueba, siempre que acrediten que tienen acceso a la universidad del sistema educativo de origen mediante un certificado emitido por la institución designada por el

ministerio con competencias. Con el fin de obtener una nota de admisión mejor, estas personas pueden presentarse a la fase específica de las PAU.

2. Las personas con estudios extranjeros no incluidos en el apartado anterior y que quieran acceder a los estudios de grado de la UAB deben superar unas pruebas de acceso organizadas por la institución designada por el ministerio con competencias, y deben haber homologado previamente sus estudios al título español de bachillerato.

3. Se encargan los trámites para la admisión de los candidatos por esta vía a la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad, que depende del departamento de la Generalidad de Cataluña con la competencia de universidades.

### **Capítulo III. Acceso para personas mayores de 25 años**

#### **Artículo 7. Pruebas de acceso a la universidad para mayores de 25 años**

1. Se encarga la redacción y aprobación de la normativa de las pruebas de acceso a la universidad para mayores de 25 años al Consejo Interuniversitario de Cataluña.

2. Se encarga la coordinación de estas pruebas a la Oficina de Organización de las Pruebas de Acceso a la Universidad, que depende del departamento de la Generalidad de Cataluña con competencia de universidades. Esta coordinación incluye las gestiones relativas a la matrícula de los candidatos y la elaboración del calendario de los trámites, de los exámenes y de los criterios de corrección.

#### **Artículo 8. Admisión a la UAB**

1. Se encargan los trámites para la admisión de los candidatos por esta vía a la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad, que depende del departamento de la Generalidad de Cataluña con la competencia de universidades.

2. Los candidatos que opten a la admisión a un estudio de grado de la UAB por esta vía tienen reservado un tres por ciento de las plazas. En el caso de los estudios con una oferta menor a cincuenta plazas, se ofrecerá una por esta vía.

### **Capítulo IV. Acceso mediante la acreditación de la experiencia laboral o profesional**

#### **Artículo 9. Requisitos**

Podrán solicitar la admisión en la UAB por esta vía las personas que cumplan los requisitos siguientes:

- a) Tener 40 años antes del 1 de octubre del año en que se solicita la admisión.
- b) No poseer ninguna titulación académica que habilite para acceder a la universidad por otras vías.
- c) Acreditar una experiencia laboral o profesional en relación con una enseñanza de grado.

#### **Artículo 10. Solicitudes**

1. Cada curso se abrirá un único plazo de solicitud para todos los estudios de grado ofrecidos por la UAB; este plazo estará establecido en el calendario académico. Los candidatos dirigirán una solicitud al rector de la UAB para un único estudio y centro determinado. En el mismo curso no se podrá solicitar la admisión por esta vía a ninguna otra universidad catalana.

2. Las personas interesadas disponen de un número ilimitado de convocatorias, pero sólo podrán presentar una solicitud por convocatoria.

3. El precio público de la solicitud de admisión por esta vía será el de la tasa establecida por la Generalidad de Cataluña para la realización de las pruebas de acceso a la universidad para personas mayores de 45 años.

4. La solicitud de admisión deberá estar acompañada de la siguiente documentación:

- a) Currículum documentado.
- b) Certificado de vida laboral, expedido por el organismo oficial competente.
- c) Carta de motivación.
- d) Declaración jurada de que el interesado no posee ninguna titulación académica que lo habilite para el acceso a la universidad, y que no solicita la admisión por esta vía a ninguna otra universidad.

- e) Original y fotocopia del DNI, NIE o pasaporte.
- f) Resguardo de ingreso del importe del precio público de la solicitud.
- g) Documentación acreditativa de exención o bonificación de este precio público.
- h) Cualquier otra documentación que el interesado crea conveniente.

#### **Artículo 11. Comisión de evaluación**

1. En cada convocatoria se constituirá una comisión de evaluación en los centros con solicitudes, que estará encargada de evaluar la experiencia acreditada, citar los candidatos, llevar a cabo las entrevistas, evaluarlas con las calificaciones de apto/a o no apto/a y emitir un acta en la que se propondrá la aceptación o denegación de la solicitud.
2. Las comisiones de evaluación estarán constituidas por las siguientes personas:
  - a) El decano o decana, o el director o directora del centro, que ocupará la presidencia de la comisión y tendrá voto de calidad.
  - b) El vicedecano, o el vicedirector o vicedirectora encargados de los estudios, que ocupará la secretaría de la comisión.
  - c) Coordinadores y coordinadoras de los estudios solicitados por esta vía o por la vía de personas mayores de 45 años, que ocuparán las vocalías de la Comisión.
3. El acta de las sesiones de las comisiones de evaluación contendrá, como mínimo, el acta de constitución, las calificaciones obtenidas en las evaluaciones de la experiencia acreditada de cada una de las personas solicitantes, el resultado de las entrevistas, en su caso, y la propuesta individual de aceptación o de denegación.

#### **Artículo 12. Fases del procedimiento**

1. El procedimiento de admisión por esta vía se estructura en dos fases:
  - a) Valoración de la experiencia acreditada.
  - b) Entrevista personal.
2. El procedimiento de admisión por esta vía se adjunta como anexo I a este texto normativo. Será competente para modificarlo y desarrollarlo la comisión delegada del Consejo de Gobierno con competencias sobre la ordenación académica de los estudios de grado.

#### **Artículo 13. Resolución**

El rector valorará las actas de las comisiones de evaluación y resolverá las solicitudes. A las personas aceptadas se les asignará una calificación numérica, expresada con dos decimales, dentro del rango de 5 a 10.

#### **Artículo 14. Reserva de plazas**

Los candidatos que opten a la admisión a unos estudios de la UAB por esta vía tienen reservado un uno por ciento de las plazas. En el caso de los estudios con una oferta menor a 100 plazas, se ofrecerá una por esta vía.

### **Capítulo V. Acceso para personas mayores de 45 años**

#### **Artículo 15. Pruebas de acceso a la universidad para personas mayores de 45 años**

1. Las pruebas de acceso a la universidad para personas mayores de 45 años se estructuran en las siguientes fases:
  - a) Exámenes escritos de lengua catalana, lengua castellana y comentario de texto.
  - b) Entrevista personal.
2. Se encargan los trámites para la admisión de los candidatos por esta vía a la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad, que depende del departamento de la Generalidad de Cataluña con la competencia de universidades.

#### **Artículo 16. Fase de exámenes**

1. Se encarga la redacción y aprobación de la normativa de la fase de exámenes al Consejo Interuniversitario de Cataluña.
2. Se encarga la coordinación de esta fase a la Oficina de Organización de las Pruebas de Acceso a la Universidad, que depende del Departamento de la Generalidad de Cataluña con competencia de universidades. Esta coordinación incluye las gestiones relativas a la matrícula de los candidatos y la elaboración del calendario de trámites, de los exámenes y de los criterios de corrección.

#### **Artículo 17. Fase de entrevista personal**

El procedimiento relativo a la entrevista personal se adjunta como Anexo II a este texto normativo. Será competente para modificarlo y desarrollarlo la comisión delegada del Consejo de Gobierno con competencias sobre la ordenación académica de los estudios de grado.

#### **Artículo 18. Resolución de la entrevista**

El rector valorará las actas de las comisiones de evaluación y resolverá las solicitudes de entrevista otorgando las calificaciones de apto/a o no apto/a. Las personas calificadas como no aptas no podrán solicitar la admisión a los estudios solicitados por esta vía en el curso académico corriente.

#### **Artículo 19. Reserva de plazas**

Los candidatos que opten a la admisión a un estudio de la UAB por esta vía tienen reservado un uno por ciento de las plazas. En el caso de los estudios con una oferta menor a cien plazas, se ofrecerá una por esta vía.

### **Capítulo VI. Admisión para personas con titulación universitaria**

#### **Artículo 20. Requisitos**

1. Podrán solicitar la admisión a un estudio de grado de la UAB las personas que estén en posesión de un título universitario oficial o equivalente.
2. Se consideran incluidas dentro de este colectivo las personas que hayan obtenido la homologación de su título universitario extranjero en España.

#### **Artículo 21. Admisión**

1. Se encargan los trámites para la admisión de los candidatos por esta vía a la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad, que depende del departamento de la Generalidad de Cataluña con la competencia de universidades.
2. En cualquier caso, las plazas se adjudicarán de acuerdo con la media del expediente académico de la titulación universitaria, calculada con los baremos establecidos en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio.
3. Los candidatos que opten a la admisión por esta vía tienen reservado un tres por ciento de las plazas. En el caso de estudios con una oferta menor a 34 plazas, se ofrecerá una por esta vía.

### **Capítulo VII. Admisión para personas con estudios universitarios españoles parciales o con estudios universitarios parciales provenientes de sistemas educativos extranjeros recogidos en el artículo 38.5 de la Ley Orgánica de Educación.**

#### **Artículo 22. Ámbito de aplicación**

Podrán solicitar la admisión a un estudio de grado de la UAB por esta vía:

- a) Las personas con estudios universitarios oficiales españoles iniciados.
- b) Las personas con estudios universitarios parciales procedentes de sistemas educativos de estados miembros de la Unión Europea o de otros Estados con los que se hayan suscrito

acuerdos internacionales aplicables al acceso a la universidad, de acuerdo con lo establecido en artículo 38.5 de la Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, y el artículo 20 del Real decreto 1892/2008, de 14 de noviembre.

### **Artículo 23. Oferta de plazas**

1. Anualmente los centros de la UAB ofrecerán por esta vía y para cada estudio con docencia un número de plazas comprendido entre el uno y el diez por ciento de las plazas ofertadas para nuevo acceso por preinscripción.
2. El vicerrectorado con competencias sobre la ordenación de los estudios de grado podrá autorizar un número de plazas superior al máximo establecido en el apartado anterior, con solicitud motivada del decano o decana, o director o directora del centro que imparta el estudio.
3. Los centros harán público el número de plazas ofertadas para cada estudio, así como los criterios generales de admisión, en el plazo fijado en el calendario académico de la UAB.

### **Artículo 24. Requisitos**

1. Podrán solicitar la admisión a un estudio de grado las personas que se encuentren en las situaciones recogidas en el artículo 22 de este texto normativo, a las que se reconozca 30 o más créditos, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 6 del Real decreto 1393/2007, de 29 de octubre modificado por el Real decreto 861/2010, de 2 de julio.

A efectos de la valoración previa del expediente académico para el reconocimiento de créditos, se tendrán en cuenta los resultados académicos obtenidos por el alumnado hasta la fecha de finalización del plazo de presentación de la solicitud de admisión.

2. No podrán acceder por esta vía las personas en el expediente académico de origen de las cuales consten asignaturas de las que se hayan matriculado y no hayan superado por tercera vez o sucesivas.
3. Tampoco podrán acceder por esta vía, una vez finalizado el proceso de reconocimiento de créditos, las personas a las que se reconozca un 75% o más del número total de créditos de la titulación a la que quieren acceder. El rector de la UAB, a propuesta del decanato o de la dirección del centro, podrá dejar sin efecto esta limitación, en el caso de estudios con plazas vacantes.
4. Los deportistas de alto nivel y alto rendimiento que tengan que cambiar de residencia por motivos deportivos y que quieran continuar los estudios en la UAB, de conformidad con el artículo 56.4 del Real Decreto 1892/2008, serán admitidos a los estudios solicitados, sin que ocupen las plazas reservadas para esta vía, siempre que cumplan los demás requisitos de este artículo.

### **Artículo 25. Solicitudes**

1. Cada curso se abrirá un único plazo de solicitud, establecido en el calendario académico de la UAB.
2. Los candidatos dirigirán una solicitud al rector de la UAB para cada estudio y centro determinado.
3. El precio público de la solicitud de admisión por esta vía será igual al precio público de las solicitudes de estudio de expediente académico para determinar las condiciones académicas de transferencia y reconocimiento.
4. Será necesario que se acompañe la solicitud de admisión de la documentación siguiente:
  - a) Escrito de motivación.
  - b) Original y fotocopia del DNI, NIE o pasaporte.
  - c) Certificación académica personal o fotocopia compulsada del expediente, en el que conste, en su caso, la rama de conocimiento de los estudios.
  - d) Plan de estudios de los estudios de origen.
  - e) Programas de las asignaturas cursadas, compulsados por la universidad de origen.
  - f) Sistema de calificación de la universidad de origen, siempre que no se provenga del sistema educativo español.
  - g) Resguardo de ingreso del importe del precio público de la solicitud.
  - h) Documentación acreditativa de exención o bonificación de este precio público.
  - i) Cualquier otra documentación que el interesado crea conveniente aportar.

5. Toda la documentación que se aporte deberá cumplir los requisitos de traducción y legalización establecidos en la normativa vigente.

#### **Artículo 26. Revisión y ordenación de las solicitudes**

1. El proceso de admisión se llevará a cabo de acuerdo con los principios de igualdad, mérito y capacidad.
2. Se denegarán las solicitudes de las personas que no cumplan los requisitos establecidos en el artículo 24 de este texto normativo.
3. Las solicitudes que cumplan los requisitos mencionados se ordenarán de acuerdo con los siguientes criterios:
  - a) En primer lugar, las personas procedentes de estudios afines a la rama de conocimiento de los estudios solicitados.
  - b) En segundo lugar, las personas procedentes de estudios no afines a la rama de conocimiento de los estudios solicitados.
4. Dentro de cada grupo, las solicitudes se ordenarán de acuerdo con los siguientes criterios:
  - a) Se calculará la nota media de los créditos reconocidos, de acuerdo con el procedimiento establecido en el anexo III de este texto normativo.
  - b) En los estudios en que se determine, se podrá ponderar la nota media obtenida con la calificación de acceso a la universidad, de acuerdo con el procedimiento establecido en el anexo IV de este texto normativo.
5. Los centros harán público el procedimiento de ordenación de las solicitudes para cada estudio, junto con la publicación del número de plazas ofertadas.

#### **Artículo 27. Resolución**

1. El decano o decana, o director o directora del centro emitirá una propuesta de resolución dentro del plazo establecido por el calendario académico, que contendrá como mínimo:
  - a) La relación del alumnado admitido provisionalmente por orden de prelación.
  - b) La relación del alumnado en lista de espera provisional por orden de prelación. La admisión estará condicionada a la existencia de vacantes.
  - c) La relación del alumnado no admitido con la indicación de los motivos.
2. El decano o decana, o director o directora del centro hará llegar la propuesta de resolución al rector de la UAB, en el plazo fijado por el calendario académico.
3. El rector de la UAB dictará resolución que contendrá, como mínimo:
  - a) La relación del alumnado admitido.
  - b) La relación del alumnado en lista de espera por orden de prelación, la admisión quedará condicionada a la existencia de vacantes.
  - c) La relación del alumnado no admitido con la indicación de los motivos.
4. El rector trasladará la resolución a los centros para que la notifiquen a los interesados, de acuerdo con el procedimiento establecido en la normativa vigente.

#### **Artículo 28. Traslado del expediente académico**

1. La admisión a la UAB estará condicionada a la comprobación de los datos de la certificación académica oficial enviada por la universidad de origen.
2. Para el alumnado proveniente de otras universidades, la adjudicación de plaza en la UAB obligará, a instancias del interesado, al traslado del expediente académico correspondiente, una vez que la persona interesada haya acreditado en la universidad de origen su admisión en la UAB.
3. En el caso de alumnos provenientes de centros propios de la UAB, el traslado del expediente académico se tramitará de oficio.

## **Capítulo VIII. Admisión para personas con estudios universitarios de otros sistemas educativos extranjeros**

### **Artículo 29. Oferta de plazas**

1. Anualmente los centros de la UAB ofrecerán por esta vía y para cada estudio un número de plazas comprendido entre el uno y el diez por ciento de las plazas ofertadas para nuevo acceso para preinscripción.
2. El vicerrectorado con competencias sobre la ordenación de los estudios de grado podrá autorizar un número de plazas superior al máximo establecido en el apartado anterior, con solicitud motivada del decano o decana, o director o directora del centro que imparta los estudios.
3. Los centros harán público el número de plazas ofertadas para cada tipo de estudios, así como los criterios generales de admisión, en el plazo fijado en el calendario académico de la UAB.

### **Artículo 30. Requisitos para solicitar la admisión**

1. Podrán solicitar la admisión a unos estudios de grado de la UAB por esta vía las personas que cumplan los requisitos siguientes:
  - a) Tener estudios universitarios extranjeros, parciales o totales de sistemas educativos no incluidos en el capítulo VII de este título, que no hayan obtenido la homologación de su título en España. Las personas que hayan obtenido la homologación deberán solicitar la admisión por la vía regulada en el capítulo VI de este título.
  - b) Tener convalidados un mínimo de treinta créditos, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 57 del Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre. A efectos de la valoración del expediente académico previo para el reconocimiento de créditos, se tendrán en cuenta los resultados académicos obtenidos por el alumnado hasta la fecha de finalización del plazo de presentación de la solicitud de admisión.
2. No podrán acceder por esta vía las personas en el expediente académico de origen de las que consten asignaturas de las que se hayan matriculado y que no hayan superado por tercera vez o sucesivas.
3. Tampoco podrán acceder por esta vía las personas a las que, una vez finalizado el proceso de reconocimiento de créditos, se reconozca un 75% o más del número total de créditos de la titulación a la que quieran acceder. El rector de la UAB, a propuesta del decanato o de la dirección del centro, podrá dejar sin efecto esta limitación, en el caso de estudios con plazas vacantes.

### **Artículo 31. Efectos de la convalidación**

1. Las personas que hayan obtenido la convalidación de 30 o más créditos no podrán solicitar la admisión en la UAB el mismo curso académico por otro sistema de acceso a la universidad.
2. Las personas que hayan obtenido la convalidación de entre 1 y 29 créditos podrán solicitar la admisión por preinscripción universitaria, únicamente a los estudios y al centro que se los ha convalidado, con una calificación de 5.
3. Las personas que no hayan obtenido la convalidación de ningún crédito, antes de poder solicitar la admisión para estudios de grado de la UAB, deberán acceder a la Universidad por cualquiera de los procedimientos de acceso establecidos en la normativa vigente.

### **Artículo 32. Solicitudes**

1. Cada curso se abrirá un único plazo de solicitud, que estará establecido en el calendario académico.
2. Los candidatos dirigirán una solicitud al rector de la UAB para cada tipo de estudios y centro determinado.
3. El precio público de la solicitud de admisión por esta vía será igual al precio público de las solicitudes de estudio de expediente académico para determinar las condiciones académicas de transferencia y reconocimiento.
4. Será necesario que la solicitud de admisión esté acompañada de la siguiente documentación:

- a) Escrito de motivación.
  - b) Original y fotocopia del DNI, NIE o pasaporte.
  - c) Certificación académica personal.
  - d) Plan de estudios de los estudios de origen.
  - e) Programas de las asignaturas cursadas, compulsados por la universidad de origen.
  - f) El sistema de calificación de la universidad de origen.
  - g) Resguardo de ingreso del importe del precio público de la solicitud.
  - h) Documentación acreditativa de exención o bonificación de este precio público.
  - i) Cualquier otra documentación que el interesado crea conveniente.
5. Toda la documentación que se adjunte a la solicitud deberá cumplir los requisitos de traducción y legalización establecidos en la normativa vigente.

### **Artículo 33. Revisión y ordenación de solicitudes**

1. El proceso de admisión se hará de acuerdo con los principios de igualdad, mérito y capacidad.
2. Se denegarán las solicitudes de las personas que no cumplan los requisitos establecidos en el artículo 30 de este texto normativo.
3. Las solicitudes que cumplan los requisitos mencionados se ordenarán de acuerdo con los siguientes criterios:
  - a) En primer lugar, las personas procedentes de estudios afines a la rama de conocimiento de los estudios solicitados.
  - b) En segundo lugar, las personas procedentes de estudios no afines a la rama de conocimiento de los estudios solicitados.
4. Dentro de cada grupo, se ordenarán las solicitudes en función de la nota media de los créditos convalidados, que se calculará de acuerdo con el procedimiento establecido en el anexo V de este texto normativo.

### **Artículo 34. Resolución**

1. El decano o decana, o director o directora del centro emitirá una propuesta de resolución dentro del plazo establecido por el calendario académico, que contendrá, como mínimo:
  - a) La relación del alumnado admitido provisionalmente.
  - b) La relación del alumnado en lista de espera provisional por orden de prelación, la admisión quedará condicionada a la existencia de vacantes.
  - c) La relación del alumnado no admitido indicando los motivos.
2. El decano o decana, o director o directora hará llegar la propuesta de resolución al rector de la UAB en el plazo fijado por el calendario académico.
3. El rector de la UAB dictará resolución que contendrá, como mínimo:
  - a) La relación del alumnado admitido.
  - b) La relación del alumnado en lista de espera por orden de prelación, la admisión quedará condicionada a la existencia de vacantes.
  - c) La relación del alumnado no admitido indicando los motivos.
4. El rector de la UAB trasladará la resolución en el centro para que la notifique a los interesados, de acuerdo con el procedimiento establecido por la UAB.

## **ANEXOS**

### **Anexo I. Procedimiento de admisión por la vía de acceso mediante la acreditación de la experiencia laboral o profesional**

1. Fase de valoración de la experiencia acreditada:
  - a) Se evaluará la experiencia laboral o profesional acreditada, atendiendo a la idoneidad de la profesión



ejercida respecto de las competencias para adquirir en el estudio solicitado y la duración de esta experiencia.

b) Esta evaluación estará expresada mediante una calificación numérica, del 0 al 10, con dos decimales. Sólo podrán pasar a la fase de entrevista las personas con una calificación igual o superior a 5,00.

## 2. Fase de entrevista personal:

a) Las personas que tengan calificada su experiencia laboral o profesional con un mínimo de 5,00 serán convocadas a una entrevista personal.

b) La finalidad de la entrevista será valorar la madurez e idoneidad del candidato para seguir y superar los estudios en el que quiere ser admitida.

c) En la entrevista se calificará como apto / ao no apto / a. Las personas calificadas como no aptas no serán admitidas a los estudios solicitados por esta vía.

## **Anexo II. Procedimiento de la fase de entrevista de la vía de acceso para mayores de 45 años**

### 1. Fase de entrevista personal:

a) Podrán solicitar la realización de la entrevista personal en la UAB las personas que hayan superado la fase de exámenes en las universidades que hayan encargado la coordinación en la Oficina de Organización de las Pruebas de Acceso a la Universidad.

b) En cada convocatoria sólo se podrá solicitar entrevista para un único estudio y centro concreto, y la solicitud se tramitará mediante el portal de acceso a la Universidad del Consejo Interuniversitario de Cataluña.

c) El resultado de las entrevistas se publicará en el portal de Acceso a la Universidad del Consejo Interuniversitario de Cataluña y tendrá validez únicamente del año en que se realicen las entrevistas.

d) La finalidad de la entrevista será valorar la madurez e idoneidad del candidato para seguir y superar los estudios a los que quiere ser admitida.

### 2. Comisión de Evaluación:

a) La Comisión de Evaluación definida en el artículo 11 del título I de este texto normativo estará encargada de citar las personas candidatas, llevar a cabo las entrevistas, evaluarlas como aptos o no aptos y emitir un acta.

b) En el acta de las sesiones de las comisiones de evaluación se harán constar, como mínimo, el acto de constitución, las evaluaciones de cada una de las entrevistas y una propuesta de resolución para cada candidato.

## **Anexo III. Cálculo de la nota para la ordenación de las solicitudes de admisión regulada en el artículo 26.4.4 a del Título I**

El cálculo de la nota media de los créditos reconocidos a que se refiere el artículo 26.4.a del título I se hará de acuerdo con los siguientes criterios:

Las asignaturas calificadas como apto/a, convalidada, superada, reconocida, anulada, o de fase curricular que no tengan ninguna nota asociada no se tendrán en cuenta para el baremo del expediente.

Se puntuarán las materias adaptadas con la calificación de la asignatura previa. La nota media de los créditos proveniente de expedientes de planes de estudios estructurados en créditos se calculará de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$CR = \sum (P \times Nm) / Nt$$

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

La nota media de los créditos provenientes de expedientes de planes de estudios no estructurados en créditos se calculará de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$CR = (2 \times \sum(Pa) + \sum Ps) / (2 \times na + ns)$$

CR: nota media de los créditos reconocidos  
Pa: puntuación de cada materia anual reconocida  
Ps: puntuación de cada materia semestral reconocida  
na: número de asignaturas anuales reconocidas  
Ns: número de asignaturas semestrales reconocidas

El valor de P, Pa y Ps dependerá de cómo esté calificada la materia:

- En caso de que la materia haya sido calificada con valores cuantitativos, la puntuación será igual a la nota cuantitativa que conste en el expediente.
- b) En caso de que la materia haya sido calificada con valores cualitativos, la puntuación se obtendrá de acuerdo con el siguiente baremo:

No presentado: 0  
Apto/a por compensación: 0  
Suspenso: 2,50  
Aprobado: 6,00  
Notable: 8,00  
Excelente: 9,50  
Matrícula de honor: 10,00

En caso de expedientes no provenientes del sistema educativo español, el valor de P, Pa y Ps se obtendrá mediante los procedimientos siguientes, ordenados por prelación:

- Las equivalencias de calificaciones extranjeras aprobadas por el ministerio que tenga las competencias correspondientes.
- De no existir las anteriores, con las equivalencias de calificaciones extranjeras aprobadas por la comisión delegada del Consejo de Gobierno con competencias sobre la ordenación académica de los estudios de grado.
- De no existir las anteriores, y si la UAB ha firmado un convenio de colaboración con la universidad de origen, se aplicará la calificación que determine el coordinador de intercambio del centro.
- De no existir este convenio, se aplicará un 5,50 como nota media de los créditos reconocidos.

#### **Anexo IV. Cálculo de la nota para la ordenación de las solicitudes de admisión regulada en el artículo 26.4.b del título I**

El cálculo de la nota media del expediente académico al que se refiere el artículo 26.4.b del título I se hará de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$NP = (NA \times 0,6) + (CR \times 0,4)$$

NP: nota ponderada

NA: nota de acceso a la universidad

CR: nota de los créditos reconocidos calculados de acuerdo con el procedimiento establecido en el *anexo III*