

**MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL MÁSTER
UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN
APLICADA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN
POR LA UNIVERSIDAD CARLOS III DE
MADRID**

CÓDIGO RUCT: 4310431

1. Descripción del Título

1.1 Datos Básicos

Nivel Académico: Máster – Máster RD 1393/2007

Denominación: Máster Universitario en Investigación Aplicada a Medios de Comunicación por la Universidad Carlos III de Madrid

Nivel MECES: 3

Título Conjunto No:

Rama : Ciencias Sociales y Jurídicas

ISCED 1: 320- COMUNICACIÓN (en la aplicación está metido Periodismo 321)

ISCED 2:

Habilita para profesión regulada: No:

Condición de acceso para título profesional: No:

Especialidades NO

1.2 Distribución de créditos

<i>Créditos obligatorios</i>	24
<i>Créditos optativos</i>	24
<i>Créditos prácticas externas</i>	
<i>Créditos TFM</i>	12
<i>Créditos complementos formativos</i>	
<i>Total ECTS</i>	60

1.3 Datos asociados al Centro

Centro de Postgrado de la Universidad Carlos III de Madrid

Tipo de enseñanza:

◆ Presencial: X

◆ Semipresencial:

◆ A distancia:

Plazas de nuevo ingreso ofertadas:

Plazas en el primer año de implantación: **25**

Plazas en el segundo año de implantación: **25**

ECTS de matrícula necesarios según curso y tipo de matrícula:

	TIEMPO COMPLETO		TIEMPO PARCIAL	
	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima
PRIMER CURSO	60	60	30	30
RESTO DE CURSOS	31	54	18	30

Normativa de permanencia:

<http://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/23303>

Lenguas en las que se imparte: Español

2. Justificación

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

El campo de la comunicación ha experimentado en los últimos años cambios de enorme calado, solo comparables a los originados por la irrupción de la televisión en el escenario social en la primera mitad del siglo XX.

En aquél momento, los medios ya instalados (prensa y radio) redefinieron sus funciones para adaptarse al nuevo sistema de medios. No puede decirse que en la actualidad haya ocurrido lo mismo: ante la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y, especialmente, ante la implantación generalizada de Internet como recurso habitual de comunicación global e interpersonal, ni los “viejos medios” han logrado reinventarse ni los nuevos han logrado definirse de acuerdo con sus potencialidades.

Por todo ello es necesario conocer en profundidad esa nueva realidad que ha dado en llamarse “revolución tecnológica”, ya que ha supuesto grandes cambios de orden social, político y económico. Resulta sorprendente que al fenómeno de la convergencia, que ha reformulado la economía y la política tanto de los medios como a nivel institucional, no se le haya concedido, al menos en el campo de la investigación en comunicación, la importancia científica que realmente merece.

En esta situación, se constata la necesidad de un nuevo perfil de investigador hasta este momento inexistente y a cuya demanda busca dar respuesta este Máster. La ausencia de dicho perfil se manifiesta en el hecho constatado de que se sigue haciendo investigación desde categorías, marcos metodológicos, teorías y escuelas instaladas en el pasado y por consiguiente incapaces de dar respuesta a las nuevas demandas. Basten dos ejemplos: aún no se sabe cómo hacer frente a la necesidad imperiosa de desarrollar nuevas metodologías cualitativas de medición de audiencias, toda vez que el nuevo marco mediático implica una nueva concepción de esa audiencia, cada vez más fragmentada y personalizada, que caracteriza la situación actual. Un segundo ejemplo podría ser, en otro orden de cosas, la redefinición de las nuevas formas de gestión y rediseño de la actual empresa multimedia en su más amplio espectro. Todo ello justifica la puesta en marcha de un Máster que, como este, pretende dar respuesta a las nuevas necesidades.

Este Máster pretende impulsar la investigación que responda a las necesidades del mundo empresarial, fomentar el desarrollo de una línea permanente de contacto Universidad - empresa, especialmente necesario en el campo de la comunicación en todas sus vertientes. En definitiva, su objetivo es que la Universidad no siga de espaldas a la empresa en un campo tan vital como el de la comunicación.

Detrás de este enfoque se encuentra la creencia en la responsabilidad social tanto de la Universidad como de la empresa. Por lo que se refiere a la Universidad, a su función de reflexión, estudio y análisis, ha de sumarse la de asesoramiento, desarrollo de iniciativas y búsqueda de líneas de investigación innovadoras para dar respuesta a la necesidad de mejora del campo de la comunicación, que constituye, en este caso, su ámbito de estudio. En suma, que la Universidad responda a las necesidades empresariales en este momento

en que aún no se han encontrado soluciones adecuadas a los problemas que se están suscitando. Entendemos que hoy, quizá más que nunca, se requiere que la Universidad vaya por delante de la propia empresa en la búsqueda de soluciones a los nuevos problemas que suscita el mundo de la comunicación. En este sentido, el Máster buscará dar respuesta a las inquietudes planteadas por el sector profesional en lo que a las necesidades de investigación aplicada se refiere, tal y como han quedado recogidas en el apartado 2.3. (“Procedimientos de consulta externos”).

En definitiva, el *Máster universitario en investigación aplicada a medios de comunicación* trata de potenciar un perfil de investigador capaz de desarrollar su trabajo tanto en el marco universitario, como en puestos directivos en el ámbito de la comunicación y creación multimedia en instituciones y empresas, sean de carácter público o privado.

2.1.1. Orientación del Título

Académica Investigación Profesional

2.1.2. Referentes externos a la Universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales o internacionales para títulos de similares características académicas.

En el ámbito internacional, los programas académicos en comunicación responden, en términos generales, a dos culturas académicas bien diferenciadas: por una parte aquella que se asienta en disciplinas como la Psicología (*Psychology of Media*) o la Sociología (*Cultural and Sociocultural Studies*), y por otra los desarrollados desde la propia disciplina de la Comunicación, a medida que ésta se ha ido estableciendo como una disciplina científica consistente, sólida y bien diferenciada, de cuyo potencial se nutren las viejas disciplinas del campo de las Ciencias Sociales. En este momento, la Comunicación se ha convertido en una ciencia social de pleno derecho que nutre a y se nutre de las disciplinas sociales clásicas. En esta cultura académica se sitúa este programa de Postgrado.

Este es, precisamente, el contexto en el que han de fijarse los referentes externos, sin perder de vista que si la realidad de los medios es convergente también lo es el análisis y la investigación en una triple dirección:

- El conocimiento del sistema global de medios y sus manifestaciones económicas, políticas, sociales, culturales y artísticas.
- El conocimiento de las formas y contenidos de la nueva comunicación.
- El conocimiento del marco empresarial y de gestión de la empresa multimedia.

En Europa podrían citarse los siguientes referentes académicos:

- La *City University* en Reino Unido, cuyo *Department of Journalism & Publishing* ofrece un *Doctorate in Journalism*, oferta una amplia oferta de másteres especializados.
- La Universidad de Bedfordshire, Luton, en el Reino Unido, es un centro muy activo en investigación multimedia. Cuenta, además, con una publicación de referencia sobre nuevas tecnologías: *Convergence: The internacional Journal of Research into New Media Technologies*.
- El *Institutionen för journalistik, medier och kommunikation* de la Stockholms Universitet, cuenta con un *Máster in Media and Communication Studies*.

En Estados Unidos:

- La *Columbia University Graduate School of Journalism* (Nueva York) cuenta con un *Doctor of Philosophy degree in Communications*. Su *Center for New Media* se encuentra entre los centros de investigación y docencia más avanzados en el campo de la comunicación digital.
- La *Missouri School of Journalism*, la primera Escuela de Periodismo en los Estados Unidos, sigue siendo una de las más destacadas casi un siglo después. Es un centro líder en cursos de doctorado dedicados a la educación e investigación en periodismo. Conecta la teoría con la investigación y la práctica. Sus programas de postgrado están centrados en el análisis en profundidad de los procesos de comunicación en todas sus modalidades: interpersonal, organizacional, *massmediática*, retórica de la comunicación política, etc.
- El *New Media Program* de la *Graduate School of Journalism* de la *University of Berkeley* (California), se centra en los cambios radicales en el sistema de medios y en la gestión de la información debidos al desarrollo del multimedia y a la cultura de la interactividad.

En la mayor parte de los postgrados de investigación analizados predomina un enfoque generalista y multidisciplinar. En ellos se confiere especial importancia al desarrollo de las habilidades en metodología de la investigación, centrándose en temas como el impacto social de los medios, la globalización, la incidencia de la tecnología, la gerencia de medios y los aspectos jurídicos, históricos y éticos.

Analizados los referentes de mayor prestigio a nivel internacional, podemos constatar que la orientación dada al **Máster universitario en investigación aplicada a medios de comunicación** resulta novedosa, porque además del perfil clásico del investigador que encuentra su marco natural en la carrera universitaria (sin necesariamente generar investigación vinculada con las necesidades específicas del mercado), este Máster también contempla el perfil de un investigador que responda a la necesidad de investigación e innovación que demanda el actual escenario comunicativo, tanto desde el propio marco universitario, como fuera de él desde puestos directivos de comunicación de instituciones y empresas.

2.2 Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios.

-Procedimientos de consulta internos

El proyecto de estudios ha sido realizado en el seno de una Comisión conformada por profesores de las áreas de Periodismo y de Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid, que se ha reunido periódicamente desde el mes de abril de 2008 para discutir y desarrollar el programa de Postgrado.

En paralelo, se han mantenido también reuniones periódicas con el Vicerrector de Postgrado, el Adjunto al Vicerrector y el Director del Centro de Ampliación de Estudios (CEAES) para el seguimiento del estado del Programa, la cronología de su desarrollo y la reflexión sobre sus objetivos.

Se han establecido, así mismo, contactos con alumnos de los **másteres** del Departamento para recabar su opinión acerca de la orientación del Postgrado. En este sentido, su percepción ha sido positiva y el enfoque del Máster ha sido considerado novedoso y realista “porque responde de manera muy directa a las preocupaciones actuales en el campo de la comunicación”.

-Procedimientos de consulta externos

Las aportaciones de los sectores profesionales y empresariales del área de la comunicación se centran, en general, en la conveniencia de acercar la investigación y el ámbito académico a las necesidades reales de la industria de los medios de comunicación. En este sentido consideran el enfoque del *Máster universitario en investigación aplicada a medios de comunicación* de la Universidad Carlos III, muy útil y plausible.

Los sectores implicados y en especial el área empresarial agrupada en la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) considera muy positivo y esencial para el futuro del sector el planteamiento de este Máster y programa de Postgrado porque a la vez puede reforzar la unión entre rigor académico y actualidad empresarial.

Por otra parte, la aproximación metodológica y disciplinar que se propone en el Máster les parece innovadora, tanto como la iniciativa de dar respuesta investigadora a temas concretos.

Los expertos se han mostrado especialmente interesados en la propuesta del Máster de búsqueda de nuevos métodos de gestión y optimización de recursos ante la convergencia multimedia de los contenidos informativos. En este sentido, estiman necesario profundizar, por ejemplo, en las necesidades, oportunidades y sistemas de gestión de los contenidos textuales y visuales, en los aspectos técnicos y en la organización de las redacciones profesionales para los periódicos digitales y en papel. Nos referimos aquí al papel aglutinador que los periódicos realizan en el entorno multimedia y entre las distintas multi-plataformas y nuevos aparatos electrónicos. La prensa se está convirtiendo en proveedora de contenidos informativos y publicitarios de *postcasting*, teléfonos móviles y demás *gadgets* electrónicos que, a medio plazo, serán una ineludible fuente de diversificación y de negocio. Por otra parte, ante cuestiones de impacto indudable como la utilidad de integrar o no a los periodistas de los diarios digitales y en papel o sobre si en adelante se demandarán profesionales especializados o multidisciplinares, o sobre cuál será el impulso de los *blogs* y el periodismo ciudadano, los expertos entienden que el punto de vista académico puede resultar sumamente revelador.

Los expertos, por su parte, plantean la necesidad de avanzar en sistemas adecuados de medición cualitativa de la eficacia publicitaria en los distintos medios de comunicación. Se trataría de encontrar sistemas más cualitativos de medición, ligándolos, si fuera posible, a valores como la credibilidad, la atención, la fidelidad y la predisposición a atender a los mensajes publicitarios. La mayoría de expertos afirma que los diarios aventajan al resto de medios de comunicación en todos estos rasgos y añaden que cuentan con el mayor grado de recuerdo publicitario y la mejor ratio notoriedad / inversión, pero la falta de sistemas de medición adecuados explica en parte la excesiva preponderancia publicitaria de la televisión. El desarrollo de Internet ha venido a complicar aún más la efectividad publicitaria.

La valiosa información recabada en estas consultas se ha tenido en cuenta en el diseño del Máster.

3. Competencias

3.1 Competencias Básicas

Código	Denominación	Tipo
CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación	Básicas
CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio	Básicas
CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios	Básicas
CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades	Básicas
CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.	Básicas

3.2 Competencias Generales

Código	Denominación	Tipo
CG1	Que los estudiantes adquieran criterio para reconocer las nuevas situaciones comunicativas en un mundo cambiante, con objeto de, una vez identificadas, poder entender y enfrentarse a dichas situaciones en la tarea investigadora.	Generales
CG2	Que los estudiantes conozcan los métodos clásicos de investigación y sean capaces de desarrollar nuevos cruces metodológicos adecuados a la cambiante situación comunicativa actual.	Generales
CG3	Que los estudiantes sean capaces de aplicar los conocimientos adquiridos a los nuevos entornos comunicativos y desarrollar el potencial de resolución de problemas implícito en dicho bagaje conceptual y teórico.	Generales

Código	Denominación	Tipo
CG4	Que los estudiantes conozcan los sistemas documentales y los procesos de tratamiento de datos aplicados al campo de la comunicación.	Generales
CG5	Que los estudiantes sean capaces de comunicar las conclusiones de su análisis tanto al público académico como al público en general, así como en el seno de empresas e instituciones.	Generales
CG6	Que los estudiantes, en el marco del desarrollo de su propia tesis doctoral, aprendan a trabajar de acuerdo con los principios de contraste y verificación de fuentes, desarrollos teóricos adecuados al tema, capacidad de formular hipótesis y utilización de un estilo propio y de un lenguaje claro, preciso y sin ambigüedades.	Generales

3.2 Competencias Específicas

Código	Denominación	Tipo
CE1	Que los estudiantes adquieran un conocimiento en profundidad sobre los actuales retos de la comunicación en el campo de los contenidos multimedia.	Específicas
CE2	Que los estudiantes sepan aplicar la metodología y los recursos investigadores a la búsqueda de la optimización y mejora de los procesos de comunicación en contextos convergentes.	Específicas
CE3	Que los estudiantes sean capaces de analizar las repercusiones del entorno multimedia en los procesos de producción y difusión de los contenidos audiovisuales, así como la incidencia en los planteamientos de inversión publicitaria, planificación de medios y medida de la efectividad.	Específicas
CE4	Que los estudiantes sean capaces de comprender la importancia de seleccionar la información relevante y adaptada a la resolución de los problemas comunicativos objeto de su estudio, en un contexto, como el actual, en el que conviven la sobreabundancia comunicativa y la desinformación.	Específicas
CE5	Que los estudiantes sean capaces de desarrollar una labor investigadora desde puestos directivos en instituciones y empresas en el nuevo marco convergente y multimedia.	Específicas
CE6	Que los estudiantes sean capaces de desarrollar un trabajo de investigación innovador, tanto desde el punto de vista teórico como desde el operativo-metodológico, centrado en los grandes retos que el actual sistema comunicativo plantea.	Específicas

4. Acceso y Admisión de Estudiantes

4.1 Sistemas de Información previa a la Matriculación

Información en página web

Cada máster dispone de un espacio web con información específica sobre el programa: el perfil de ingreso, los requisitos de admisión, el plan de estudios, los objetivos, y otras informaciones especialmente orientadas a las necesidades de los futuros estudiantes, incluidos los procesos de admisión y matriculación. En procesos de especial relevancia para el futuro estudiante como son la admisión y la matrícula, se dispone de una web específica para cada una de ellas donde puede obtenerse toda la información necesaria para completar los procesos en tiempo y forma. Para ello, se han elaborado calendarios específicos con los periodos clave para el estudiante, guías en pdf y tutoriales en video donde se muestra paso a paso el proceso que debe realizar en cada momento, y los enlaces a las aplicaciones que permitirán a los futuros estudiantes completar el proceso de manera totalmente on line. Todo ello se encuentra publicado en el **portal** del Centro de Postgrado y con una actualización permanente por parte de los servicios administrativos gestores de la información. Como acciones puntuales la Universidad realiza campañas de información en su home durante el periodo de admisión y de matrícula, muy visibles para todo usuario que visite la web y que mejoran la accesibilidad a esta información.

Las páginas web de la Universidad Carlos III funcionan bajo el gestor de contenidos "oracle portal", lo que permite una fácil modificación, evita enlaces perdidos y ofrece un entorno uniforme en todas las páginas al nivel doble A de acuerdo con las Pautas de Accesibilidad de Contenidos Web, publicadas en mayo de 1999 por el grupo de trabajo WAI, perteneciente al W3C (World Wide Web Consortium). Esta información se puede encontrar en la siguiente dirección:

<http://www.uc3m.es/ss/Satellite/Postgrado/es/PortadaMiniSite/1371208861064/>

Sistemas de Atención presencial y no presencial

En determinadas ocasiones, existe una necesidad de información más detallada o una incidencia en la gestión del proceso que no puede ser resuelta mediante la propia información pública de nuestra web. Para estas situaciones el futuro estudiante puede hacer uso de los servicios de información presencial y no presencial de los que dispone la Universidad. Todos estos servicios facilitan en primera instancia una información de primer nivel, y canalizan las demandas de información especializada, orientación y asesoramiento a la unidad correspondiente: dirección del programa o unidades administrativas de apoyo.

En este sentido, un servicio no presencial de primer nivel de información específica sobre másteres universitarios y los procesos asociados a estos estudios, lo suministra

el servicio administrativo CASO (Centro de Atención y Soporte), mediante teléfono (91 6246000) o mediante correo electrónico. Este servicio de consulta se encuentra publicitado en todas las páginas web de los másteres, donde puede verse con facilidad el link de información adicional que lleva al formulario de contacto, donde el estudiante puede formular su consulta de manera rápida y ágil. También cuenta con un acceso directo en la cabecera, que permanece estable durante toda la navegación en el portal de postgrado.

<http://www.uc3m.es/ss/Satellite/Postgrado/es/TextoMixta/1371209303576/Contacto>

Este primer nivel de información suministra información básica sobre los procesos de admisión, reserva de plaza, matrícula, así como información general sobre los estudios de másteres universitarios. En caso de que este servicio no pueda resolver la consulta formulada por el estudiante, ésta es derivada al gestor administrativo responsable del máster concreto en el que está interesado el alumno, mediante la herramienta informática de la que dispone la universidad para el registro, y seguimiento de las consultas, de manera que la misma quedará asignada a la persona correspondiente para su resolución. Este sistema permite en primer lugar centralizar las demandas de información de los futuros estudiantes, dando una respuesta rápida a las mismas además de canalizar, cuando es necesario, la consulta que no puede ser resuelta por el primer nivel al gestor adecuado.

Por otro lado, los estudiantes pueden dirigirse a las oficinas de información y atención a estudiantes de postgrado en todos los campus con horario continuado de 9:00 a 18:00 horas, donde recibirán una atención presencial y personalizada de por parte de las oficinas de información de postgrado. Si fuera necesario, desde aquí se canalizaría la consulta o incidencia del estudiante al nivel específico que se requiera en cada caso, pudiendo ser el gestor administrativo del máster, las unidades de apoyo de postgrado o la dirección académica del máster si el trasfondo de la consulta fuera de tipo académico.

Como complemento, existen algunas cuentas de correo electrónico genéricas gestionadas por las unidades de apoyo de postgrado, donde también se atienden y contestan las dudas o incidencias que los estudiantes puedan plantear.

Campañas de difusión en ferias y redes sociales

Por otro lado, la Universidad participa en diversas ferias educativas dentro y fuera de España, de acuerdo con las directrices del Vicerrectorado de Estudiantes y Vida Universitaria y del Vicerrectorado de Relaciones Internacionales y realiza diferentes campañas de difusión de sus estudios en los medios de comunicación y redes sociales. En estas acciones colaboran los servicios universitarios Espacio Estudiantes, Relaciones Internacionales, Servicio de Comunicación y del Servicio de Postgrado.

- **Sistemas de información específicos para los estudiantes con discapacidad que acceden a la universidad.**

Los estudiantes con discapacidad reciben atención específica a sus necesidades especiales a través del Programa de Integración de Estudiantes con Discapacidad (PIED) que gestiona el Espacio Estudiantes bajo el impulso del Vicerrectorado de Estudiantes y Vida Universitaria.

Asimismo, estos pueden recibir la atención personal bien de manera presencial, bien por teléfono o correo electrónico. La dirección de este último es: integracion@uc3m.es

La Universidad dispone de información detallada sobre sus recursos y servicios para estudiantes con discapacidad, así como otra de interés para este alumnado (noticias, enlaces, etc.) en las siguientes direcciones de su página web:

http://portal.uc3m.es/portal/page/portal/cultura_y_deporte/discapacidad

o http://www.uc3m.es/portal/page/portal/cultura_y_deporte

- **Perfil de Ingreso**

La demanda de un Máster como el de Investigación Aplicada en Medios de Comunicación ha sido impulsada por cambios dramáticos experimentados en el sector, lo que conlleva la necesidad de un conjunto de habilidades y conocimientos muy diferentes a los que eran requeridos hasta ahora. El periodismo y la comunicación han cambiado casi más que cualquier otra profesión y actividad en la última década. Nuevos medios de comunicación demandan a profesionales e investigadores con habilidades innovadoras, pensamiento creativo y una nueva mentalidad empresarial. Los interesados en acceder a este Máster necesitan, en suma, ser capaces de desarrollar nuevas habilidades (sin descuidar los principios tradicionales) para hacer frente a los cambios radicales en la industria y en la investigación académica y profesional.

4.2 Requisitos de Acceso y Criterios de Admisión

- **Requisitos de Acceso**

Además de los procedimientos generales previstos por el Real Decreto 1393 / 2007 de 29 de octubre y de la normativa específica de cada Universidad, los estudiantes que deseen acceder a los estudios conducentes al título de Máster universitario en investigación aplicada a medios de comunicación, de la Universidad Carlos III de Madrid, deberán adjuntar un CV académico y profesional completo.

Requisitos de Idiomas:

Aquellos estudiantes cuya lengua materna no sea el español, deberán acreditar su conocimiento, hablado y escrito, a un nivel igual o superior al C1 del DELE (Diploma de Español como lengua extranjera) expedido por el Instituto Cervantes.

Los requisitos del idioma no se exigirán a aquellos estudiantes que hayan completado sus estudios universitarios de grado en español en un país hispanohablante, previa presentación de la documentación correspondiente.

Los estudiantes preseleccionados para admisión que acrediten poseer un nivel de idioma igual o superior al DELE nivel C1, tendrán que realizar una entrevista obligatoria con la Dirección del Máster para corroborar sus competencias lingüísticas en español, sus capacidades comunicativas y su interés por el programa del Máster.

La selección se realizará por el Comité de Dirección de programa.

- **Criterios de Admisión**

El proceso de admisión comenzará con el envío de la solicitud de admisión por parte del alumno a través de la plataforma on line de la Universidad Carlos III de Madrid, en las fechas y periodos aprobados y publicados para cada curso académico.

Recibida la solicitud, el personal administrativo revisará la misma a los efectos de verificar el correcto envío de la documentación necesaria, que estará publicada en la página web de la titulación, contactando con el alumno en caso de necesidad de subsanación de algún documento, o validando la candidatura en caso de estar completa. En este sentido, será necesario que se haya acreditado el cumplimiento de los niveles mínimos de idiomas para el acceso a los estudios de máster universitario, en función del idioma de impartición del título, y la lengua materna del solicitante.

La solicitud de admisión validada, pasará a la dirección del Máster que valorará la candidatura en base a los criterios y ponderaciones descritos a continuación, comunicando al alumno su admisión al Máster, la denegación de admisión motivada o la inclusión en una lista de espera provisional.

Toda la información sobre el proceso de admisión, guías de apoyo y accesos a las aplicaciones on line, se encuentran publicadas en la siguiente url:

http://www.uc3m.es/portal/page/portal/postgrado_mast_doct/Admision/Masteres_Universitarios

CRITERIOS DE ADMISIÓN	PONDERACIÓN
Expediente académico de los estudios del acceso	75 %
Experiencia profesional	10 %
Motivación, interés y cartas de recomendación	10 %
Calificaciones obtenidas en materias esenciales para cursar el máster	5 %

4.3 Apoyo y orientación a estudiantes una vez matriculados

La Universidad Carlos III realiza un acto de bienvenida dirigido a los estudiantes de nuevo ingreso en los másteres universitarios, en el que se lleva a cabo una presentación de la Universidad y de los estudios de postgrado, así como visitas guiadas por los campus universitarios.

Los Directores Académicos de los másteres con el apoyo del personal del Centro de Postgrado, realizan diversas acciones informativas específicas para cada programa sobre las características de los mismos y también sobre los servicios de apoyo directo a la docencia (bibliotecas, aulas informáticas, etc.) y el resto de servicios que la universidad pone a disposición de los estudiantes: deporte, cultura, alojamientos, entre otros.

La universidad cuenta además con los siguientes servicios específicos de apoyo y orientación a los estudiantes:

Orientación psicopedagógica - asesoría de técnicas de estudio: existe un servicio de atención personalizada al estudiante con el objetivo de optimizar sus hábitos y técnicas de estudio y por tanto su rendimiento académico.

Programa de mejora personal: cursos de formación y talleres en grupo sobre diferentes temáticas psicosociales. Su objetivo es el de contribuir a la mejora y al desarrollo personal del individuo, incrementando sus potencialidades y en última instancia, su grado de bienestar. El abanico de cursos incluye los siguientes: "Psicología y desarrollo personal", "Argumentar, debatir y convencer", "Educación, aprendizaje y modificación de conducta", "Creatividad y solución de problemas", "Técnicas de autoayuda", "Taller de autoestima", "Habilidades sociales", "Entrenamiento en relajación", "Trabajo en equipo", "Gestión del tiempo", "Comunicación eficaz", "Hablar en público" y "Técnicas para superar el miedo y la ansiedad".

Orientación psicológica - terapia individual: tratamiento clínico de los diferentes problemas y trastornos psicológicos (principalmente trastornos del estado de ánimo, ansiedad, pequeñas obsesiones, afrontamiento de pérdidas, falta de habilidades sociales, problemas de relación, etc.).

Prevención psico-educativa: este programa tiene por objetivo el desarrollo y difusión de materiales informativos (folletos y Web) con carácter preventivo y educativo (por ejemplo: ansiedad al hablar en público, consejos para el estudio, gestión del tiempo, depresión, estrés, relación de pareja, superación de las rupturas, trastornos de la alimentación, consumo y abuso de sustancias, mejora de la autoestima, sexualidad, etc.). Se pretende así facilitar la detección precoz de los trastornos, prevenirlos, acercar la psicología a la comunidad universitaria y motivar la petición de ayuda.

Una vez matriculados, los estudiantes obtienen su cuenta de correo electrónico y pueden acceder a la Secretaría virtual de estudiantes de postgrado con información académica específica sobre diferentes trámites y procesos académicos, así como información personalizada sobre horarios, calificaciones, situación de la beca, etc..

Oficinas de Postgrado: a través de los servicios del Centro de Postgrado, se atienden las necesidades de los estudiantes, de modo telefónico, por correo electrónico info.postgrado@uc3m.es o presencialmente en las Oficinas de Postgrado de los Campus. Además resuelven los trámites administrativos relacionados con su vida académica (matrícula, becas, certificados, se informa y orienta sobre todos los procesos relacionados con los estudios del Máster (como horarios, becas, calendario de exámenes, etc.)

Los estudiantes tienen acceso al portal virtual de apoyo a la docencia para las asignaturas matriculadas: programas, materiales docentes, contacto con los profesores, entre otros. De igual manera, estos tienen acceso a un servicio de tutoría proporcionado por los profesores que imparten cada una de las asignaturas. A este respecto cabe subrayar que los profesores deben publicar en la herramienta virtual de soporte a la docencia los horarios semanales de atención a los estudiantes.

Finalmente, es preciso mencionar que a través de la Fundación UC3M (Servicio de Orientación y Planificación Profesional) se ofrecen diferentes servicios de orientación y se realizan acciones encaminadas a la inserción laboral y profesional de los estudiantes.

Apoyo y orientación específicos para los estudiantes con discapacidad que acceden a la universidad.

Sistemas de acogida

Comunicación mediante correo electrónico con todos los estudiantes matriculados con exención de tasas por discapacidad: información y oferta de los servicios PIED. Envío periódico (correo electrónico) de informaciones específicas de interés: convocatorias, becas, actividades, etc.

Reunión informativa en cada Campus.

Entrevista personal: información de recursos y servicios y valoración de necesidades (elaboración de plan personalizado de apoyo)

Sistemas de apoyo y orientación

Existe un plan personalizado de apoyo para la atención a las necesidades especiales del estudiante, cuya coordinación implica a los responsables académicos, los docentes y los servicios universitarios. Los apoyos específicos y adaptaciones más comunes que se realizan son:

Asesoramiento para la realización de matrícula: lo que incluye un cupo de reserva, prioridad en asignaturas optativas, orientación para la selección y organización de asignaturas, entre otros.

Adaptaciones curriculares: necesidades específicas en el proceso de aprendizaje (relación y comunicación profesor-alumno, acceso a apuntes o materiales didácticos, participación en las clases, etc.), necesidades específicas en trabajos y pruebas de conocimiento, adaptaciones en el programa y actividades de las asignaturas, son algunos de ellos.

Apoyo al estudio: éste incluye proveer al alumno con un profesor-tutor, proporcionarle apoyo humano (toma de apuntes, desplazamientos...), adaptación de materiales de estudio, préstamo de ayudas técnicas, recursos informáticos específicos, servicios especiales en Bibliotecas (atención personalizada, ampliación plazos de préstamo...), ayudas económicas, etc.

Accesibilidad-adaptaciones en aulas y Campus: adaptaciones de mobiliario, reserva de sitio en aulas de características especiales, reserva de taquillas, plazas de aparcamiento, o habitaciones adaptadas en Residencias de Estudiantes.

Por último, cabe destacar las adaptaciones para la participación en actividades socioculturales y deportivas.

4.4 Sistemas de Transferencia y reconocimiento de créditos

La Universidad Carlos III de Madrid ha implantado los procedimientos de transferencia y reconocimiento de créditos adaptados a lo dispuesto en el Real Decreto 1393/2007.

[NORMATIVA REGULADORA DE LOS PROCEDIMIENTOS DE RECONOCIMIENTO, CONVALIDACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS, APROBADA POR EL CONSEJO DE GOBIERNO EN SESIÓN DE 25 DE FEBRERO DE 2010.](#)

El RD 1393/2007, de 30 de octubre regula en su artículo 6 el reconocimiento y transferencia de créditos, estableciendo prescripciones adicionales en su artículo 13 para los estudios de Grado.

La nueva ordenación de las enseñanzas universitarias ha establecido unos sistemas de acceso a la Universidad que facilitan la incorporación de estudiantes procedentes de otros países del Espacio Europeo de Educación Superior y de otras áreas geográficas, marcando con ello una nueva estrategia en el contexto global de la educación superior.

No cabe duda de que uno de los objetivos fundamentales de la nueva ordenación de las enseñanzas universitarias es fomentar la movilidad de los estudiantes, tanto dentro de Europa como con otras partes del mundo, así como la movilidad entre las universidades españolas y el cambio de titulación dentro de la misma universidad, especialmente en el inicio de la formación universitaria.

Por todo ello, se han regulado los procesos de reconocimiento y de transferencia de créditos con el objetivo de que la movilidad de los estudiantes, que constituye uno de los pilares principales del actual sistema universitario, pueda tener lugar de forma efectiva en la Universidad Carlos III de Madrid.

En el proceso de elaboración de esta norma han participado los Decanatos de las Facultades y la Dirección de la Escuela Politécnica Superior, así como la Delegación de Estudiantes, dándose cumplimiento al trámite

previsto en el artículo 40, en relación con la Disposición Adicional Tercera de los Estatutos de la Universidad Carlos III de Madrid.

Reconocimiento de créditos cursados en otras titulaciones y/o universidades españolas o extranjeras en los estudios de Grado.

Art. 1.- Presentación de solicitudes.

Las solicitudes de reconocimiento y convalidación de créditos superados en otras enseñanzas universitarias oficiales se dirigirán al Decano o Director del Centro en el que el estudiante haya sido admitido en los plazos y de acuerdo con los procedimientos fijados por la Universidad.

La solicitud deberá acompañarse de la siguiente documentación:

Certificación académica de la Universidad en la que consten las asignaturas o materias superadas con indicación de su carácter y las calificaciones obtenidas. En el caso de tratarse de materias de formación básica deberá acreditarse la rama de conocimiento a la que están adscritas.

Programas oficiales de las materias o asignaturas superadas.

Cuando el estudiante solicite la convalidación de asignaturas o materias cursadas en universidades extranjeras, la certificación académica de la Universidad deberá presentarse debidamente legalizada de conformidad con la normativa que resulte de aplicación. El Director académico de la titulación podrá admitir los documentos en inglés. Los documentos en otros idiomas deberán presentarse en todo caso con traducción oficial al castellano.

Los estudiantes de la Universidad Carlos III que cambien de titulación no deberán presentar ningún documento por disponer de ellos la administración universitaria, que procederá a su comprobación de oficio.

Art. 2.- Resolución de las solicitudes de reconocimiento y convalidación.

El Decano o Director del Centro en el que el estudiante inicie sus estudios, o Vicedecano o Subdirector en quien delegue, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 77 y 79.2 f) de los Estatutos, resolverá el reconocimiento o convalidación de los créditos superados en otra titulación y/o Universidad de acuerdo con procedimientos establecidos por la Universidad.

En las resoluciones de reconocimiento y convalidación deberá valorarse el expediente universitario del alumno en su conjunto, debiéndose tener en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios, no siendo necesaria la equivalencia total de contenidos ni de carga lectiva por asignatura, materia o módulo.

El Centro podrá constituir comisiones de apoyo a los responsables académicos de las distintas titulaciones para valorar la adecuación de los conocimientos y competencias asociados a las materias superadas por el solicitante con las materias del plan de estudios. Formarán parte de estas comisiones profesores de los Departamentos que impartan docencia en los Grados correspondientes. El Centro podrá atribuir esta función a las Comisiones Académicas de Titulación.

Art. 3.- Plazos de resolución.

Las solicitudes de reconocimiento y convalidación presentadas por los alumnos admitidos en la Universidad con la documentación exigida en el artículo 1 se resolverán en los siguientes plazos:

Solicitudes presentadas hasta el 30 de junio, antes del 5 de septiembre.

Solicitudes presentadas hasta el 31 de julio, antes del 30 de septiembre.

Solicitudes presentadas hasta el 30 de septiembre, antes del 30 de octubre.

Art. 4.- Reconocimiento de formación básica

Los créditos de formación básica superados en otros estudios universitarios serán reconocidos, en todo caso, en la titulación a la que acceda el estudiante, de conformidad con lo establecido en el artículo 13 del Real Decreto 1393/2007.

El Vicedecano o Subdirector determinará las asignaturas de formación básica del correspondiente plan de estudios que no deberá cursar el estudiante. El total de créditos de estas asignaturas deberá ser equivalente a los créditos de formación básica reconocidos.

Reconocimiento de créditos cursados en programas de movilidad

Art. 5.- Los convenios de movilidad suscritos entre la Universidad Carlos III y las Universidades extranjeras deberán posibilitar el reconocimiento de 30 ECTS por cuatrimestre a los estudiantes de la Universidad Carlos que participen en el programa de movilidad correspondiente.

El coordinador de cada programa de movilidad autorizará el contrato de estudios teniendo en cuenta principalmente y de forma global la adecuación de las materias a cursar en la Universidad de destino con las competencias y conocimientos asociados al título de la Universidad Carlos III de Madrid.

De conformidad con las directrices generales fijadas por la Universidad, los responsables académicos de las titulaciones y los responsables académicos de programas de intercambio de los diferentes Centros adoptarán las medidas que consideren necesarias para asegurar el reconocimiento del número de créditos establecido en el párrafo primero, de acuerdo con lo dispuesto en el apartado segundo del artículo 2.

En el supuesto de que alguno de los convenios suscritos para una o varias titulaciones no permita el reconocimiento de un mínimo de 30 créditos por cuatrimestre, el Centro deberá comunicarlo al Vicerrectorado de Relaciones Internacionales para la eliminación, en su caso, de las plazas de movilidad vinculadas a dicho convenio de la oferta del siguiente curso académico.

Reconocimiento y convalidación de créditos cursados en otras titulaciones y/o universidades españolas o extranjeras en los estudios de Postgrado

Art. 6.- Los Directores de los Programas de Postgrado elevarán al Vicerrectorado de Postgrado para su resolución las propuestas de reconocimiento o convalidación de créditos superados en otra titulación y/o Universidad a los estudiantes admitidos en sus programas que lo hubieran solicitado de acuerdo con los procedimientos establecidos por la Universidad.

Las resoluciones de reconocimiento deberán valorar el expediente universitario del alumno en su conjunto, así como los conocimientos y competencias asociados a las materias superadas, de conformidad con lo establecido en el párrafo segundo del artículo 2.

Transferencia de créditos.

Art. 7.- Los créditos superados por los estudiantes en sus anteriores estudios que no hayan sido objeto de reconocimiento se transferirán a su expediente académico de acuerdo con los procedimientos establecidos al efecto siempre que los estudios anteriores no hubieran conducido a la obtención de un título.

El 15 de junio de 2015 la Vicerrectora de estudios firmó una resolución por la que se delega la competencia para resolver los reconocimientos y las transferencias de créditos de los estudios de Postgrado en los directores de los másteres universitarios

RESOLUCIÓN DE LA VICERRECTORA DE ESTUDIOS DE LA UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID POR LA QUE SE DELEGA EN LOS DIRECTORES DE LOS MÁSTERES UNIVERSITARIOS LA COMPETENCIA PARA RESOLVER LOS RECONOCIMIENTOS Y LAS TRANSFERENCIAS DE CRÉDITOS DE LOS ESTUDIOS DE POSTGRADO.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 13 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común y al objeto de agilizar la resolución de las solicitudes presentadas para reconocimientos y transferencias de crédito,

RESUELVO:

Primero. Delegar en los Directores de Másteres Universitarios la competencia para resolver los reconocimientos y las transferencias de créditos de los estudios de Postgrado en la Universidad en sus respectivos programas.

Segundo. La presente delegación surtirá efectos desde el momento de su dictado.

PROCEDIMIENTO DE RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

El alumno deberá cumplir el siguiente procedimiento para que recibir el reconocimiento de créditos:

a. El estudiante debe solicitar el reconocimiento de créditos acompañando la documentación acreditativa de las asignaturas superadas y los programas oficiales de las mismas. En el supuesto de que solicitara el reconocimiento de determinada experiencia profesional en los términos previstos en la normativa aplicable, deberá presentar un certificado de las entidades en las que hubiera realizado su actividad profesional en el que se especifiquen de las actividades laborales desarrolladas con indicación de la fecha de inicio y finalización de las mismas.

b. Una resolución motivada del Director del Máster evaluará la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias superadas en estudios oficiales de postgrado, los adquiridos en las actividades laborales o profesionales desarrolladas por el solicitante o en asignaturas superadas en estudios no oficiales, y los previstos en el plan de estudios. El Director del Máster podrá recabar el asesoramiento de la Comisión Académica del Máster o del Departamento que tenga asignada la docencia de la asignatura cuyo reconocimiento se solicita.

c. La incorporación de la asignatura reconocida al expediente del estudiante con la calificación obtenida en el Centro de procedencia salvo que se trate de asignaturas superadas en másteres no oficiales o de experiencia profesional, para las que no se incorporará calificación alguna figurando en el expediente como reconocidas.

No se permite la incorporación de reconocimientos de créditos superiores a 9 créditos ECTS por actividades profesionales y por asignaturas superadas en másteres no oficiales.

PROCEDIMIENTO DE TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

Los créditos cursados en enseñanzas que no hayan conducido a la obtención de un título oficial se transferirán al expediente académico del alumno, que deberá solicitarlo adjuntando el correspondiente certificado académico y documento en el que se acredite que no ha finalizado los estudios cuya transferencia solicita.

Dichos créditos se transfieren al expediente académico previa resolución de la Dirección del programa.

Sistema de transferencia y reconocimiento de créditos		
Concepto	Mínimo	Máximo
Reconocimiento de créditos cursados en enseñanzas superiores oficiales no universitarias	0	0
Reconocimiento de créditos cursados en títulos propios	0	15%
Reconocimiento de créditos cursados por acreditación de experiencia laboral y profesional*	0	0%

4.5 Complementos Formativos

Implantación obligatoria de la asignatura de complementos formativos 'Introducción al estudio de la comunicación social'

En línea con las propuestas anteriores, que buscan mejorar la calidad de la docencia en el marco del programa del Máster, y siguiendo las recomendaciones realizadas por la Fundación Madrid+d, se ha diseñado una asignatura específica para los estudiantes de nuevo ingreso que no tengan estudios universitarios previos sobre el funcionamiento de los medios de comunicación / las industrias culturales.

DENOMINACIÓN DE LOS COMPLEMENTOS FORMATIVOS				
INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL				
NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS			CARÁCTER DE LA MATERIA (OBLIGATORIA/ OPTATIVA/ MIXTO/ TRABAJO FIN DE MÁSTER /ETC)	
6 ECTS			Complemento Formativo	
DURACIÓN Y UBICACIÓN TEMPORAL DENTRO DEL PLAN DE ESTUDIOS				
DURACIÓN: 2 semanas			UBICACIÓN: Previo al inicio del primer cuatrimestre	
COMPETENCIAS QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERE CON ESTA MATERIA				
BÁSICAS	Que los estudiantes conozcan las principales perspectivas de investigación aplicada a la comunicación social y sean capaces de comprender conceptos básicos al respecto.			
GENERALES	Que los estudiantes conozcan casos aplicados de investigación en comunicación social y sean capaces de desarrollar un trabajo de investigación académico en este campo utilizando los recursos generales y especializados que la Universidad pone a su disposición.			
ESPECÍFICAS	Que los estudiantes adquieran un conocimiento en profundidad sobre los actuales retos de la comunicación social a fin de que puedan plantear y desarrollar trabajos de investigación.			
RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE				
1. Conocimiento de conceptos clave de la comunicación social y de su estudio como ciencia. 2. Capacidad de aplicación de las teorías de la comunicación al análisis e interpretación de fenómenos de actualidad. 3. Conocimiento del funcionamiento de los medios de comunicación social a nivel mundial y español. 4. Conocimiento y empleo de los diferentes recursos que ofrece la UC3M, a través de su Biblioteca, para el correcto desarrollo de la labor investigadora en comunicación.				
ACTIVIDADES FORMATIVAS DE LA MATERIA INDICANDO SU CONTENIDO EN HORAS Y % DE PRESENCIALIDAD				
Cod.	Actividad	Horas	% presencialidad	
AF3	Clases teórico-prácticas	36	100	
AF7	Trabajo individual del estudiante	120	0	
METODOLOGÍAS DOCENTES QUE SE UTILIZARÁN EN ESTA MATERIA				
MD1, MD2, MD3, MD4 y MD5				
SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN. INDICAR SU PONDERACIÓN MÁXIMA Y MÍNIMA				
	Cód. Act.	Sistema de Evaluación	Ponderación	
			Máxima	Mínima
	SE1	Participación en clase	40	40
	SE3	Examen final	60	60

ASIGNATURAS DE LA MATERIA				
Asignatura:	Créditos	Cuatrim.	Carácter	Idioma
INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL	6	*	CF	ESPAÑOL
BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la comunicación. La comunicación como ciencia y objeto de estudio. Principales abordajes teóricos. 2. Características de los medios de comunicación/industrias culturales: prensa, radio, cine, televisión e Internet. 3. Estructura del sistema mediático en Europa y España. Características y conceptos clave. Mercado y agentes. Regulación. 4. Recursos disponibles para la investigación en comunicación social. Claves para la elaboración de un trabajo de investigación académica. 				
LENGUAS EN QUE SE IMPARTIRÁ LA MATERIA				
Español.				
OBSERVACIONES.				
* Esta asignatura se imparte inmediatamente antes del inicio del 1er. cuatrimestre.				

5. Planificación de las Enseñanzas

5.1 Descripción general del plan de estudios

a) Descripción general del plan de estudios

El *Máster Universitario en Investigación Aplicada a Medios de Comunicación* está estructurado en **cuatro módulos**:

- **(1)** Metodología de la investigación en comunicación, **de carácter obligatorio.**
- **(2)** Periodismo y convergencia multimedia **y (3)** Cine, televisión y cultura audiovisual, **compuestos ambos por asignaturas optativas y susceptibles de funcionar como "itinerarios" para el alumno, dado que conforman corpus coherentes e integrados de conocimientos desde los que abordar el fenómeno del multimedia.**
- **(4)** Trabajo fin de Máster, **de carácter obligatorio. La temática elegida por el alumno deberá ser coherente con su trayectoria formativa a lo largo del Máster.**

En total, 60 ECTS a lo largo del periodo lectivo de un curso académico.

CUADRO 1

ORGANIZACIÓN TEMPORAL POR ASIGNATURAS DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN									
PRIMER CURSO									
Curso	Ctr	ASIGNATURA	Tipo	EC TS	Curso	Ctr	ASIGNATURA	Tipo	EC TS
1	1	Metodologías de investigación en cine, televisión y nuevos medios digitales	O	6	1	2	Nuevas tendencias en los estudios de cine y la televisión	OP	3
1	1	Metodología de la investigación en el ámbito de la comunicación mediática	O	6	1	2	Los medios cambian, los medios nos cambian: aproximación histórico-evolutiva a las transformaciones culturales	OP	6
1	1	Nuevos marcos teóricos de la comunicación en la era de Internet	O	6	1	2	La agenda investigadora del cambio mediático: problemas y desafíos	OP	3
1	1	Metodologías de investigación en la perspectiva del cambio cultural	O	6	1	2	Construcción de la identidad e imaginarios sociales en el cine y la televisión actuales	OP	6
1	1	Investigación para la optimización de recursos en la empresa multimedia	OP	6	1	2	Geopolíticas del audiovisual	OP	6
1	1	Estética del cine y la televisión contemporánea	OP	6	1	2	El papel de los medios en el proceso de cambio social.	OP	6
1	1	Nuevas tendencias del periodismo en el ámbito de los contenidos.	OP	6	1	2	TRABAJO FIN DE MÁSTER	TFM	12
1	1	Perfiles periodísticos emergentes adaptados a la sociedad-red	OP	3					
1	1	Sistemas de comunicación en las organizaciones	OP	6					
1	1	Nuevos Negocios de la Comunicación en el Entorno Digital	OP	3					

CUADRO 2 – OPCIÓN A

ORGANIZACIÓN TEMPORAL POR ASIGNATURAS DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN					
MATERIA	ASIGNATURA	ECTS	Tipo	Curso	Cuatr
MATERIA 1: Métodos de investigación en cultura y comunicación audiovisual	Metodologías de investigación en cine, televisión y nuevos medios digitales	6	o	1	1
	Metodologías de investigación en la perspectiva del cambio cultural	6	O	1	1
	TOTAL ECTS MATERIA	12			
MATERIA 2: Métodos de investigación aplicados al multimedia	Metodología de la investigación en el ámbito de la comunicación mediática	6	O	1	1
	Nuevos marcos teóricos de la comunicación en la era de Internet	6	O	1	1
	TOTAL ECTS MATERIA	12			
MATERIA 3: Estudios Avanzados en Cine, Televisión y Nuevos Medios Digitales	Nuevas tendencias en los estudios del cine y la televisión	3	OP	1	2
	Estética del cine y la televisión contemporánea	6	OP	1	1
	Geopolíticas del audiovisual	6	OP	1	2
	TOTAL ECTS MATERIA	15			
MATERIA 4: Comunicación y Desarrollo Humano: la investigación del cambio cultural	Los medios cambian, los medios nos cambian: aproximación histórico-evolutiva a las transformaciones culturales	6	OP	1	2
	La agenda investigadora del cambio mediático: problemas y desafíos	3	OP	1	2
	Construcción de la identidad e imaginarios sociales en el cine y la televisión actuales	6	OP	1	2
	TOTAL ECTS MATERIA	15			
MATERIA 5: Tendencias de la información periodística en el contexto digital	El papel de los medios en el proceso de cambio social.	6	OP	1	2
	Perfiles periodísticos emergentes adaptados a la sociedad-red	3	OP	1	1
	Nuevas tendencias del periodismo en el ámbito de los contenidos.	6	OP	1	1
	TOTAL ECTS MATERIA	15			
MATERIA 6: Criterios de planificación y gestión en entornos multimedia	Investigación para la optimización de recursos en la empresa multimedia	6	OP	1	1
	Sistemas de comunicación en las organizaciones	6	OP	1	1
	Nuevos Negocios de la Comunicación en el Entorno Digital	3	OP	1	1
	TOTAL ECTS MATERIA	15			
TRABAJO FIN DE MÁSTER	Trabajo fin de máster	12	TFM	1	2
	TOTAL ECTS MATERIA	12			

CUADRO 2 – OPCIÓN B

ORGANIZACIÓN TEMPORAL POR ASIGNATURAS DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN						
MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	ECTS	Tipo	Curso	Cuatr
MÓDULO 1: Metodología de la investigación en comunicación	MATERIA 1: Métodos de investigación en cultura y comunicación audiovisual	Metodologías de investigación en cine, televisión y nuevos medios digitales	6	o	1	1
		Metodologías de investigación en la perspectiva del cambio cultural	6	O	1	1
	TOTAL ECTS MATERIA		12			
	MATERIA 2: Métodos de investigación aplicados al multimedia	Metodología de la investigación en el ámbito de la comunicación mediática	6	O	1	1
		Nuevos marcos teóricos de la comunicación en la era de Internet	6	O	1	1
	TOTAL ECTS MATERIA		12			
		TOTAL ECTS MÓDULO				
MÓDULO 2: Cine, televisión y cultura audiovisual	MATERIA 3: Estudios Avanzados en Cine, Televisión y Nuevos Medios Digitales	Nuevas tendencias en los estudios del cine y la televisión	3	OP	1	2
		Estética del cine y la televisión contemporánea	6	OP	1	1
		Geopolíticas del audiovisual	6	OP	1	2
	TOTAL ECTS MATERIA		15			
	MATERIA 4: Comunicación y Desarrollo Humano: la investigación del cambio cultural	Los medios cambian, los medios nos cambian: aproximación histórico-evolutiva a las transformaciones culturales	6	OP	1	2
		La agenda investigadora del cambio mediático: problemas y desafíos	3	OP	1	2
		Construcción de la identidad e imaginarios sociales en el cine y la televisión actuales	6	OP	1	2
	TOTAL ECTS MATERIA		15			
		TOTAL ECTS MÓDULO				
MÓDULO 3: Periodismo y convergencia multimedia	MATERIA 5: Tendencias de la información periodística en el contexto digital	El papel de los medios en el proceso de cambio social.	6	OP	1	2
		Perfiles periodísticos emergentes adaptados a la sociedad-red	3	OP	1	1
		Nuevas tendencias del periodismo en el ámbito de los contenidos.	6	OP	1	1
	TOTAL ECTS MATERIA		15			
	MATERIA 6: Criterios de planificación y gestión en entornos multimedia	Investigación para la optimización de recursos en la empresa multimedia	6	OP	1	1
		Sistemas de comunicación en las organizaciones	6	OP	1	1
		Nuevos Negocios de la Comunicación en el Entorno Digital	3	OP	1	1
TOTAL ECTS MATERIA		15				
		TOTAL ECTS MÓDULO				
TRABAJO FIN DE MÁSTER	TRABAJO FIN DE MÁSTER	Trabajo fin de máster	12	TFM	1	2
		TOTAL ECTS MÓDULO				

b) Planificación y gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida

En este momento no existen acuerdos específicos de movilidad para este Máster, sin perjuicio de que en el futuro puedan establecerse algunos acuerdos concretos, que se irán incorporando a la memoria en la medida en que se vayan firmando, que ayuden incluso al desarrollo futuro de acuerdos de dobles titulaciones que se adjuntarán igualmente a la presente memoria. La acreditada presencia internacional de nuestra Universidad contribuirá a la consecución de este objetivo. Conviene recordar que la Universidad Carlos III de Madrid mantiene Convenios de Intercambio de estudiantes con más de 200 Universidades en 30 países. A su vez, nuestra Universidad es miembro de prestigiosas Organizaciones Internacionales como la Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrado (AUIP), CINDA (Centro Interuniversitario de Desarrollo) y la Red Iberoamericana de Estudios de Postgrado (REDIBEP). Una parte importante de los estudiantes matriculados en los másteres universitarios de la Universidad Carlos III son estudiantes internacionales.

En caso de que se formalicen dichos acuerdos, la dirección del programa junto con la Comisión Académica del Máster serán los encargados de asegurar la adecuación de los convenios de movilidad con los objetivos del título. Bajo la supervisión de la Dirección del Máster existirá un coordinador y tutor de los estudios en programas de movilidad que orientará los contratos de estudios y realizará el seguimiento de los cambios y del cumplimiento de los mismos. Asimismo, las asignaturas incluidas en los contratos de estudios autorizadas por el tutor serán objeto de reconocimiento académico incluyéndose en el expediente del alumno. De igual manera, los estudiantes de másteres universitarios pueden participar en el programa *Erasmus placement* reconociéndose la estancia de prácticas en su expediente académico con el carácter previsto en el plan de estudios o como formación complementaria.

c) Procedimientos de coordinación docente horizontal y vertical del plan de estudios

MECANISMOS DE COORDINACIÓN DOCENTE

La coordinación docente del **Máster Universitario en Investigación Aplicada a Medios de Comunicación** es responsabilidad del Director del Máster. Corresponde al Director las siguientes actividades:

- Presidir la Comisión Académica de la titulación.
- Vigilar la calidad docente de la titulación.
- Procurar la actualización del plan de estudios para garantizar su adecuación a las necesidades sociales.
- Promover la orientación profesional de los estudiantes.
- Coordinar la elaboración de la Memoria Académica de Titulación.

La Universidad Carlos III de Madrid dispone de un Sistema de Garantía Interna de la Calidad (SGIC). Dicho sistema ha sido diseñado por la Universidad conforme a los criterios y directrices recogidas en los documentos "Directrices, definición y documentación de Sistemas de Garantía Interna de Calidad de la formación

universitaria" y "Guía de Evaluación del diseño del Sistema de Garantía Interna de Calidad de la formación universitaria" proporcionados por la ANECA (Programa AUDIT convocatoria 2007/08). Este diseño está formalmente establecido y es públicamente disponible. La ANECA emitió en febrero de 2009 una valoración POSITIVA del diseño del SGIC-UC3M. Este diseño se ha implantado por primera vez en el curso 2008/09.

Dentro del SGIC de la Universidad Carlos III de Madrid, la Comisión Académica de la Titulación, está definida como el órgano que realiza el seguimiento, analiza, revisa, evalúa la calidad de la titulación y las necesidades de mejora y aprueba la Memoria Académica de Titulación.

La Comisión Académica del **Máster Universitario en Investigación Aplicada a Medios de Comunicación** estará formada por el Director del Máster, que preside sus reuniones y por representantes de los Departamentos que imparten docencia en la titulación, así como por los alumnos, siendo preferente la participación del delegado de la titulación electo en cada momento, y en su defecto o por ausencia, cualquier otro alumno de la titulación, así como por algún representante del personal de administración y servicios vinculado con la titulación siempre que sea posible.

La Comisión Académica del Máster tendrá las siguientes responsabilidades:

- Supervisar los criterios aplicados en el proceso de selección de los estudiantes que serán admitidos en el Máster.
- Supervisar el correcto cumplimiento de los objetivos académicos.
- Gestionar todos los aspectos de transferencia y reconocimiento de créditos de acuerdo con la normativa de la Universidad.
- Y en general, gestionar y resolver todos los aspectos asociados con el correcto funcionamiento del Máster.
- Recoger, evaluar y gestionar las necesidades y propuestas de los alumnos, docentes y resto de miembros implicados en el proceso de enseñanza-aprendizaje en relación con la titulación.

Además, la Comisión Académica del Máster velará por la integración de las enseñanzas, intentando identificar y promover sinergias entre asignaturas, así como haciendo lo propio con sistemas de coordinación que garanticen evitar el solapamiento entre asignaturas y las lagunas en las mismas.

5.2 Estructura del plan de estudios

- ACTIVIDADES FORMATIVAS.

ACTIVIDADES FORMATIVAS DEL PLAN DE ESTUDIOS REFERIDAS A MATERIAS	
AF1	Clase teórica
AF2	Clases prácticas
AF3	Clases teórico prácticas
AF4	Prácticas de laboratorio
AF5	Tutorías
AF6	Trabajo en grupo
AF7	Trabajo individual del estudiante

- METODOLOGÍAS DOCENTES:

METODOLOGÍAS DOCENTES FORMATIVAS DEL PLAN REFERIDAS A MATERIAS	
MD1	<i>Exposiciones en clase del profesor con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporciona la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.</i>
MD2	<i>Lectura crítica de textos recomendados por el profesor de la asignatura: Artículos de prensa, informes, manuales y/o artículos académicos, bien para su posterior discusión en clase, bien para ampliar y consolidar los conocimientos de la asignatura.</i>
MD3	<i>Resolución de casos prácticos, problemas, etc.... planteados por el profesor de manera individual o en grupo.</i>
MD4	<i>Exposición y discusión en clase, bajo la moderación del profesor de temas relacionados con el contenido de la materia, así como de casos prácticos.</i>
MD5	Elaboración de trabajos e informes de manera individual o en grupo.

- SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS REFERIDOS A MATERIAS	
SE1	Participación en clase
SE2	Trabajos individuales o en grupo realizados durante el curso
SE3	Examen final
SE4	Presentación y defensa pública del TFM

1.- TABLA DE COMPETENCIAS Y MATERIAS

TABLA DE COMPETENCIAS POR MATERIAS							
COMPETENCIAS	MATERIAS						
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7
CB6	X	X	X	X	X		X
CB7		X			X	X	
CB8	X	X		X			
CB9			X			X	X
CB10	X		X	X	X	X	X
CG1		X	X	X	X	X	
CG2	X	X					X
CG3			X	X	X		
CG4	X					X	X
CG5	X	X		X	X	X	
CG6			X				X
CE1		X			X	X	
CE2	X		X	X			X
CE3	X	X		X	X		
CE4		X	X			X	X
CE5					X	X	
CE6	X		X	X			X

2.- TABLA DE METODOLOGÍAS Y MATERIAS

TABLA DE METODOLOGIAS DOCENTES							
METODOLOGIAS DOCENTE	MATERIAS						
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7
MD1	X	X	X	X	X	X	
MD2	X	X	X	X	X	X	
MD3	X	X	X	X	X	X	
MD4	X	X	X	X	X	X	
MD5	X	X	X	X	X	X	X

3.- TABLA DE SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y MATERIAS

TABLA DE SISTEMAS DE EVALUACIÓN POR MATERIAS							
SISTEMAS EVALUACIÓN	MATERIAS						
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7
SE1	X	X	X	X	X	X	
SE2	X	X	X	X	X	X	X
SE3			X			X	
SE4							X

MATERIA 1																							
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN CULTURA Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL																							
Número de créditos ECTS	Carácter de la materia (obligatoria/optativa/mixto/trabajo fin de máster/etc.)																						
12	obligatoria																						
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios																							
Esta materia está compuesta por 2 asignaturas que se imparten en el primer cuatrimestre del primer curso																							
Competencias que el estudiante adquiere con esta materia																							
CB6, CB8, CB10, CG2, CG4, CG5, CE2, CE3, CE6																							
Resultados de aprendizaje que adquiere el estudiante																							
<ul style="list-style-type: none"> ○ Conocimientos de los problemas teórico-metodológicos en la investigación de la representación audiovisual. ○ Capacidad para investigar la significación social de las representaciones audiovisuales. ○ Capacidad para definir y desarrollar temas de investigación o creación personal innovadora que pueda contribuir al conocimiento o desarrollo de la producción audiovisual o su interpretación. ○ Capacidad para trabajar en equipos de investigación en presentación y desarrollo de proyectos. ○ Conocimiento e iniciación a los criterios del diseño y planificación de una investigación empírica: objetivos, diseño, presupuesto, periodización y afrontamiento de problemas y dificultades. ○ Conocimiento de las herramientas de investigación aplicadas a la comunicación audiovisual. 																							
Actividades formativas de la materia indicando su contenido en horas y % de presencialidad																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Código actividad</th> <th>Nº Horas totales</th> <th>Nº Horas Presenciales</th> <th>% Presencialidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AF3</td> <td>84</td> <td>84</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>AF5</td> <td>6</td> <td>6</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>AF7</td> <td>210</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>TOTAL MATERIA</td> <td>300</td> <td>90</td> <td>30</td> </tr> </tbody> </table>				Código actividad	Nº Horas totales	Nº Horas Presenciales	% Presencialidad	AF3	84	84	100	AF5	6	6	100	AF7	210	0	0	TOTAL MATERIA	300	90	30
Código actividad	Nº Horas totales	Nº Horas Presenciales	% Presencialidad																				
AF3	84	84	100																				
AF5	6	6	100																				
AF7	210	0	0																				
TOTAL MATERIA	300	90	30																				
Metodologías docentes que se utilizarán en esta materia																							
MD1, MD2, MD3, MD4, MD5																							

Sistemas de evaluación y calificación. Indicar su ponderación máxima y mínima

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación Máxima (%)
SE1	10	20
SE2	80	90

Listado de Asignaturas de la materia

Asignatura	Créditos	Cuatrim	Carácter	Idioma
METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN CINE, TELEVISIÓN Y NUEVOS MEDIOS DIGITALES	6	1	O	CASTELLANO
METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN LA PERSPECTIVA DEL CAMBIO CULTURAL	6	1	O	CASTELLANO

Descripción de contenidos

Conocimiento interdisciplinar de las relaciones que se establecen entre la sociedad y la imagen cinematográfica y televisiva. Principales marcos teóricos y metodológicos para el estudio y el análisis de la imagen cinematográfica y televisiva en la era digital. Procedimientos y técnicas de investigación en el campo del cine, la televisión y los nuevos medios audiovisuales.

Los métodos más empleados en la investigación aplicada y en la investigación básica de la cultura y la comunicación. De la agenda teórica a la agenda social y aplicada: ejemplos de investigación relevante en la problemática actual de los medios. Orientaciones metodológicas: 1) La tradición de la historia natural: los métodos de análisis de especímenes y repertorios culturales y análisis de contenidos. 2) La tradición experimental: psicología de los medios. 3) La orientación social e historiográfica.

Temas específicos de cada asignatura:

Metodologías de Investigación en Cine, Televisión y Nuevos Medios Digitales

UNIDAD I. Introducción al método científico aplicado al estudio de la Comunicación

UNIDAD II. La actividad investigadora. Cómo plantear un trabajo de investigación

UNIDAD III. Metodologías de investigación aplicadas al estudio de la Comunicación

UNIDAD IV. Preparación y evaluación del trabajo final

Metodologías de Investigación en la Perspectiva del Cambio Cultural

1. Introducción general: Ciencia e investigación

2. Introducción específica. Investigación científica en comunicación

3. La Caja de Herramientas del investigador: 1.

4. El uso de los recursos de la Biblioteca de la uc3m y las bases de datos de información científica para la investigación.
5. Qué investigar. La agenda temática de la investigación. Los problemas de la investigación en comunicación y cultura
6. Cómo investigar. Los procesos de la investigación y las herramientas del investigador.

Lenguas en que se impartirá la materia

CASTELLANO

Observaciones

MATERIA 2	
METODOS DE INVESTIGACIÓN APLICADA AL MULTIMEDIA	
Número de créditos ECTS	Carácter de la materia (obligatoria/optativa/mixto/trabajo fin de máster/etc.)
12	obligatoria
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios	
Esta materia está compuesta por 2 asignaturas que se imparten en el primer cuatrimestre del primer curso	
Competencias que el estudiante adquiere con esta materia	
<i>CB6, CB7, CB8, CG1, CG2, CG5, CE1, CE3, CE4</i>	
Resultados de aprendizaje que adquiere el estudiante	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Que el alumno conozca la tradición investigadora en el ámbito de la comunicación mediática y las reglas que gobiernan el cruce metodológico. ○ Que el alumno sea capaz de adecuar la metodología al objeto de estudio considerando la naturaleza de la información que se pretende obtener. ○ Que el alumno conozca las distintas teorías de la comunicación mediática y su potencial explicativo para entender situaciones de actualidad mediática. ○ Que el alumno sea capaz de reconocer los distintos marcos teóricos y las situaciones históricas a las que han respondido, con la finalidad de poder generar nuevo conocimiento operativo a luz de las circunstancias mediáticas actuales. ○ Que el alumno sea capaz de desarrollar una investigación en el ámbito de los medios de comunicación. ○ Que el alumno sea capaz de aplicar en cada caso las distintas metodologías al objeto de investigación con vistas a la consecución de resultados investigadores orientados a la resolución de problemas e implementación de recursos. 	
Actividades formativas de la materia indicando su contenido en horas y % de presencialidad	

Código actividad	Nº Horas totales	Nº Horas Presenciales	% Presencialidad
AF3	84	84	100
AF5	6	6	100
AF7	210	0	0
TOTAL MATERIA	300	90	30

Metodologías docentes que se utilizarán en esta materia

MD1, MD2, MD3, MD4, MD5

Sistemas de evaluación y calificación. Indicar su ponderación máxima y mínima

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación Máxima (%)
SE1	10	20
SE2	80	90

Listado de Asignaturas de la materia

Asignatura	Créditos	Cuatrim	Carácter	Idioma
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA	6	1	O	CASTELLANO
NUEVOS MARCOS TEÓRICOS DE LA COMUNICACIÓN EN LA ERA DE INTERNET	6	1	O	CASTELLANO

Descripción de contenidos

- Métodos de investigación, tanto los tradicionales (análisis de contenido, observación participante, focus group, entrevistas en profundidad...) como distintas propuestas de cruces metodológicos, que permitan abrir nuevos campos apropiados a las necesidades del cambiante entorno de la comunicación, en un momento en el que las audiencias pasivas y heterogéneas han dado paso a una fragmentación de mercados y a usuarios activos de los medios de comunicación, capaces de interactuar y generar contenidos.
- Recorrido histórico por las teorías clásicas (efectos directos y diferidos, teoría funcionalista, estudios críticos, estudios culturales...) y su pervivencia en la actualidad, su adaptación o superación y la emergencia nuevos marcos teóricos. Principales enfoques en la actualidad. Marco conceptual y metodológico, con especial hincapié en la necesaria corrección de desajustes teórico-metodológicos derivados de aplicar viejos paradigmas a nuevos contextos.

- Análisis de la interactividad en los medios de comunicación y de la participación ciudadana como elementos clave a tener en cuenta en el diseño metodológico. Evaluación de fenómenos comunicativo en contextos de creciente interacción, en los que la difusión "horizontal" de la información a través de determinados medios (caso de Internet) hace más compleja la gestión de la comunicación en empresas e instituciones al tiempo que aumenta su potencial.

Temas específicos de cada asignatura:

Metodología de la Investigación en el Ámbito de la Comunicación Mediática

1. Las Ciencias Sociales y la Comunicación.
2. Viejos métodos para nuevas situaciones de comunicación: revisión crítica
3. Investigación básica y aplicada en áreas comunicativas emergentes
4. Métodos cuantitativos y cualitativos. El valor del análisis de contenido.
5. La inmediatez llega con las redes sociales. ¿Y la validez?
6. Dogmas pero no pruebas: el caso de los efectos de los medios.
7. Cruces metodológicos y nuevas propuestas para un nuevo paradigma comunicativo y social.
8. El caso de los estudios de recepción en la cultura de la participación e interacción.
9. Algunas claves estadísticas.

Nuevos marcos teóricos de la comunicación en la era de internet

1. El sistema de medios antes y después de Internet.
2. Conceptos clave en Teoría de la comunicación.
3. Medios de comunicación y cultura digital.
4. Medios de comunicación y opinión pública.
5. Efectos de los medios de comunicación.
6. Funciones, usos y gratificaciones de los medios.
7. Medios de comunicación e ideología.

Lenguas en que se impartirá la materia

CASTELLANO

Observaciones

--

MATERIA 3			
ESTUDIOS AVANZADOS EN CINE, TELEVISIÓN Y NUEVOS MEDIOS DIGITALES			
Número de créditos ECTS	Carácter de la materia (obligatoria/optativa/mixto/trabajo fin de máster/etc.)		
15	optativa		
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios			
Esta materia está compuesta por 3 asignaturas que se imparten en el primer y segundo cuatrimestre del primer curso			
Competencias que el estudiante adquiere con esta materia			
CB6, CB9, CB10, CG1, CG3, CG6, CE2, CE4, CE6			
Resultados de aprendizaje que adquiere el estudiante			
<ul style="list-style-type: none"> ○ Capacidad analítica y crítica para entender las claves de la evolución de las formas, la tecnología audiovisual, y los procesos de recepción de las representaciones audiovisuales. ○ Conocimiento de los fundamentos de la estética audiovisual contemporánea. ○ Comprensión de los factores sociales, culturales y tecnológicos que condicionan la estética de la creación audiovisual en la era digital. ○ Habilidad para el análisis y la crítica de géneros, formatos y representaciones audiovisuales contemporáneas. ○ Conocimiento del estatuto de las imágenes y su circulación en un mundo altamente globalizado. ○ Comprensión del papel desempeñado por los medios audiovisuales en la geopolítica contemporánea. ○ Comprensión y análisis de los fenómenos de globalización audiovisual. ○ Capacidad para incorporarse a equipos profesionales especializados en el análisis y la crítica de la producción y la recepción audiovisual. 			
Actividades formativas de la materia indicando su contenido en horas y % de presencialidad			
Código actividad	Nº Horas totales	Nº Horas Presenciales	% Presencialidad
AF3	105	105	100
AF5	8	8	100
AF7	262	0	0
TOTAL MATERIA	375	113	30

Metodologías docentes que se utilizarán en esta materia

MD1, MD2, MD3, MD4, MD5

Sistemas de evaluación y calificación. Indicar su ponderación máxima y mínima

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación Máxima (%)
SE1	10	40
SE2	20	60
SE3	0	60

Listado de Asignaturas de la materia

Asignatura	Créditos	Cuatrim	Carácter	Idioma
NUEVAS TENDENCIAS EN EL ESTUDIO DEL CINE Y LA TELEVISIÓN	3	2	OP	CASTELLANO
ESTÉTICA DEL CINE Y LA TELEVISIÓN CONTEMPORÁNEA	6	1	OP	CASTELLANO
GEPOLÍTICAS DEL AUDIOVISUAL	6	2	OP	CASTELLANO

Descripción de contenidos

Formas y representaciones sociales e ideológicas en el cine, la televisión y los nuevos medios digitales. Creación de públicos y circulación de significados. Fundamentos estéticos de la imagen en el marco de la cultura audiovisual digital. El nuevo relato audiovisual. Tendencias estéticas en las representaciones audiovisuales contemporáneas. El concepto de cines nacionales. Migraciones, exilios y cines transnacionales. Estética y producción: centros y periferias en la esfera audiovisual digital.

Temas específicos de cada asignatura:

Estética del Cine y la Televisión Contemporánea

Bloque 1. Fundamentos de la estética audiovisual.

Bloque 2. Madrid en el cine español del siglo XX.

Bloque 3. Estéticas del audiovisual contemporáneo español.

Geopolíticas del Audiovisual

1. Introducción

2. Cine nacional: un concepto histórico

3. La llegada del sonoro y el nacionalismo cinematográfico

3. Problematicar el cine nacional: el caso de España

4. World Cinema

5. Emergencia y negociación de las 'otras' cinematografías

6. Transnacional I: genero
7. Transnacional II: resistencias
8. Tercer cinema
9. Diaspora: cine con acento y cine menor
10. Festivales de cine y distribución internacional
11. Movilidad transnacional

Nuevas Tendencias en los Estudios del Cine y la Televisión

Seminario de especialización en una tendencia de investigación por parte de un profesor invitado internacional.

Lenguas en que se impartirá la materia

CASTELLANO

Observaciones

MATERIA 4

COMUNICACIÓN Y DESARROLLO HUMANO: LA INVESTIGACIÓN EN TIEMPOS DE CAMBIO CULTURAL

Número de créditos ECTS	Carácter de la materia (obligatoria/optativa/mixto/trabajo fin de máster/etc.)
-------------------------	--

15	optativa
----	----------

Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios

Esta materia está compuesta por 3 asignaturas que se imparten en el segundo cuatrimestre del primer curso

Competencias que el estudiante adquiere con esta materia

CB6, CB8, CB10, CG1, CG3, CG5, CE2, CE3, CE6

Resultados de aprendizaje que adquiere el estudiante

- Conocimiento de las teorías básicas que sustentan la explicación científica de los efectos de los medios de comunicación y la cultura.
- Conocimiento de los problemas más relevantes en la agenda de investigación actual del cambio y la evolución humana en relación con los efectos de los medios.
- Conocimiento de los problemas de desarrollo identitario ligados a las representaciones y al consumo de medios audiovisuales
- Competencia para comprender y analizar el papel de los medios en la construcción de las grandes representaciones colectivas y cómo ello incide en la conformación de la identidad y de los imaginarios sociales.

Actividades formativas de la materia indicando su contenido en horas y % de presencialidad

Código actividad	Nº Horas totales	Nº Horas Presenciales	% Presencialidad
AF3	105	105	100
AF5	8	8	100
AF7	262	0	0
TOTAL MATERIA	375	113	30

Metodologías docentes que se utilizarán en esta materia

MD1, MD2, MD3, MD4, MD5

Sistemas de evaluación y calificación. Indicar su ponderación máxima y mínima

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación Máxima (%)
SE1	10	20
SE2	80	90

Listado de Asignaturas de la materia				
Asignatura	Créditos	Cuatrim	Carácter	Idioma
LOS MEDIOS CAMBIAN, LOS MEDIOS NOS CAMBIAN: APROXIMACIÓN HISTÓRICO-EVOLUTIVA A LAS TRANSFORMACIONES CULTURALES	6	2	OP	CASTELLANO
LA AGENDA INVESTIGADORA DEL CAMBIO MEDIÁTICO: PROBLEMAS Y DESAFÍOS	3	2	OP	CASTELLANO
CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD E IMAGINARIOS SOCIALES EN EL CINE Y LA TELEVISIÓN ACTUALES	6	2	OP	CASTELLANO

Descripción de contenidos
<p>Construcción cultural y mediática de la identidad y de las representaciones sociales. Teorías científicas sobre la influencia de la cultura y la comunicación en el desarrollo humano. La teoría de la mediación. Los efectos de los medios en el contexto de las teorías histórico-culturales y evolutivas. Las viejas y nuevas tecnologías y su impacto en la mente humana. Mentes generacionales y cambio mediático. Modelos culturales, imaginarios y cambio social. Las implicaciones metodológicas de las teorías del cambio humano como cambio genético-cultural. Problemas clave de la investigación y tradiciones metodológicas.</p> <p>Temas específicos de cada asignatura:</p> <p>Los Medios Cambian, los Medios nos Cambian: Aproximación Histórico-Evolutiva a las Transformaciones Culturales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teorías científicas sobre la influencia de la cultura y la comunicación en el desarrollo humano. - La teoría de la mediación. Los efectos de los medios en el contexto de las teorías histórico-culturales y evolutivas. - Las viejas y nuevas tecnologías y su impacto en la mente humana. Mentes generacionales y cambio mediático. - Dieta cultural, imaginarios y cambio cultural. - La investigación de los efectos mediáticos como requisito y procedimiento de diseño de contenidos culturales alternativas: Creación y Diseño cultural en medios desde la investigación. - Las implicaciones metodológicas de las teorías del cambio humano como cambio genético-cultural.

- Problemas clave de investigación en las diversas tradiciones metodológicas

La Agenda Investigadora del Cambio Mediático: Problemas y Desafíos

Tema 1: Investigar la comunicación, investigar los medios, investigar desde la comunicación.

Tema2: Investigar la investigación: la formalización teórica y metodológica sobre la trayectoria investigadora en materia de comunicación.

Tema 3: La agenda investigadora en materia de comunicación. Principales hitos históricos de la investigación empírica, ausencias notorias e hipótesis de futuro.

Tema 4: Misión de la Universidad

Tema 5: La agenda reconstruida ¿un antecedente de la investigación del futuro?

Construcción de la Identidad e Imaginarios Sociales en el Cine y la Televisión Actuales

Introducción: Posmodernidad, identidad y ambivalencia

I. Construcción de la identidad y nuevos imaginarios sociales.

II. Identidad y cuerpo (del sexo como terra incognita al horror corporis).

III. Neo-existencialismo, crisis de los treinta, resistencia pasiva.

IV. Pareja, relaciones y "amores líquidos".

V. Identidades de género.

VI. Personajes borderline, viajes al extremo, « horror frío »

Lenguas en que se impartirá la materia

CASTELLANO

Observaciones

MATERIA 5	
TENDENCIAS DE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA EN EL CONTEXTO DIGITAL	
Número de créditos ECTS	Carácter de la materia (obligatoria/optativa/mixto/trabajo fin de máster/etc.)
15	optativa
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios	
Esta materia está compuesta por 3 asignaturas que se imparten en el primer y segundo cuatrimestre del primer curso	
Competencias que el estudiante adquiere con esta materia	
<i>CB6, CB7, CB10, CG1, CG3, CG5, CE1, CE3, CE5</i>	
Resultados de aprendizaje que adquiere el estudiante	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Que el estudiante conozca los nuevos enfoques del tratamiento de la información periodística (generalista y especializada) en el contexto de la sociedad de la información, en un momento en que la posibilidad técnica de la interacción que permite al público adoptar una posición activa en el proceso comunicativo, puede verse mermada por la sobrecarga de datos y mensajes que sufren los receptores. ○ Que el estudiante sea capaz de analizar las nuevas tendencias de la información en una sociedad en la que la comunicación adquiere un valor eminentemente mercantil y está dirigida por potentes grupos de comunicación cada vez más ajenos al interés de los contenidos. ○ Que el estudiante sea capaz de manejar contenidos mediáticos y convertirlos en información útil para fines de investigación. ○ Que el estudiante conozca los nuevos perfiles profesionales que se están adaptando a la sociedad-red y sea capaz de reconocer sus potenciales vías de desarrollo y mejora. ○ Que el estudiante sea capaz de crear contenidos mediante la selección, la ordenación, la verificación y la presentación de datos de interés comunicativo. ○ Que el estudiante sea capaz de anticiparse y proponer nuevas soluciones comunicativas, que puedan ser adoptadas por empresas e instituciones, y de aportar soluciones para aumentar la credibilidad de los medios y sus profesionales. 	

- Que el estudiante sea capaz de adaptar la investigación al contexto específico en el que se desarrolla evitando la extrapolación hipotética y metodológica a contextos que no son equiparables.

Actividades formativas de la materia indicando su contenido en horas y % de presencialidad

Código actividad	Nº Horas totales	Nº Horas Presenciales	% Presencialidad
AF1	105	105	100
AF5	8	8	100
AF7	262	0	0
TOTAL MATERIA	375	113	30

Metodologías docentes que se utilizarán en esta materia

MD1, MD2, MD3, MD4, MD5

Sistemas de evaluación y calificación. Indicar su ponderación máxima y mínima

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación Máxima (%)
SE1	10	20
SE2	80	90

Listado de Asignaturas de la materia

Asignatura	Créditos	Cuatrim	Carácter	Idioma
EL PAPEL DE LOS MEDIOS EN EL PROCESO DE CAMBIO SOCIAL	6	2	OP	CASTELLANO
PERFILES PERIODÍSTICOS EMERGENTES ADAPTADOS A LA SOCIEDAD-RED	3	1	OP	CASTELLANO
NUEVAS TENDENCIAS DEL PERIODISMO EN EL ÁMBITO DE LOS CONTENIDOS	6	1	OP	CASTELLANO

Descripción de contenidos

- Descripción y análisis de un fenómeno muy reciente como es el cambio que las nuevas tecnologías de la información y el desarrollo de Internet y el multimedia han introducido en la organización y métodos de trabajo de la cobertura especializada de los medios, desde la constatación de que se han roto las estructuras tradicionales informativas.
- Papel que han representado los medios de comunicación en el proceso de evolución de la democracia en España. Paso de la función de los medios como "contrapoder" a

la paulatina politización y clientelismo. Tendencia a la politización y la mirada parcial. Vínculos entre la ausencia de fuentes directas, la politización de los medios y el tratamiento dado a la información.

- Institucionalización de las fuentes: el desarrollo de los procesos de producción informativa tanto en la red como en el marco institucional y empresarial y en todos los espacios donde se emite o gestiona información, ha hecho que la cobertura informativa de los medios se origine sustancialmente desde agendas externas al medio, con el consiguiente peligro de reduccionismo informativo y la merma de veracidad en el relato. Todo ello con lo que supone de distanciamiento del periodista de la realidad por puro instinto acomodaticio y la consiguiente pérdida de contacto con los hechos y con las fuentes directas, que influye en la naturaleza de la información.
- Peligro de Internet como fuente debido a una situación de gran dependencia informativa. En ausencia de fuentes directas, el periodista ha convertido a Internet en fuente.
- Las agencias como depositarias del periodismo en el sentido tradicional de búsqueda de la noticia. El mito-paradoja del "in situ" (el reportero que está en el lugar de los hechos y ve las noticias de lo que allí ocurre a través de la TV...)

Temas específicos de cada asignatura:

El Papel de los Medios en el Proceso de Cambio Social

- 1.- Metodología aplicada a la Historia de la Comunicación Social. Fuentes, instrumentos y marco teórico.
- 2.- Modelos y casos de estudio. Análisis sociohistórico en España y en el mundo contemporáneo.
- 3.- Tecnología mediática y cambio social. Los vectores del cambio.
- 4.- Análisis comparativo evenemencial en los medios. Estudios de caso.
- 5.- Instrumentalización de la Historia en los relatos periodísticos.
- 6.- La actualidad de las relaciones entre medios de comunicación y cambio sociocultural.

Perfiles Periodísticos Emergentes Adaptados a la Sociedad-Red

Tema 1. Perspectivas globales en periodismo y cultura convergente.

Tema 2. La cultura transmedia y nuevos modelos de medios transmedia.

Tema 3.- Periodismo Especializado versus Popular Science Journalism.

Tema 4.- Periodismo Ciudadano: Experiencias y Discusión. Medios adaptados a "Citizens Journalism".

Tema 5.- Representaciones Visuales de Información: Infografía.

Tema 6. - Modelos y tendencias en Visualización de Información.

Nuevas Tendencias del Periodismo en el Ámbito de los Contenidos

Tema 1. El periodismo digital: evolución y tendencias.

Tema 2. El tratamiento de los contenidos periodísticos en internet.

Tema 3. Periodismo y redes sociales.

Tema 4. Nuevos proyectos periodísticos: contenidos especializados y generalistas

Tema 5. El resurgimiento del periodismo de investigación. Visualización de datos.

Periodismo de datos.

Tema 6. Contenidos periodísticos y branded content: el Brand Journalism

Tema 7. Nuevas formas de generar contenido informativo: Crowdsourcing y crowdmapping.

Tema 8. Periodismo móvil.

Tema 9. El fenómeno denominado Periodismo Ciudadano. Concepto y propósito. Estudio de casos y experiencias.

Tema 10. Reportalismo y participación ciudadana: temáticas, recursos, géneros, estilo y fuentes informativas.

Tema 11. El relato transmedia (reportaje y documental): estrategia, técnica e implicaciones deontológicas.

Tema 12. Renovadas prácticas periodísticas y contenidos: géneros interpretativos (ciberreportaje, especiales, crónica, chat) y tecnología (drones).

Tema 13. Tendencias en el periodismo actual: veracidad, verosimilitud, anonimato, hoaxes. Dilemas y retos éticos, deontológicos y jurídicos.

Tema 14. La convergencia de las redacciones: contenidos, soportes, política editorial, criterios y géneros periodísticos. Efectos, fortalezas y debilidades.

Lenguas en que se impartirá la materia

CASTELLANO

Observaciones

MATERIA 6	
CRITERIOS DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EN ENTORNOS MULTIMEDIA	
Número de créditos ECTS	Carácter de la materia (obligatoria/optativa/mixto/trabajo fin de máster/etc.)
15	optativa
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios	
Esta materia está compuesta por 3 asignaturas que se imparten en el primer cuatrimestre del primer curso	
Competencias que el estudiante adquiere con esta materia	
<i>CB7, CB9, CB10, CG1, CG4, CG5, CE1, CE4, CE5</i>	
Resultados de aprendizaje que adquiere el estudiante	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Que el estudiante adquiriera conocimientos sobre el estudio y aplicación de la comunicación como herramienta estratégica de las organizaciones públicas y privadas con finalidades económicas, políticas o sociales ○ Que el estudiante sea capaz de afrontar de manera crítica e innovadora nuevas situaciones planteadas en el área de los negocios de la comunicación como consecuencia de la aplicación de las tecnologías digitales en un marco global. ○ Que el estudiante sea capaz de formular y proponer cambios en los procesos de organización y gestión de los recursos estratégicos, humanos, materiales y técnicos de los nuevos negocios de la comunicación. ○ Que el estudiante conozca las estrategias que se utilizan para la creación y gestión de las modernas empresas de comunicación en un mercado global. ○ Que el estudiante sea capaz de poner en marcha soluciones innovadoras basadas en la gestión del conocimiento, en el análisis profundo de la situación actual y en la creación, gestión y comercialización de nuevos productos comunicativos. 	
Actividades formativas de la materia indicando su contenido en horas y % de presencialidad	

Código actividad	Nº Horas totales	Nº Horas Presenciales	% Presencialidad
AF1	105	105	100
AF5	8	8	100
AF7	262	0	0
TOTAL MATERIA	375	113	30

Metodologías docentes que se utilizarán en esta materia

MD1, MD2, MD3, MD4, MD5

Sistemas de evaluación y calificación. Indicar su ponderación máxima y mínima

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación Máxima (%)
SE1	20	30
SE2	50	80
SE3	0	30

Listado de Asignaturas de la materia

Asignatura	Créditos	Cuatrim	Carácter	Idioma
INVESTIGACIÓN PARA LA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LA EMPRESA MULTIMEDIA	6	1	OP	CASTELLANO
SISTEMAS DE COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES	6	1	OP	CASTELLANO
NUEVOS NEGOCIOS DE LA COMUNICACIÓN EN EL ENTORNO DIGITAL	3	1	OP	CASTELLANO

Descripción de contenidos

- Descripción del importantísimo desarrollo que se ha producido en el campo de la comunicación empresarial e institucional. Su repercusión en las nuevas formas de relaciones entre los periodistas que trabajan en los medios y los que trabajan en los servicios de comunicación de empresas e instituciones. Irrupción sin precedentes de la información que emana de esas empresas e instituciones. Ejemplos de cómo la toma de conciencia de que una buena comunicación emitida desde el interior de la empresa favorece siempre frente al oscurantismo y a la manipulación de la imagen de la empresa.

- Descripción del proceso por el que la implantación de la red y las nuevas tecnologías han modificado las perspectivas de negocio, creado nuevas unidades de negocio y obligado a adaptar o reconvertir las antiguas.
- Tendencias en el desarrollo de los nuevos negocios de comunicación e indicadores del cambio de cultura en el sistema de inversión publicitaria. Readaptación al entorno digital ante las tendencias de fragmentación de los públicos, con los consiguientes nuevos enfoques de contenidos y planificación de medios. Emergencia de un entorno en el que se imponen contenidos de calidad y atractivos, que atraigan al público y consiguientemente a la inversión publicitaria y en el que las empresas de comunicación necesitan expertos que sepan ver oportunidades de negocio bajo estas premisas.

Temas específicos de cada asignatura:

Investigación para la Optimización de Recursos en la Empresa Multimedia

Tema 1: INTRODUCCIÓN

Tema 2: LAS EMPRESAS Y GRUPOS MULTIMEDIA

Tema 3. TECNOLOGÍA, INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE LOS NEGOCIOS DE COMUNICACIÓN

Tema 4: NUEVOS PARADIGMAS MEDIÁTICOS (I). LA CONVERGENCIA.

Tema 5: NUEVOS PARADIGMAS MEDIÁTICOS (II). AUDIENCIAS ACTIVAS Y PARTICIPATIVAS.

Tema 6: NUEVOS PARADIGMAS MEDIÁTICOS (III). IA EXPLOSIÓN DE LA COMUNICACIÓN MÓVIL

Tema 7: LA PRENSA Y SU RECONVERSIÓN EN LA ERA DE INTERNET

Tema 8: LAS NUEVAS FORMAS DE TELEVISIÓN

Tema 9: LA INCIERTA METAMORFOSIS DE LA RADIO

Tema 10: LA PUBLICIDAD 2.0

Tema 11: ELEMENTOS DEL ENTORNO EXTERNO. CONTEXTO DE LA NUEVA COMUNICACIÓN

Tema 12: ¿CÓMO CONSEGUIR UN GRUPO MULTIMEDIA MÁS RENTABLE?

Sistemas de Comunicación en las Organizaciones

Tema 1: Concepto de imagen corporativa. Elementos que la componen y proceso de construcción.

Tema 2: Estrategias y planes de comunicación.

Tema 3: Elaboración de argumentarios. La retórica de los mensajes.

Tema 4: Sistemas de procesos y relaciones con los medios de comunicación.

Tema 5: Análisis de impacto y efectos de los mensajes.

Tema 6: Organización y gestión de los procesos de comunicación empresarial e institucional.

Nuevos Modelos de Negocios de la Comunicación en el Entorno Digital

Tema 1. Retos y oportunidades de negocio de los medios comunicación ante la digitalización.

Tema 2. Marco legal para el desarrollo de los nuevos negocios de la comunicación en el entorno digital.

Tema 3. Nuevas claves de gestión publicitaria en los medios digitales. Cambio de parámetros para la gestión de tiempos y espacios.

Tema 4. Marketing de los medios de comunicación en el entorno digital.

Tema 5. Audiencias. Cambios de consumo y medición.

Tema 6. Estrategias de posicionamiento en el mercado de la información.

Tema 7. Trabajo de investigación centrado en los modelos de negocio de los medios de comunicación en el entorno digital.

Lenguas en que se impartirá la materia

CASTELLANO

Observaciones

MATERIA 7	
TRABAJO FIN DE MASTER	
Número de créditos ECTS	Carácter de la materia (obligatoria/optativa/mixto/trabajo fin de máster/etc.)
12	TFM
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios	
Esta materia está compuesta por 1 asignatura que se imparte en el segundo cuatrimestre del primer curso	
Competencias que el estudiante adquiere con esta materia	
<i>CB6, CB9, CB10, CG2, CG4, CG6, CE2, CE4, CE6</i>	
Resultados de aprendizaje que adquiere el estudiante	
<ul style="list-style-type: none"> a. Que el alumno sea capaz de plantear un trabajo de investigación realista, centrado en el desarrollo de alguna de las líneas temáticas del Máster. b. Que el alumno sea capaz de aplicar los conocimientos adquiridos a un objeto de estudio específico. c. Que el alumno sea capaz de articular un sistema de hipótesis coherente y una metodología adaptada al objeto de estudio. d. Que el alumno sea capaz de estructurar con claridad y concisión su discurso. e. Que el alumno sea capaz de establecer una continuidad lógica entre los presupuestos hipotéticos, la demostración y las conclusiones. f. Que el alumno sea capaz de documentar pertinentemente su investigación, prestando especial atención a los antecedentes y al estado actual de la investigación sobre el tema objeto de estudio. g. Que el alumno sea capaz de desarrollar un discurso personal y riguroso y de ofrecer enfoques innovadores. h. Que el alumno sea capaz de realizar una defensa pública de su investigación con corrección oratoria 	
Actividades formativas de la materia indicando su contenido en horas y % de presencialidad	

Código actividad	Nº Horas totales	Nº Horas Presenciales	% Presencialidad
AF5	5	5	100
AF6	290	0	0
TOTAL MATERIA	300	5	1

Metodologías docentes que se utilizarán en esta materia

MD5

Sistemas de evaluación y calificación. Indicar su ponderación máxima y mínima

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación Máxima (%)
SE2	60	60
SE4	40	40

Listado de Asignaturas de la materia

Asignatura	Créditos	Cuatrim	Carácter	Idioma
Trabajo Fin de Máster	12	2	TFM	CASTELLANO

Descripción de contenidos

El trabajo será supervisado por un tutor encargado del seguimiento de la investigación. El tutor será un/a profesor/a con el grado de doctor. El Trabajo de investigación realizado deberá estar relacionado con alguna de las líneas temáticas del Máster.

Lenguas en que se impartirá la materia

CASTELLANO

Observaciones

La defensa del Trabajo de Fin de Máster se realizará en sesión pública.

6. Personal Académico

6.1 Personal académico disponible

A continuación, se indica la estructura del profesorado de la Universidad Carlos III de Madrid por categorías, con un mayor detalle del profesorado adscrito a los departamentos universitarios de las áreas implicadas en el desarrollo del Plan de Estudios.

ESTRUCTURA PROFESORADO DE LA UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

CATEGORÍA	DATOS (% Muj.)	DEFINICIÓN
PDI TOTAL	1.907 (509+1046)	Nº de personal docente e investigador total. (Desagregado por sexo M y V)
CATEDRÁTICOS	148 (32,1%)	Nº de funcionarios del cuerpo de catedráticos de universidad (Desagregado por sexo M y V)
TITULARES	455 (39,3%)	Nº de funcionarios e interinos del cuerpo de titulares de universidad. (Desagregado por sexo M y V)
TITULARES DE UNIVERSIDAD	405 (39,0%)	Nº de funcionarios del cuerpo de titulares de universidad (Desagregado por sexo M y V)
TITULARES DE UNIV. INTERINOS	50 (42,0%)	Nº de funcionarios interinos del cuerpo de titulares de universidad (Desagregado por sexo M y V)
PROFESORES EMÉRITOS	4 (0%)	Nº de profesores eméritos (Desagregado por sexo M y V)
CONTRATADOS DOCTOR	16 (43,8%)	Nº de profesores contratados doctores (Desagregado por sexo M y V)
VISITANTES	231 (35,1%)	Nº de profesores visitantes (Desagregado por sexo M y V)
AYUDANTE DOCTOR	76 (40,8%)	Nº de profesores ayudantes doctor (Desagregado por sexo M y V)
ASOCIADOS TOTALES	555 (25,0%)	Nº total de profesores asociados (Desagregado por sexo M y V)
AYUDANTE	44 (50,0%)	Nº de profesores ayudantes (Desagregado por sexo M y V)
PERSONAL INVESTIGADOR EN FORMACIÓN	294 (34,4%)	Nº de personas pertenecientes al colectivo PDI que están en formación. (Desagregado por sexo M y V)
OTRO PDI	82 (39,0%)	Nº de profesores de los programas Juan de la Cierva, Ramón y Cajal, etc. (Desagregado por sexo M y V)
ASOCIADOS EQUIVALENTES	401,72 (26,1%)	Nº de profesores asociados equivalentes a 12 horas (Desagregado por sexo M y V)
PDI DE LA UNIÓN EUROPEA	1.763 (32,3%)	Nº de personal docente e investigador equivalente cuya nacionalidad es algún país de la UE sin incluir España (Desagregado por sexo M y V)
PDI NO UNIÓN EUROPEA	142 (29,6%)	Nº de personal docente e investigador equivalente extranjero (Desagregado por sexo M y V)
PROFESORES DOCTORES	1.142 (33,9%)	Nº de profesores doctores (Desagregado por sexo M y V)

**Datos a 31 de diciembre de 2014 incluidos en la Memoria Económica y de Gestión 2014, aprobada en Consejo de Gobierno de 11 de Junio de 2015 y Consejo Social de 25 de Junio de 2015.*

DEPARTAMENTOS PARTICIPANTES EN EL PLAN DE ESTUDIOS

MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual	100%
Total de la participación	100,00%

ESTRUCTURA DEL PROFESORADO PARTICIPANTE EN EL PLAN DE ESTUDIOS

PROFESORADO DEDICADO AL TÍTULO			
CATEGORIAS	Total (%)	Doctores (%)	Horas dedicación al Título (%)*
CATEDRÁTICOS	20	100	50
TITULARES	60	100	25
TITULARES INTERINOS	5	100	25
VISITANTES	15	100	100

La experiencia docente e investigadora de los profesores es la siguiente:

PROFESORADO POR CATEGORÍAS	VINCULACIÓN*	Nº PROFESORES	TRIENIOS	QUINQUENIOS	SEXENIOS
CATEDRÁTICOS	Permanente	2	18	12	9
TITULARES	Permanente	14	64	34	25
TITULARES INTERINOS	No permanente	1			
VISITANTES	No permanente	1			
VISITANTES LECTORES	No permanente	3	6		
TOTAL		21	88	46	34

* permanente / no permanente

Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual

Principales líneas de investigación

Departamento	Nombre del grupo de investigación	Responsable	Líneas de investigación
<u>Periodismo y Comunicación Audiovisual</u>	Periodismo y Análisis Social: Evolución, Efectos y Tendencias (PASEET)	María Teresa Sandoval Martín / María del Pilar Diezhandino Nieto	<ul style="list-style-type: none"> - Tendencias de los medios de comunicación - Efectos de los medios - El futuro de la profesión periodística - Periodismo en Internet - Periodismo e inmigración
	Televisión: memoria, representación e industria (TECMERIN)	Manuel Palacio Arranz	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios fílmicos y televisivos: teoría, historia y memoria. - Economía política de los medios audiovisuales. - Estudios post-coloniales y geopolítica del audiovisual. - Medios audiovisuales y sociedad: representación de la inmigración, el género y la violencia. - Tecnologías de la imagen: multimedia y accesibilidad.
<u>Innovación on Digital Media</u>		Susana Herrera Damas	<ul style="list-style-type: none"> -Modelos de negocio -Distribución y diversificación del audio digital -Periodismo inmersivo en vídeo en 360º -Transmedia y adaptación del contenido a dispositivos móviles -Nuevas narrativas -Gamificación periodística -Inteligencia artificial para la creación, automatización y personalización del contenido -Periodismo de datos y visualización -Chatbots -Labs de medios -Realidad aumentada aplicada a los medios -Factchecking y verificación digital de la información

<p><u>Diversidad audiovisual / Audiovisual Diversity</u></p>		<p>Luis A. Albornoz</p>	<p>-Diversidad de/en las industrias culturales -Gobernanza, política y regulación de las industrias culturales -Economía política de la comunicación -Geopolíticas de los medios audiovisuales -Producción, distribución y consumo de contenidos sonoro-musicales</p>
---	--	-------------------------	---

6.2 Otros recursos humanos disponibles

En el año 2013 se aprobó en Consejo de Gobierno de 16 de mayo la creación del Centro de Postgrado. Dispone de cuatro áreas temáticas de actuación para la dirección de los másteres universitarios, y un área transversal interdisciplinar de títulos propios y formación continua. Para la organización de dichas áreas de actividad, se han constituido 4 Escuelas de Postgrado, que vienen a dar soporte a la dirección de los estudios de másteres universitarios en las diferentes especialidades y áreas ofertadas por la Universidad:

- Escuela de Postgrado de Derecho
- Escuela de Postgrado de Empresa y Economía
- Escuela de Postgrado de Humanidades, Comunicación y Ciencias Sociales
- Escuela de Postgrado de Ingeniería y Ciencias Básicas

Además de esta nueva estructura dedicada a la dirección y soporte académico de los estudios de Máster Universitario, el Centro de Postgrado se encuentra conformado a nivel administrativo por 5 unidades de gestión, de las cuales 4 de ellas prestan apoyo y atención directa a las titulaciones de Máster Universitario y por consiguiente, a nuestros alumnos, futuros, actuales y egresados, orgánicamente dependientes de la Vicegerencia de Postgrado y Campus de Madrid-Puerta de Toledo y del Vicerrectorado de Estudios:

- Unidad de Gestión de Postgrado
- Unidad de Postgrado de Getafe
- Unidad de Postgrado de Leganés
- Unidad de Postgrado de Puerta de Toledo

De esta forma, el personal asignado a las unidades del postgrado es el siguiente*:

CENTRO DE POSTGRADO

REGIMEN JURIDICO	CATEGORIA	M	H	Total general
FUNCIONARIO	A1	1		1
	A2	2	3	5
	C1	2	1	3
	C2	17	8	25
Total Funcionario		22	12	34
LABORAL	A2	2		2
	B2	3	1	4
	D	9	1	10
	Personal Laboral en Puesto Funcional	2		2
	Personal Laboral Fuera de Convenio		1	1
Total Laboral		16	3	19
TOTAL CENTRO DE POSTGRADO		38	15	53

**Datos de la Unidad de Recursos Humanos y Organización a fecha 31/12/2013*

En la estructura de recursos humanos del Centro de Postgrado y en cuanto a la organización de los másteres universitarios, la Universidad dispone de un Oficina de Postgrado en el Campus de Getafe otra en Leganés, y una tercera en Madrid-Puerta de Toledo, integrada por personal de administración y servicios cuyas funciones giran en torno al apoyo directo a los estudiantes y a la atención presencial, telefónica y por correo electrónico para la resolución de cualquier incidencia específica que surgiera, tanto a futuros estudiantes, como a los ya matriculados en las diferentes titulaciones oficiales.

En este sentido, cada Máster cuenta con un gestor administrativo que presta apoyo directo y atención a los estudiantes, por cualquiera de los canales anteriormente comentados, y cuentan con una dilatada experiencia en la gestión administrativa de másteres universitarios oficiales, así como conocimientos de los principales procesos académicos que afectan a los estudiantes a lo largo de su estancia y vinculación con el Centro de Postgrado.

Adicionalmente, la Unidad de Gestión de Postgrado cuenta con personal de apoyo para todos los procesos académicos y administrativos de Máster Oficial, y centraliza la gestión de estos procesos, facilitando apoyo a los gestores de los másteres en la resolución de incidencias así como atención personalizada a los futuros estudiantes, mediante correo electrónico, en procesos como la admisión, pago de la reserva de plaza o la matrícula, que se realizan de manera on-line mediante las aplicaciones de la uc3m.

En conjunto, se ofrece una atención personalizada, bien presencial en las oficinas de postgrado, o por medios electrónicos, mediante la utilización de los formularios de contacto on line puestos a disposición de los estudiantes.

En este sentido, un servicio no presencial de primer nivel de información específica sobre másteres universitarios y los procesos asociados a estos estudios, lo suministra el servicio administrativo CASO (Centro de Atención y Soporte), mediante teléfono (91 6246000) o mediante correo electrónico. Este servicio de consulta se encuentra publicitado en todas las páginas web de los másteres, donde puede verse con facilidad

el link de información adicional que lleva al formulario de contacto, donde el estudiante puede formular su consulta de manera rápida y ágil. También cuenta con un acceso directo en la cabecera, que permanece estable durante toda la navegación en el site de postgrado.

<http://www.uc3m.es/ss/Satellite/Postgrado/es/TextoMixta/1371209303576/Contacto>

Por otro lado, como complemento a la labor de apoyo realizada por el personal funcionario integrante del Centro de Postgrado, cada titulación cuenta con una comisión académica constituida y nombrada formalmente por el Vicerrectorado de Estudios, cuyas funciones principales son el seguimiento, análisis, revisión, y evaluación de la calidad de los programas, así como recibir y analizar las necesidades de mejora de la titulación. A sus reuniones asiste personal de administración y servicios implicado en la gestión del máster, como el gestor administrativo y/o responsables de la oficina de Postgrado en la que radique la titulación, así como personal de apoyo de la Unidad de Gestión de Postgrado, que podría también acudir a las reuniones. A tal efecto, cada año se elabora un calendario de trabajo que incluye la realización de un mínimo de dos reuniones de la comisión académica y la elaboración de la memoria de titulación al finalizar el año académico, todo ello en relación con lo establecido por el Sistema de Garantía Interno de Calidad de la Universidad Carlos III de Madrid (SGIC).

Por último, cabe citar aquellos servicios centrales de la Universidad con una dedicación transversal en su apoyo a los estudiantes universitarios, y que por tanto desarrollan una dedicación parcial al postgrado, como el Servicio Espacio Estudiantes, el Servicio de Relaciones Internacionales, la Biblioteca o el Servicio de Informática.

En las titulaciones del área de Ciencias e Ingeniería, debe destacarse la dedicación del personal de laboratorios.

A título informativo, se indica en la siguiente tabla el nº de personas integrantes de los servicios mencionados, por desarrollar una parte de sus competencias y atención en el área de postgrado:

	Nº personas
BIBLIOTECA	80
SERVICIO DE INFORMÁTICA	64
ESPACIO ESTUDIANTES	30
SERVICIO REL. INTERNACIONALES	20
TÉCNICOS DE LABORATORIOS	37
OFICINA TÉCNICA	8

Mecanismos para asegurar la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad

La Universidad Carlos III de Madrid cumple rigurosamente el marco normativo europeo y español sobre igualdad y no discriminación en materia de contratación, acceso al empleo público y provisión de puestos de trabajo, y en particular, de lo previsto en:

-La Ley Orgánica de Universidades 6/2001, de 21 de diciembre, en su redacción modificada por la Ley Orgánica 4/2007 de 12 de abril, que contempla específicamente estos aspectos en:

- El artículo 48.3 respecto al régimen de contratación del profesorado, que debe realizarse conforme a los principios de igualdad, mérito y capacidad.

- El artículo 41.4, respecto de la investigación; esto es que los equipos de investigación deben procurar una carrera profesional equilibrada tanto a hombres como a mujeres. En cumplimiento de esta previsión, el Consejo de Gobierno ha aprobado unas Medidas de apoyo a la investigación para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres en la Universidad Carlos III de Madrid, en la sesión del 12 de julio de 2007.

-Disposición Adicional 24ª, en relación con los principios de igualdad y la no discriminación a las personas con discapacidad.

-El Estatuto Básico del Empleado Público.

-La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad de mujeres y hombres

-La Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

-El Convenio Colectivo de Personal Docente e Investigador contratado de las Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid (artículo 16.2)

-Los Estatutos de la Universidad Carlos III de Madrid (artículo 102.2), que recogen finalmente, el principio de igualdad en materia de contratación de profesorado universitario.

A tal efecto, la Universidad cuenta con un servicio de atención y apoyo a las personas con discapacidad, y en la página web puede encontrarse toda la información relacionada en el Espacio de Estudiantes:

http://portal.uc3m.es/portal/page/portal/cultura_y_deporte/discapacidad

7. Recursos Materiales y Servicios

Desde su creación, la Universidad Carlos III de Madrid ha impulsado la mejora continua de las infraestructuras necesarias para la docencia y la investigación. En particular, en el ámbito de los servicios de apoyo a las actividades de aprendizaje de los estudiantes, cabe destacar el papel desempeñado por Biblioteca e Informática.

La Universidad ha mejorado las aulas docentes, dotándolas en su totalidad de PC y un sistema de video proyección fija, que incluye la posibilidad de realizar esta proyección desde PC, DVD y VHS; y conexión a la red de datos, así como pizarras electrónicas en varias aulas y proyectores digitales de transparencias.

Por otro lado, a través del Vicerrectorado de Infraestructuras y Medio Ambiente, y apoyándose especialmente en los Servicios de Biblioteca e Informática, se ha migrado a una nueva plataforma tecnológica educativa (conocida por el nombre de "Aula Global 2") como mecanismo de apoyo a la docencia presencial, que permite las siguientes funcionalidades:

- Acceder a los listados del grupo.
- Comunicarse con los alumnos tanto personal como colectivamente.
- Colocar todo tipo de recursos docentes para que sean utilizados por los alumnos.
- Organizar foros de discusión.
- Proponer cuestionarios de autoevaluación a los estudiantes.
- Recoger las prácticas planteadas.

El uso de la anterior plataforma de apoyo docente (Aula Global) a lo largo de los últimos 6 años ha sido muy intenso, tanto por profesores como por alumnos, constituyendo un sólido cimiento del desarrollo de la formación a distancia que esta universidad ha comenzado a emprender recientemente. Así, la Universidad Carlos III de Madrid ha seguido apostando en los últimos años por la teleeducación y las nuevas tendencias europeas en el ámbito de TEL (Technology Enhanced Learning) para la educación superior, participando activamente en el proyecto ADA-MADRID, en el que se integran las universidades públicas madrileñas. En muchas de las asignaturas diseñadas específicamente para este espacio de aprendizaje, se han ensayado y empleado diversas tecnologías de interés, tales como H.320 (RDSI), H.323 (Videoconferencia sobre IP), herramientas colaborativas, telefonía IP, grabación de vídeo, etc.

Finalmente, se debe señalar que la Universidad puso en marcha hace unos años una serie de actuaciones para la mejora de la accesibilidad de sus instalaciones y servicios, así como recursos específicos para la atención a las necesidades especiales de personas con discapacidad:

- Edificios y urbanización de los Campus: la Universidad consta de un plan de eliminación de barreras (incorporación de mejoras como puertas automáticas, ascensores, rampas, servicios adaptados, etc.), de otro plan de accesibilidad de polideportivos (vestuarios, gradas, entre otros) construcción de nuevos edificios con criterios de accesibilidad, plazas de aparcamiento reservadas para personas con movilidad reducida, etc.

- Equipamientos: mobiliario adaptado para aulas (mesas regulables en altura, sillas ergonómicas, etc.), mostradores con tramo bajo en servicios de información y cafeterías; recursos informáticos específicos disponibles en aulas informáticas y bibliotecas (programas de magnificación y lectura de pantalla para discapacidad visual, impresoras braille, programa de reconocimiento de voz, etc.), ayudas técnicas para aulas y bibliotecas (bucle magnético portátil, equipos de FM o Lupas-TV.)

- Residencias de estudiantes: habitaciones adaptadas para personas con movilidad reducida.

- La Web y la Intranet de la UC3M han mejorado considerablemente en relación a la Accesibilidad Web y los criterios Internacionales de diseño web universal, con el objetivo de asegurar una accesibilidad de nivel "AA", según las WCAG (W3C/WAI).

- El Proyecto de elaboración de "Plan de Accesibilidad Integral", que contempla todos los aspectos de los recursos y la vida universitaria:

a) Edificios y urbanización de los Campus: mejoras de accesibilidad física, accesibilidad en la comunicación y señalización (señalizaciones táctiles, facilitadores de orientación, sistemas de aviso, facilitadores audición...)

b) Acceso externo a los Campus: actuaciones coordinadas con entidades locales en urbanización (aceras o semáforos...) y transporte público.

c) Equipamientos: renovación y adquisiciones con criterios de diseño para todos, equipamientos adaptados y cláusulas específicas en contratos.

d) Residencias de Estudiantes: accesibilidad de espacios y equipamientos comunes, mejoras en las habitaciones adaptadas.

e) Sistemas y recursos de comunicación, información y gestión de servicios: mejoras en Web e Intranet, procedimientos, formularios, folletos, guías, mostradores, tabloneros informativos...

f) Recursos para la docencia y el aprendizaje: materiales didácticos accesibles, adaptación de materiales y recursos para el aprendizaje, ayudas técnicas y apoyo humano especializado

g) Planes de emergencia y evacuación.

h) Sensibilización y conocimiento de la discapacidad en la comunidad universitaria.

A continuación, se aporta una serie de datos e indicadores actualizados sobre las infraestructuras generales con las que cuenta la universidad Carlos III de Madrid para el desarrollo de sus actividades docentes y extra-académicas:

INFRAESTRUCTURAS DE LA UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID*

INDICADOR	DATOS	DEFINICIÓN
AULAS INFORMÁTICAS TOTALES	44	Nº de aulas informáticas en los campus
AULAS INFORMÁTICAS GETAFE	15	Nº de aulas informáticas en el campus de Getafe
AULAS INFORMÁTICAS LEGANÉS	20	Nº de aulas informáticas en el campus de Leganés
AULAS INFORMÁTICAS COLMENAREJO	6	Nº de aulas informáticas en el campus de Colmenarejo
AULAS INFORMÁTICAS CAMPUS MADRID-PUERTA DE TOLEDO	3	Nº de aulas informáticas en el campus Madrid-Puerta de Toledo
PUESTOS DE TRABAJO EN AULAS INF.	1.062	Nº de puestos de trabajo para estudiantes en aulas informáticas
PUESTOS DE TRABAJO EN AULAS INF. CAMPUS DE GETAFE	380	Nº de puestos de trabajo para estudiantes en aulas informáticas del campus de Getafe
PUESTOS DE TRABAJO EN AULAS INF. CAMPUS DE LEGANÉS	449	Nº de puestos de trabajo para estudiantes en aulas informáticas del campus de Leganés
PUESTOS DE TRABAJO EN AULAS INF. CAMPUS DE COLMENAREJO	149	Nº de puestos de trabajo para estudiantes en aulas informáticas del campus de Colmenarejo
PUESTOS DE TRABAJO EN AULAS INF. CAMPUS DE MADRID-PUERTA DE TOLEDO	84	Nº de puestos de trabajo para estudiantes en aulas informáticas del campus Madrid-Puerta de Toledo
AULAS DE DOCENCIA TOTALES	261	Nº de aulas de Docencia en la Universidad
AULAS DE DOCENCIA GETAFE	135	Nº de aulas de Docencia en el Campus de Getafe
AULAS DE DOCENCIA LEGANÉS	79	Nº de aulas de Docencia en el Campus de Leganés
AULAS DE DOCENCIA COLMENAREJO	29	Nº de aulas de Docencia en el Campus de Colmenarejo
AULAS DE DOCENCIA MADRID-PUERTA DE TOLEDO	18	Nº de aulas de Docencia en el Campus Madrid-Puerta de Toledo
LABORATORIOS DE DOCENCIA	83	Nº de Laboratorios de la Universidad dedicados 100% a la Docencia
LABORATORIOS DE DOCENCIA EN EL CAMPUS DE GETAFE	21	Nº de Laboratorios en el Campus de Getafe dedicados 100% a la Docencia
LABORATORIOS DE DOCENCIA EN EL CAMPUS DE LEGANÉS	60	Nº de Laboratorios en el Campus de Leganés dedicados 100% a la Docencia
LABORATORIOS DE DOCENCIA EN EL CAMPUS DE COLMENAREJO	2	Nº de Laboratorios en el Campus de Colmenarejo dedicados 100% a la Docencia
LABORATORIOS MIXTOS PARA DOCENCIA E INVESTIGACIÓN	98	Nº de Laboratorios mixtos de la Universidad dedicados a la docencia y la investigación.
LABORATORIOS MIXTOS PARA DOCENCIA E INVESTIGACIÓN EN EL CAMPUS DE GETAFE	18	Nº de Laboratorios mixtos en el Campus de Getafe dedicados a la docencia y la investigación.

LABORATORIOS MIXTOS PARA DOCENCIA E INVESTIGACIÓN EN EL CAMPUS DE LEGANÉS	79	Nº de Laboratorios mixtos en el Campus de Leganés dedicados a la docencia y la investigación.
LABORATORIOS MIXTOS PARA DOCENCIA E INVESTIGACIÓN EN EL CAMPUS DE COLMENAREJO	1	Nº de Laboratorios mixtos en el Campus de Colmenarejo dedicados a la docencia y la investigación.
Nº de BIBLIOTECAS Y C.D.E.	5	Nº de bibliotecas y centros de documentación europea en los campus
Nº DE ENTRADAS DE USUARIOS A LAS BIBLIOTECAS	1.414.759	Nº de usuarios que han accedido a la Biblioteca de forma presencial en 2013.
Nº DE ACCESOS CATÁLOGO DE LA BIBLIOTECA	6.376.284	Nº accesos al Catálogo de Biblioteca para la búsqueda y localización física de documentos en soporte impreso o audiovisual y la búsqueda y descarga de documentos electrónicos, así como la gestión de servicios a distancia en 2013.
Libros impresos	513.533	
Libros electrónicos	65.494	
Revistas impresas	5.052	
Revistas electrónicas	20.250	
Documentos audiovisuales	40.340	
LLAMADAS CENTRO DE ATENCIÓN Y SOPORTE (CASO)	22.741	Nº de llamadas recibidas en el Centro de Atención y Soporte (CASO) en 2013.
LLAMADAS AL TELÉFONO DE EMERGENCIAS (9999)	282	Nº de llamadas recibidas en el teléfono de emergencias (9999) en 2013.
LLAMADAS RECIBIDAS DE ATENCIÓN A ESTUDIANTES Y FUTUROS ESTUDIANTES	21.764	Nº de llamadas recibidas de atención a estudiantes y futuros estudiantes en 2013.
Nº de INCIDENCIAS	43.967	Nº de incidencias recogidas a través de la herramienta HIDRA relacionadas con problemas informáticos, petición de traslados, temas de telefonía, cuestiones de mantenimiento, etc..

**Datos a 31 de diciembre de 2014 incluidos en la Memoria Económica y de Gestión 2014, aprobada en Consejo de Gobierno de 11 de Junio de 2015 y Consejo Social de 25 de Junio de 2015.*

SERVICIOS ADICIONALES DE LA UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID*

INDICADOR	DATOS	DEFINICIÓN
AUDITORIOS	1	Nº de auditorios
RESIDENCIAS Y ALOJAMIENTOS	3	Nº de colegios mayores en los campus
CENTROS DEPORTIVOS	2	Nº de centros deportivos en los campus
CENTROS DE INFORMACIÓN JUVENIL	3	Nº de centros de información juvenil de la CAM en los campus
SOPP	3	Nº de centros del Servicio de Orientación y Planificación Profesional en los campus
CAFETERÍAS Y RESTAURANTES	7	Nº de cafeterías en los campus
REPROGRAFÍA	6	Nº de centros de reprografía en los campus
BANCOS	7	Nº de servicios bancarios en los campus (oficina y/o cajero automático)
AGENCIA DE VIAJES	2	Nº de agencias de viajes en los campus
TIENDA-LIBRERÍA	4	Nº de tiendas-librerías en los campus

**Datos a 31 de diciembre de 2014 incluidos en la Memoria Económica y de Gestión 2014, aprobada en Consejo de Gobierno de 11 de Junio de 2015 y Consejo Social de 25 de Junio de 2015.*

La UC3M cuenta con modernas instalaciones adaptadas al nuevo Espacio Europeo de Educación Superior para la docencia y la realización de prácticas. Además, dispone de espacios para trabajos en grupo o individuales, bibliotecas, salas de audiovisuales y aulas de informática.

➤ **Instalaciones para la Docencia y la Investigación**

Bibliotecas: La universidad cuenta con cinco bibliotecas: María Moliner y Humanidades, Comunicación y Documentación en Getafe, Rey Pastor en Leganés, Ramón Menéndez Pidal en Colmenarejo y la Biblioteca del Campus Madrid-Puerta de Toledo.

La Biblioteca de la Universidad Carlos III de Madrid ofrece a sus usuarios una colección de más de 500.000 libros impresos, 12.000 libros electrónicos, 5.200 revistas en papel, y el acceso a cerca de 30.000 revistas electrónicas y a más de 100 bases de datos. Su horario se amplía en período de exámenes y es ininterrumpido de 9 a 21 horas.

Para información adicional sobre estas instalaciones, [pinchar aquí](#)

Laboratorios y Talleres: La universidad dispone de laboratorios y talleres de prácticas en la Escuela Politécnica Superior. Estos laboratorios cuentan con los equipos más avanzados y la última tecnología para permitir que estudiantes e investigadores lleven a cabo sus prácticas y experimentos de la forma más completa posible.

Se cuenta además con una **Oficina Técnica**, que tiene por misión dar apoyo técnico a los diferentes departamentos de la Universidad en lo concerniente al funcionamiento de sus laboratorios de docencia e investigación. Para ello se realizan las tareas siguientes:

- Gestión del personal técnico necesario: por medio de 3 ingenieros superiores y 36 técnicos de laboratorio (8 grupos B y 28 grupo C), que están adscritos orgánicamente a Laboratorios, pero sus funciones las desarrollan en los diferentes departamentos a los que están asignados. También se ocupa de la gestión de las becas que requieren los laboratorios en su conjunto.
- Fabricación de piezas y circuitos impresos en los talleres de prototipos. Se dispone de dos: uno electrónico donde se fabrican circuitos impresos y otro mecánico, que es un taller general donde se mecanizan las piezas y se ensamblan los conjuntos mecánicos. requeridos.
- Apoyo a Infraestructura de laboratorios, incluyendo mejoras en la seguridad de máquinas e instalaciones, gestión de residuos químicos y gases industriales y traslado y reparación de equipos.
- Asesoría Técnica de proyectos docentes o de investigación, ya sea en el plano estrictamente técnico (diseño y/o desarrollo de bloques del proyecto), como en el logístico (gestión de compras y subcontratas).
- Gestión de compras de las necesidades de los laboratorios.

Platós: Con el fin de que la experiencia de los estudiantes de Comunicación Audiovisual y Periodismo sea lo más completa posible, la universidad dispone de platós de televisión, salas de postproducción y estudios de radio. En ellos podrán tomar su primer contacto con el ambiente de trabajo de los medios de comunicación.

Sala de Juicios: Situada en el Campus de Getafe, en ella los alumnos de Derecho podrán realizar prácticas en un entorno muy similar al que encontraran en su vida laboral posterior.

Salas Audiovisuales: La Biblioteca de Humanidades, Comunicación y Documentación dispone de una sala de visionado de documentos audiovisuales para grupos. Además, las bibliotecas de los Campus de Leganés y Colmenarejo cuentan con cabinas individuales de visionado.

Laboratorio de idiomas: un servicio con el que los estudiantes podrán afianzar a su ritmo el manejo y conocimiento del inglés, francés y alemán con horarios flexibles que se adaptarán a su ritmo de estudio. El laboratorio además oferta cursos de español pensados para los alumnos extranjeros que quieran mejorar sus conocimientos de castellano.

Espacios de Teledocencia: La UC3M cuenta con aulas específicas para la teledocencia que permiten realizar videoconferencias con distintas tecnologías, y la grabación y emisión de clases vía internet. También dispone de aulas informáticas con equipamiento audiovisual avanzado para la emisión y grabación de clases por internet y estudios de grabación para la generación de contenidos en un formato de alta calidad.

- [Salas de teledocencia](#)
- [Estudios de grabación](#)

➤ **Instalaciones para la Cultura y el Deporte**

Auditorio: El Auditorio de la Universidad Carlos III de Madrid está situado en el Campus de Leganés. Es uno de los espacios escénicos de grandes dimensiones, con un aforo de 1.052 butacas y un amplio escenario dotado de foso escénico. Dispone de modernas instalaciones adecuadas para la realización de todo tipo de actividades escénicas, música, teatro y danza, de pequeño y gran formato, así como para la celebración de todo tipo de eventos.

Además de esta gran sala, se dispone de otra más pequeña, el Aula de Grados, de 171 butacas, ideal para actividades como conferencias, ruedas de prensa, o proyecciones artísticas, dotada de los medios tecnológicos más punteros para reuniones y jornadas empresariales.

Para información adicional sobre estas instalaciones, [pinchar aquí](#)

Centros Deportivos: La universidad dispone de dos polideportivos en los que se pueden encontrar pistas deportivas al aire libre, canchas de tenis y squash, piscina climatizada cubierta, salas de musculación, saunas, campo de voley-playa, búnker de escalada, sala multifunción y rocódromo. Además los polideportivos acogen todos los años competiciones de nuestros distintos equipos deportivos así como diversos eventos.

- [Centros deportivos](#)
- [Actividades y Deportes](#)

- **Para el Trabajo Individual y en Grupo**

Aulas Informáticas: Un total de 48 aulas informáticas con 980 equipos repartidos entre los tres campus te garantizaran un acceso inmediato a los equipos informáticos para desarrollar tus labores académicas. Desde ellas, además de tener acceso a Internet, podrás solicitar la impresión de documentos.

- [Servicio de informática y comunicaciones](#)

Salas de Trabajo: Hay salas para trabajo en grupos reducidos en las bibliotecas de Colmenarejo, de la Escuela Politécnica Superior de Leganés y de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Getafe. En la Escuela Politécnica Superior de Leganés hay también cabinas para uso individual.

Salas Virtuales: Estas instalaciones pretenden facilitar la comunicación a distancia entre los miembros de la comunidad universitaria, mediante reuniones virtuales a través de videoconferencia, entre una o varias personas.

➤ **Residencias**

Nuestros tres colegios mayores tienen más de mil plazas disponibles: Fernando de los Ríos y Gregorio Peces Barba en Getafe y Fernando Abril Martorell en Leganés. Todos ellos pretenden convertirse en el hogar de alumnos y profesores durante sus años de universidad y promueven actividades culturales, foros y encuentros que contribuirán al desarrollo personal de los residentes.

El nuevo Colegio Mayor Gregorio Peces-Barba se inauguró el pasado 1 de septiembre de 2013. Dispone de 318 plazas en total, distribuidas en 306 habitaciones individuales (9 de ellas para residentes con movilidad reducida) y 12 apartamentos (uno de ellos para residentes con movilidad reducida).

Por otro lado, en el nivel académico de Máster Universitario, la organización docente es dirigida por el **Centro de Postgrado**, que tiene como misión la dirección, organización, coordinación y difusión de los estudios de máster universitario, además de los títulos propios y de la formación continua.

Se estructura en Escuelas o áreas temáticas de actuación para la dirección de los másteres universitarios:

- [Escuela de Postgrado de Derecho](#)
- [Escuela de Postgrado de Empresa y Economía](#)
- [Escuela de Postgrado de Humanidades, Comunicación y Ciencias Sociales](#)
- [Escuela de Postgrado de Ingeniería y Ciencias Básicas](#)

El **Centro de Postgrado está dirigido** por la Vicerrectora de Estudios y cuenta con un Consejo de Dirección compuesto por su directora, los directores de las Escuelas y áreas de postgrado y el vicerrector de postgrado, desarrollando sus actividades en los [Campus de Madrid-Puerta de Toledo](#), [Getafe](#) y [Leganés](#).

8. Resultados Previstos

8.1 Valores cuantitativos estimados para los indicadores y su justificación.

La Universidad ha fijado unos objetivos de mejora de estas tasas comunes en todas las titulaciones, por considerar que este objetivo común permite incrementar el nivel de compromiso de los profesores, de los responsables académicos de la titulación, de los Departamentos y de los Centros, así como de la comunidad universitaria en su conjunto, ya que además han sido aprobadas por el Consejo de Gobierno de la Universidad Carlos III de Madrid en su sesión de 7 de febrero de 2008 junto con otra serie de medidas de acompañamiento para la implantación de los nuevos planes de estudio.

	Tasa de graduación	Tasa de Abandono	Tasa de eficiencia
PROPUESTA DE RESULTADOS	60%	20%	85%

Aunque, como se ha indicado, las tasas actuales en estos estudios se consideran satisfactorias, los cambios introducidos en los planes de estudio, en el modelo de docencia, con clases en grupos reducidos y mecanismos de evaluación continua, así como las adaptaciones realizadas en la normativa de permanencia y matrícula de la Universidad van a permitir mejorarlas y conseguir los objetivos planteados.

Los nuevos planes han ajustado los contenidos al tiempo de trabajo real de los estudiantes; se han introducido sistemas de evaluación continua en todas las materias y en el último curso o semestre los planes limitan considerablemente la carga lectiva incluyendo el trabajo fin de máster y las prácticas profesionales.

Las normas de permanencia y matrícula, aunque han mantenido la orientación reflejada en los Estatutos de la Universidad Carlos III, respecto del número de convocatorias, se ha flexibilizado la necesidad de aprobar el primer curso completo en un número de años determinado y la limitación de la libre dispensa con objeto de introducir la modalidad matrícula a tiempo parcial, con el fin de cubrir las necesidades de los diferentes tipos de estudiantes, y también para permitir a los estudiantes la matrícula a tiempo completo, evitando la demora en sus estudios, ya que antes no siempre podían matricularse de un curso completo cuando tenían asignaturas pendientes.

La experiencia demuestra que la incorporación a la educación continua, compatibilizando las acciones orientadas a la formación permanente en las empresas, que permitan la adquisición y actualización constante de las competencias profesionales, proporciona oportunidades únicas para facilitar o consolidar contactos locales y regionales, diversificar la financiación y así contribuir mejor al desarrollo regional.

Las herramientas de Bolonia, en particular el Marco Europeo de Cualificaciones para el EEES, permiten una oferta más diversa de programas educativos y facilitan el desarrollo de sistemas de reconocimiento del aprendizaje informal adquirido en ocupaciones anteriores.

8.2 Progreso y resultados de aprendizaje

El nuevo modelo de aprendizaje, que resulta del plan de estudios planteado y adaptado a las exigencias del Espacio Europeo de Educación Superior, es un aprendizaje con una rica base de información, pero también de conocimiento práctico, de habilidades, de estrategias y vías de resolución de nuevos problemas, de intercambio y estímulo interpersonal.

Para valorar el progreso y los resultados del buen aprendizaje de los estudiantes de la titulación, así entendido, se cuenta con varios instrumentos.

Por un lado, se cuenta con unas encuestas que se realizan cuatrimestralmente a todos los estudiantes, donde valoran, entre otros aspectos, su propio nivel de preparación previo para poder seguir la asignatura de forma adecuada. En ellas también valoran la utilidad de la materia y del método empleado para dicho aprendizaje y comprensión.

Junto a éste, otro instrumento para pulsar los resultados del aprendizaje es el informe-cuestionario que realizarán cuatrimestralmente los profesores sobre sus grupos de docencia, donde indicarán su percepción sobre el nivel de los alumnos, y si han participado en las diferentes actividades propuestas en cada materia.

Por otro lado, resultan esenciales las evaluaciones continuadas y directas del profesor de los conocimientos adquiridos por el estudiante durante el periodo docente, y cuyos sistemas se han detallado en el apartado 5º de esta memoria en cada una de las materias que conforman los planes de estudio.

La universidad tiene establecido un sistema de seguimiento de resultados académicos que se analizan anualmente por las Comisiones Académicas de cada título, que proponen medidas de mejora en los casos en que no se alcancen las tasas mínimas establecidas por la Universidad.

En este sentido, al inicio de cada curso académico se elabora un calendario de trabajo para las comisiones académicas que incluye la realización de, al menos, dos reuniones (a la finalización del primer y segundo cuatrimestre) y la elaboración de la Memoria anual de titulación una vez ha finalizado el año.

Para la realización de las mismas, desde el Servicio de Postgrado en colaboración con el Servicio de Calidad, se preparan los borradores de actas que incluyen diferentes datos e indicadores relevantes para el análisis de los distintos procesos principales del título, así como el análisis y evaluación del proceso de enseñanza-aprendizaje desde los distintos enfoques y puntos de vista de los grupos de interés. La composición de las comisiones académicas está disponible en la web de cada título, y los calendarios de

trabajo así como la documentación generada por las comisiones, quedan publicadas en la intranet de la universidad, en el portal de Calidad.

A las reuniones acuden todos los miembros que forman parte de la comisión académica del título, en representación de dichos grupos de interés, y del análisis efectuado por las mismas, así como de las conclusiones, propuestas de mejora, sugerencias, quejas y comentarios relevantes, se deja constancia mediante la elaboración de un acta que da soporte a los acuerdos y conclusiones tomados en dichas reuniones.

Los principales indicadores y datos que se facilitan hacen referencia al acceso y demanda del máster (oferta de plazas, nº solicitudes en 1ª opción, nº de matriculados de nuevo ingreso o nº de alumnos extranjeros), los resultados de las asignaturas, donde se incluyen las estadísticas sobre los resultados alcanzados por los estudiantes en las distintas asignaturas del plan de estudios, una vez que se han cerrado las actas del primer o segundo cuatrimestre (en función de la reunión que se trate) o al cierre de actas de la convocatoria extraordinaria si se trata de la elaboración de la memoria anual de titulación, para la cual se facilitan, además, las tasas de Graduación, Abandono y Eficiencia de los tres últimos años del título, por cohorte de entrada. También son objeto de análisis los resultados de satisfacción con la docencia recogidos mediante el sistema informático de encuestas docentes, con indicación de las asignaturas con un nivel de satisfacción inferior/superior a la media de la titulación.

Con la información remitida, se pretende aportar y facilitar a la comisión académica, algunos de los elementos de juicio pertinentes para analizar y evaluar aspectos esenciales del proceso de enseñanza-aprendizaje, en un ámbito en el que están representados todos los grupos de interés, así como dar cumplimiento a lo establecido por el Sistema Interno de Garantía de Calidad.

9. Sistemas de Garantía de Calidad

Enlace:

http://portal.uc3m.es/portal/page/portal/prog_mejora_calidad

10. Calendario de Implantación

10.1 Cronograma de Implantación

Curso de Inicio: 2009/2010

Solicitud de modificación para implantar en el curso 2017/18

Cronograma:

CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN		
TITULACIÓN	CURSO IMPLANTACIÓN	CURSO MODIFICACIÓN
MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN	2009/10	2017/18

10.2 Procedimiento de Adaptación

No procede

10.3 Enseñanzas que se extinguen