

uc3m

Universidad
Carlos III
de Madrid

MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

Memoria para la verificación de titulaciones oficiales de Grado y Máster Universitario de acuerdo con el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

TABLA 1. Descripción del título

1.1. Denominación del título	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN
1.2. Ámbito de conocimiento	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas
1.3. Menciones y especialidades	NO PROCEDE
1.4.a) Universidad responsable	Universidad Carlos III de Madrid
1.4.b) Universidades participantes	NO PROCEDE
1.4.c) Convenio títulos conjuntos	NO PROCEDE
1.5.a) Centro de impartición responsable	Centro de Postgrado / 28053711
1.5.b) Centros de impartición	NO PROCEDE
1.6. Modalidad de enseñanza	Presencial
1.7. Número total de créditos	60
1.8. Idiomas de impartición	Español
1.9.a) Número total de plazas	25
1.9.b) Oferta de plazas por modalidad	Presencial: 25

1.10. Justificación del interés del título

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 y de internet a finales del siglo XX y principios del XXI.

En la primera mitad del siglo XX, los medios ya instalados (prensa y radio) redefinieron sus funciones para adaptarse al nuevo sistema de medios. No puede decirse que 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 y la incorporación acelerada de la inteligencia artificial a los procesos de creación, distribución y circulación de contenidos comunicativos y periodísticos.

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.

En este escenario, se constata la necesidad de un nuevo perfil de investigador que sepa describir y actuar en este contexto y a cuya demanda busca dar respuesta este Máster.

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 se vincule más a la empresa en un campo tan vital como el de la comunicación y también que sepa formular políticas públicas atendiendo a las fortalezas que ofrece la comunicación como disciplina.

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 no siempre 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 definitiva, la propuesta del cambio de nombre de titulación que pasaría a denominarse *Máster Universitario en Investigación en 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.

Orientación del Título

Académica

Investigación

Profesional

1.11. Objetivos formativos

1.11.a) Principales objetivos formativos del título

El objetivo principal del máster es 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.

De este modo, se pretende que los estudiantes adquieran los criterios necesarios 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 y sean capaces de desarrollar una labor investigadora desde puestos directivos en instituciones y empresas en el nuevo marco convergente y digital.

1.11.b) Objetivos formativos de las menciones o especialidades

NO PROCEDE

1.12. Estructuras curriculares específicas y justificación de sus objetivos

NO PROCEDE

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

NO PROCEDE

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

El Máster universitario Investigación en Comunicación está orientado principalmente a iniciar en la investigación a futuros doctores para que puedan desarrollar de manera fundamentada el trabajo que conducirá a la tesis doctoral, formar investigadores capaces de gestionar, diseñar, dirigir, potenciar, desarrollar y/o mejorar proyectos de comunicación, tanto en el ámbito público como en el privado, en el cambiante escenario digital.

Se trata de formar investigadores bien asentados en su tiempo, con criterio y buenos conocedores de los recursos a utilizar, tanto en el diseño investigador -cualquiera que sea el ámbito de la comunicación al que se aplique- como en la propia aplicación del resultado de su investigación para la optimización de los recursos periodísticos y comunicativos.

Una vez finalizado el máster, los estudiantes pueden acceder, entre otros al Doctorado en Investigación en Medios de Comunicación.

El egresado del Máster presenta un perfil polivalente, con capacidades que le habilitan para desarrollar trabajo de investigación en las áreas científicas y profesionales de Periodismo y de Comunicación Audiovisual.

1.14.bis) Actividad profesional regulada habilitada por el título

NO PROCEDE

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

2.1. Conocimientos o contenidos (Knowledge)

- K1. Comprender los conceptos técnicos inherentes a la investigación en comunicación.
- K2. Identificar y describir las principales tendencias digitales en el campo de la investigación en comunicación.
- K3. Comprender y explicar los aspectos claves de las teorías de la comunicación.
- K4. Categorizar y describir los métodos, técnicas y herramientas necesarias para realizar trabajos de investigación social en comunicación.
- K5. Adquirir un conocimiento en profundidad sobre los actuales retos de la comunicación en el campo de los contenidos digitales.

2.2. Habilidades o destrezas (Skills)

- S1. Aplicar los conocimientos adquiridos a los nuevos entornos comunicativos y desarrollar el potencial de resolución de problemas implícito en dicho bagaje conceptual y teórico.
- S2. Analizar y utilizar bases de datos y sistemas de información con el fin de detectar problemáticas y activar sus soluciones sobre la base del conocimiento científico y tecnológico. Su objetivo es demostrar un conocimiento en los sistemas documentales y los procesos de tratamiento de datos aplicados al campo de la comunicación.
- S3. Liderar o colaborar en la puesta en marcha de una amplia variedad de proyectos relacionados con la investigación en comunicación.
- S4. Tener capacidad para la toma de decisiones, la organización y la planificación en proyectos relacionados con la comunicación de instituciones públicas.
- S5. Aplicar la metodología y los recursos investigadores a la búsqueda de la optimización y mejora de los procesos de comunicación en contextos convergentes.
- S6. 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.
- S7. Saber trabajar en equipos multidisciplinares incorporando mecanismos de gestión, coordinación, documentación y toma de decisiones e involucrando a los distintos actores y grupos de interés.
- S8. Tener capacidad de lectura, análisis, valoración crítica y síntesis de conocimiento en el ámbito competencial del Máster Universitario en Investigación en Comunicación.
- S9. Tener herramientas metodológicas y teóricas para establecer una actitud de creatividad y proactividad en la búsqueda de soluciones.

2.3. Competencias (Competences)

- C1. Reconocer las nuevas situaciones comunicativas en las que se desarrolla la investigación sobre comunicación, con objeto de aplicarlas en la tarea investigadora.
- C2. Reconocimiento y autonomía en el desarrollo de los métodos clásicos de investigación y nuevos cruces metodológicos adecuados a la cambiante situación comunicativa actual.
- C3. Comunicar las conclusiones de su análisis tanto al público académico como al público en general, así como en el seno de empresas e instituciones.
- C4. Aplicar, en el marco del desarrollo del Trabajo de Fin de Máster los principios de contraste y verificación de fuentes, con desarrollos teóricos adecuados al tema, capacidad de formular hipótesis y utilización de un estilo propio y de un lenguaje claro, preciso y sin ambigüedades.
- C5. Ser capaz de desarrollar una labor investigadora en instituciones y empresas en el nuevo marco convergente y multimedia.
- C6. Autonomía y rendición de cuentas para 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.

TABLA RESUMEN DE CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y COMPETENCIAS POR MATERIAS

	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8
CONOCIMIENTOS								
K1	X	X		X				
K2		X	X	X	X		X	
K3	X	X	X					
K4	X	X		X	X		X	X
K5		X	X		X	X		
HABILIDADES								
S1	X	X	X	X			X	X
S2	X	X	X		X		X	X
S3		X		X	X	X	X	
S4		X		X		X	X	X
S5	X	X	X		X	X	X	X
S6		X	X	X	X		X	X
S7		X		X	X	X	X	
S8	X	X	X	X	X			X
S9	X	X		X	X	X	X	X
COMPETENCIAS								
C1		X	X	X	X		X	X
C2	X	X		X			X	X
C3				X	X	X	X	X
C4	X	X		X	X			X
C5	X	X		X		X		X
C6	X	X	X	X	X	X		X

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

3.1. Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes

3.1.a) Normativa y procedimiento general de acceso

REQUISITOS DE ACCESO A MÁSTERES UNIVERSITARIOS

- 1) Estar en posesión de alguno de los siguientes títulos (de acuerdo a lo establecido en el artículo 18 del RD 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad):
 - Título universitario oficial de Graduada o Graduado español o equivalente, o en su caso disponer de otro título de Máster Universitario, o títulos del mismo nivel que el título español de Grado o Máster expedidos por universidades e instituciones de educación superior de un país del EEES (Espacio Europeo de Educación Superior) que en dicho país permita el acceso a los estudios de Máster.
 - Título de sistemas educativos ajenos al EEES equivalentes al título de Grado, sin necesidad de la homologación del título, pero sí de comprobación por parte de la universidad del nivel de formación que implican, siempre y cuando en el país donde se haya expedido dicho título permita acceder a estudios de nivel de postgrado universitario.

Los requisitos de acceso al título se encuentran publicados en la web de cada programa de Máster, dentro de la pestaña de Admisión y se proporciona información de la misma a través del buzón de Admisión (admission@postgrado.uc3m.es) y de los diferentes canales de contacto (<https://www.uc3m.es/postgrado/contacto>) a todos los estudiantes interesados en la misma.

Se amplía esta información para estudiantes que hayan realizado estudios fuera de España a través de la siguiente web:
<https://www.uc3m.es/postgrado/estudiante-internacional/legalizacion-titulos-extranjeros>.

- 2) Requisitos específicos del Máster Universitario en Investigación en Comunicación:

Las titulaciones que tienen acceso directo al máster se corresponden con el ámbito de conocimiento: "Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas". A continuación se relacionan algunas de ellas:

- Graduados en Periodismo
- Graduados en Comunicación Audiovisual
- Graduados en Publicidad y Relaciones Públicas.
- Licenciados en Periodismo
- Licenciados en Ciencias de la Información.
- Licenciados en Publicidad y Relaciones Públicas
- Licenciados en Comunicación Audiovisual

Debido al perfil internacional de muchos de los estudiantes del máster también se admiten de forma directa Licenciados en Comunicación Social.

No obstante, se considera que los titulados en otros ámbitos de conocimiento, distintos al indicado, pueden tener acceso al máster siempre que acrediten poseer conocimientos previos sobre el funcionamiento de los medios de comunicación y las industrias culturales, o bien cursen y superen los complementos formativos previstos.

Por otro lado, 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 la Dirección de programa.

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

PERFIL DE INGRESO:

La demanda de un Máster como el de Investigación en Comunicación ha sido impulsada por cambios disruptivos 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.

CRITERIOS DE ADMISIÓN:

CRITERIOS DE ADMISIÓN	PONDERACIÓN
Expediente académico de los estudios del acceso	65%
Experiencia profesional	10%
Motivación, interés y cartas de recomendación	10%

Calificaciones obtenidas en materias esenciales para cursar el máster	5%
Publicaciones, congresos y participación en proyectos de investigación	10%

PROCEDIMIENTO DE ADMISIÓN:

El futuro estudiantado realiza su solicitud de admisión *online* al máster o másteres de su elección. Una vez confirmada por medio de la aplicación informática, el personal de administración y servicios del Centro de Postgrado revisa la misma a los efectos de verificar el correcto envío de la documentación necesaria, que estará publicada en la página web del Máster, contactando con el estudiante en caso de necesidad de subsanación de algún documento, o validando la candidatura en caso de estar completa.

La Uc3m establece un período ordinario de solicitud de admisión que comprende de diciembre a mayo. Después, puede iniciarse un periodo extraordinario hasta el mes de septiembre en caso de no estar cubiertas todas las plazas ofertadas según la titulación.

La solicitud de admisión validada pasará al Comité de Dirección, que estudiará la candidatura en base a los criterios y ponderaciones indicados anteriormente, primando la objetividad. Los Criterios de Admisión permiten al estudiante conocer, de forma pública y transparente, sus posibilidades de ser admitido al programa y, al mismo tiempo, permiten al Comité de Dirección realizar una relación ordenada de los candidatos según las valoraciones obtenidas por ellos.

A continuación, se procederá a comunicar al estudiante su admisión al Máster, la denegación de admisión motivada o su inclusión en una lista de espera provisional.

Los diferentes pasos para el proceso de admisión, así como el enlace directo para acceder a la aplicación *online*, se explican de forma secuenciada en el siguiente enlace:

<https://www.uc3m.es/postgrado/admision/proceso>

En el margen derecho de la mencionada web, se indican diferentes enlaces y guías para que el estudiante sepa cómo manejar la aplicación informática que le permitirá realizar la solicitud y pagar la reserva de plaza.

Además, se proporcionan diversos enlaces a información de apoyo que remiten a otras partes del proceso y que son especialmente relevantes en varias de sus fases posteriores: matrícula, ayudas al estudio o trámites de visado para estudiantes internacionales.

COMPLEMENTOS FORMATIVOS:

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.)	
3 ECTS			Complemento Formativo	
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios				
DURACIÓN: 1-2 semanas			UBICACIÓN: Previo al inicio del primer cuatrimestre	
Resultados del aprendizaje				
CONOCIMIENTOS	K1, K3, K4			
HABILIDADES	S2, S5, S6, S8			
COMPETENCIAS	C2, C3			
Actividades formativas de la materia indicando su contenido en horas y % de presencialidad				
Cod.	Actividad	Horas	Horas presenciales	
AF3	Clases teórico-prácticas	20	20	
AF7	Trabajo individual del estudiante	60	0	
AF8	Exámenes	4	4	
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	3	*	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.

3.2. Criterios para el reconocimiento y transferencias de créditos

Normativa reguladora de los procedimientos de reconocimiento, convalidación y transferencia de créditos, aprobada por el Consejo de Gobierno de la Universidad Carlos III de Madrid, en sesión de 25 de febrero de 2010:

<https://www.uc3m.es/postgrado/matricula/reconocimiento-creditos>

TABLA 3. Criterios específicos para el reconocimiento de créditos

Reconocimiento por enseñanzas superiores no universitarias:	0 ECTS
NO APLICA	
Reconocimiento por títulos propios:	0 ECTS
NO APLICA	
Reconocimiento por experiencia profesional o laboral:	0 ECTS
NO APLICA	

**Como se recoge en el RD 822/2021 en su artículo 10.4 "La acreditación de la experiencia profesional y laboral podrá ser reconocida como créditos académicos utilizados para obtener un título de carácter oficial. Esta opción podrá darse cuando esa experiencia se muestre estrechamente relacionada con los conocimientos, competencias y habilidades propias del título universitario oficial. De igual modo, podrán ser reconocidos los créditos superados y cursados en estudios universitarios propios de las universidades o de otros estudios superiores oficiales"*

Asimismo, el artículo 10.5 indica que "El volumen de créditos reconocibles a partir de la experiencia profesional o laboral o aquellos procedentes de estudios universitarios no oficiales (propios o de formación permanente) no podrá superar, globalmente, el 15 por ciento del total de créditos que configuran el plan de estudios del título que se pretende obtener."

3.3. Procedimientos para la organización de la movilidad de los 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.

Movilidad Erasmus + Máster UC3M

Estudiantes internacionales en la UC3M (incoming)

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZA

4.1. Estructura básica de las enseñanzas

4.1.a) Resumen del plan de estudios

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS	
Créditos obligatorios	27
Créditos optativos	24
Créditos Prácticas externas	0
Créditos TFM	9
TOTAL CRÉDITOS	60

5.1 Descripción general del plan de estudios

El Máster Universitario en Investigación en Comunicación está estructurado en cuatro módulos:

- (1) Metodología de la investigación en comunicación, de carácter obligatorio.
- (2) Periodismo y convergencia multimedia
- (3) Cine, televisión y cultura audiovisual
 - (2) y (3) Compuestos 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 junto con Introducción a la Investigación, 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.

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

	Cuatrimestre 1			Cuatrimestre 2		
Curso 1	ECTS: 30			ECTS: 30		
	ASIGNATURAS	Tipo	ECTS	ASIGNATURAS	Tipo	ECTS
	(M1.A1) Metodologías de investigación en cine, televisión y nuevos medios	O	6	(M3.A1) Nuevas tendencias en los estudios de Comunicación	OP	3
	(M2.A1) Metodología de la investigación en el ámbito de la comunicación mediática	O	6	(M4.A2) La agenda investigadora del cambio mediático: problemas y desafíos	OP	3
	(M2.A2) Nuevos marcos teóricos de la comunicación	O	6	(M4.A3) Construcción de la identidad e imaginarios sociales en el cine y la televisión actuales	OP	6
	(M1.A2) Metodologías de investigación en la perspectiva del cambio cultural	O	6	(M3.A3) Geopolíticas del audiovisual	OP	6
	(M6.A1) Investigación para la optimización de recursos en la empresa multimedia	OP	6	(M5.A1) El papel de los medios en el proceso de cambio social.	OP	6
	(M3.A2) Representaciones en el cine y la televisión contemporánea	OP	6	(M4.A1) Arqueología audiovisual, memoria y patrimonio cinematográfico	OP	6
	(M5.A3) Nuevas tendencias del periodismo en el ámbito de los contenidos.	OP	6	(M8.A1) TRABAJO FIN DE MÁSTER	TFM	9
	(M5.A2) Perfiles periodísticos emergentes	OP	3			
	(M6.A2) Sistemas de comunicación en las organizaciones	OP	6			
	(M6.A3) Nuevos Modelos de Negocio en la Comunicación	OP	3			
	(M7.A1) Introducción a la Investigación. Taller de escritura académica y presentación de proyectos	OB	3			

Tabla 4b. Resumen del plan de estudios por materias y asignaturas

MATERIA	ASIGNATURA	ECTS	Tipo	CT	Curs o
MATERIA 1: Métodos de investigación en cultura y comunicación audiovisual	(M1.A1) Metodologías de investigación en cine, televisión y nuevos medios	6	0	1	1
	(M1.A2) Metodologías de investigación en la perspectiva del cambio cultural	6	0	1	1
TOTAL ECTS MATERIA		12			
MATERIA 2: Métodos de investigación aplicados al multimedia	(M2.A1) Metodología de la investigación en el ámbito de la comunicación mediática	6	0	1	1
	(M2.A2) Nuevos marcos teóricos de la comunicación	6	0	1	1
TOTAL ECTS MATERIA		12			
MATERIA 3: Estudios Avanzados en Cine, Televisión y Nuevos Medios Digitales	(M3.A1) Nuevas tendencias en los estudios de Comunicación	3	OP	1	2
	(M3.A2) Representaciones en el cine y la televisión contemporánea	6	OP	1	1
	(M3.A3) Geopolíticas del audiovisual	6	OP	1	2
TOTAL ECTS MATERIA		15			
MATERIA 4: Comunicación y Desarrollo Humano: la investigación del cambio cultural	(M4.A1) Arqueología audiovisual, memoria y patrimonio cinematográfico	6	OP	1	2
	(M4.A2) La agenda investigadora del cambio mediático: problemas y desafíos	3	OP	1	2
	(M4.A3) 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	(M5.A1) El papel de los medios en el proceso de cambio social.	6	OP	1	2
	(M5.A2) Perfiles periodísticos emergentes	3	OP	1	1
	(M5.A3) 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	(M6.A1) Investigación para la optimización de recursos en la empresa multimedia	6	OP	1	1
	(M6.A2) Sistemas de comunicación en las organizaciones	6	OP	1	1
	(M6.A3) Nuevos Modelos de Negocio en la Comunicación	3	OP	1	1
TOTAL ECTS MATERIA		15			
MATERIA 7: Iniciación a la Investigación	(M7.A1) Introducción a la Investigación. Taller de escritura académica y presentación de proyectos	3	OB	1	1
TOTAL ECTS MATERIA		3			
TRABAJO FIN DE MÁSTER	(M8.A1) Trabajo fin de máster	9	TFM	1	2
TOTAL ECTS MATERIA		9			

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	ECTS	Tipo	CT	Curso
MÓDULO 1: Metodología de la investigación en comunicación	MATERIA 1: Métodos de investigación en cultura y comunicación audiovisual	(M1.A1) Metodologías de investigación en cine, televisión y nuevos medios	6	0	1	1
		(M1.A2) Metodologías de investigación en la perspectiva del cambio cultural	6	0	1	1
	TOTAL ECTS MATERIA		12			
	MATERIA 2: Métodos de investigación aplicados al multimedia	(M2.A1) Metodología de la investigación en el ámbito de la comunicación mediática	6	0	1	1
		(M2.A2) Nuevos marcos teóricos de la comunicación	6	0	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	(M3.A1) Nuevas tendencias en los estudios de Comunicación	3	OP	1	2
		(M3.A2) Representaciones en el cine y la televisión contemporánea	6	OP	1	1
		(M3.A3) Geopolíticas del audiovisual	6	OP	1	2
	TOTAL ECTS MATERIA		15			
	MATERIA 4: Comunicación y Desarrollo Humano: la investigación del cambio cultural	(M4.A1) Arqueología audiovisual, memoria y patrimonio cinematográfico	6	OP	1	2
		(M4.A2) La agenda investigadora del cambio mediático: problemas y desafíos	3	OP	1	2
		(M4.A3) 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	(M5.A1) El papel de los medios en el proceso de cambio social.	6	OP	1	2
		(M5.A2) Perfiles periodísticos emergentes	3	OP	1	1
		(M5.A3) 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	(M6.A1) Investigación para la optimización de recursos en la empresa multimedia	6	OP	1	1
		(M6.A2) Sistemas de comunicación en las organizaciones	6	OP	1	1
		(M6.A3) Nuevos Modelos de Negocio en la Comunicación	3	OP	1	1
	TOTAL ECTS MATERIA		15			
TOTAL ECTS MÓDULO						

	MATERIA 7: Iniciación a la investigación	(M7.A1) Introducción a la Investigación. Taller de escritura académica y presentación de proyectos	3	OB	1	1
	TOTAL ECTS MATERIA		3			
	TRABAJO FIN DE MÁSTER	(M8.A1) Trabajo fin de máster	9	TFM	1	2
	TOTAL ECTS MATERIA		9			

4.1.b) Plan de estudios detallado

Plan de estudios detallado

Materia 1 (M1): MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN CULTURA Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL						
Número de créditos ECTS	12					
Tipología	Obligatoria					
Organización temporal	1er. Cuatrimestre					
Modalidad	Presencial					
Resultados del aprendizaje	CONOCIMIENTOS: K1, K3, K4					
	HABILIDADES: S1, S2, S5, S8, S9					
	COMPETENCIAS: C2, C4, C5, C6					
Metodologías docentes	MD1, MD2, MD3, MD4, MD5					
Actividades formativas	Tipo de actividad	Horas totales		Horas presenciales		
	AF3	84		84		
	AF5	6		6		
	AF7	202		0		
	AF8	8		8		
	Total	300		98		
Sistemas de evaluación	Denominación			Mínimo	Máximo	
	SE1			10	20	
	SE2			80	90	
Asignaturas	Denominación		ECTS	Cuatr.	Tipología	Idioma
	(M1.A1) Metodologías de investigación en cine, televisión y nuevos medios		6	1	0	Castellano
	(M1.A2) Metodologías de investigación en la perspectiva del cambio cultural		6	1	0	Castellano
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					

	<p>de investigación en el campo del cine, la televisión y los nuevos medios audiovisuales.</p> <p>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.</p> <p>Temas específicos de cada asignatura: (M1.A1) Metodologías de Investigación en Cine, Televisión y Nuevos Medios 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</p> <p>(M1.A2) 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.</p>
--	--

Materia 2 (M2): MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN APLICADA AL MULTIMEDIA

Número de créditos ECTS	12		
Tipología	Obligatoria		
Organización temporal	1er. Cuatrimestre		
Modalidad	Presencial		
Resultados del aprendizaje	CONOCIMIENTOS: K1, K2, K3, K4, K5		
	HABILIDADES: S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, S8, S9		
	COMPETENCIAS: C1, C2, C4, C5, C6		
Metodologías docentes	MD1, MD2, MD3, MD4, MD5		
Actividades formativas	Tipo de actividad	Horas totales	Horas presenciales
	AF3	84	84
	AF5	6	6

	AF7	202	0		
	AF8	8	8		
	Total	300	98		
Sistemas de evaluación	Denominación	Mínimo	Máximo		
	SE1	10	20		
	SE2	80	90		
Asignaturas	Denominación	ECTS	Cuatr.	Tipología	Idioma
	(M2.A1) Metodología de la investigación en el ámbito de la comunicación mediática	6	1	0	Castellano
	(M2.A2) Nuevos marcos teóricos de la comunicación	6	1	0	Castellano
Contenidos	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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 comunicativos 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.</p> <p>Temas específicos de cada asignatura:</p> <p>(M2.A1) Metodología de la Investigación en el Ámbito de la Comunicación Mediática</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 				

	<p>(M2.A2) Nuevos marcos teóricos de la comunicación</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.
--	---

Materia 3 (M3): ESTUDIOS AVANZADOS EN CINE, TELEVISIÓN Y NUEVOS MEDIOS DIGITALES

Número de créditos ECTS	15				
Tipología	OPTATIVA				
Organización temporal	1er. Y 2do. Cuatrimestre				
Modalidad	Presencial				
Resultados del aprendizaje	CONOCIMIENTOS: K2, K3, K5				
	HABILIDADES: S1, S2, S5, S6, S8				
	COMPETENCIAS: C1, C6				
Metodologías docentes	MD1, MD2, MD3, MD4, MD5				
Actividades formativas	Tipo de actividad	Horas totales		Horas presenciales	
	AF3	105		105	
	AF5	8		8	
	AF7	250		0	
	AF8	12		12	
	Total	375		125	
Sistemas de evaluación	Denominación			Mínimo	Máximo
	SE1			10	40
	SE2			20	60
	SE3			0	60
Asignaturas	Denominación	ECTS	Cuatr.	Tipología	Idioma
	(M3.A1) Nuevas tendencias en los estudios de comunicación	3	2	OP	Castellano
	(M3.A2) Representaciones en el cine y la televisión contemporánea	6	1	OP	Castellano

	(M3.A3) Geopolíticas del audiovisual	6	2	OP	Castellano
Contenidos	<p>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.</p> <p>Temas específicos de cada asignatura:</p> <p>(M3.A1) Nuevas tendencias en los estudios de comunicación Seminario de especialización en una tendencia de investigación por parte de un profesor invitado nacional o internacional o por parte de algún profesor/a del Departamento previa propuesta valorada y aceptada por la Comisión Académica.</p> <p>(M3.A2) Representaciones en el cine y la televisión contemporánea Bloque 1. Fundamentos de la representación audiovisual. Bloque 2. La ciudad en el cine español del siglo XX. Bloque 3. Representación del audiovisual contemporáneo español.</p> <p>(M3.A3) Geopolíticas del audiovisual</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. Cine nacional: un concepto histórico 3. La llegada del sonoro y el nacionalismo cinematográfico 3. Problematizar el cine nacional: el caso de España 4. World Cinema 5. Emergencia y negociación de las 'otras' cinematografías 6. Transnacional I: género 7. Transnacional II: resistencias 8. Tercer cinema 9. Diáspora: cine con acento y cine menor 10. Festivales de cine y distribución internacional 11. Movilidad transnacional 				

Materia 4 (M4): COMUNICACIÓN Y DESARROLLO HUMANO: LA INVESTIGACIÓN EN TIEMPOS DE CAMBIO CULTURAL

Número de créditos ECTS	15
Tipología	OPTATIVA
Organización temporal	2do. Cuatrimestre
Modalidad	Presencial
Resultados del aprendizaje	CONOCIMIENTOS: K1, K2, K4
	HABILIDADES: S1, S3, S4, S6, S7, S8, S9

	COMPETENCIAS: C1, C2, C3, C4, C5, C6				
Metodologías docentes	MD1, MD2, MD3, MD4, MD5				
Actividades formativas	Tipo de actividad	Horas totales		Horas presenciales	
	AF3	105		105	
	AF5	8		8	
	AF7	250		0	
	AF8	12		12	
	Total	375		125	
Sistemas de evaluación	Denominación			Mínimo	Máximo
	SE1			10	20
	SE2			80	90
Asignaturas	Denominación	ECTS	Cuatr.	Tipología	Idioma
	(M4.A1) Arqueología audiovisual, memoria y patrimonio cinematográfico	6	2	OP	Castellano
	(M4.A2) La agenda investigadora del cambio mediático: problemas y desafíos	3	2	OP	Castellano
	(M4.A3) Construcción de la identidad e imaginarios sociales en el cine y la televisión actuales	6	2	OP	Castellano
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>(M4.A1) Arqueología audiovisual, memoria y patrimonio cinematográfico.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los medios audiovisuales y la sociedad: ideas y conceptos que articulan sus usos a lo largo del tiempo 2. La memoria y la historia a través de su representación audiovisual 3. La cuestión del patrimonio cinematográfico y audiovisual: protección, conservación y acceso 4. Las historias posibles de los medios audiovisuales y la función de los archivos para cuestionar el canon. <p>(M4.A2) La agenda investigadora del cambio mediático: problemas y desafíos</p> <p>Tema 1: Investigar la comunicación, investigar los medios, investigar desde la comunicación.</p>				

	<p>Tema2: Investigar la investigación: la formalización teórica y metodológica sobre la trayectoria investigadora en materia de comunicación.</p> <p>Tema 3: La agenda investigadora en materia de comunicación. Principales hitos históricos de la investigación empírica, ausencias notorias e hipótesis de futuro.</p> <p>Tema 4: Misión de la Universidad</p> <p>Tema 5: La agenda reconstruida ¿un antecedente de la investigación del futuro?</p> <p>(M4.A3) Construcción de la identidad e imaginarios sociales en el cine y la televisión actuales</p> <p>Introducción: Posmodernidad, identidad y ambivalencia</p> <p>I. Construcción de la identidad y nuevos imaginarios sociales.</p> <p>II. Identidad y cuerpo (del sexo como terra incognita al horror corporis).</p> <p>III. Neo-existencialismo, crisis de los treinta, resistencia pasiva.</p> <p>IV. Pareja, relaciones y "amores líquidos".</p> <p>V. Identidades de género.</p> <p>VI. Personajes borderline, viajes al extremo, «horror frío»</p>
--	--

Materia 5 (M5): TENDENCIAS DE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA EN EL CONTEXTO DIGITAL

Número de créditos ECTS	15				
Tipología	OPTATIVA				
Organización temporal	1er. y 2do. Cuatrimestre				
Modalidad	Presencial				
Resultados del aprendizaje	CONOCIMIENTOS: K2, K4, K5				
	HABILIDADES: S2, S3, S5, S6, S7, S8, S9				
	COMPETENCIAS: C1, C3, C4, C6				
Metodologías docentes	MD1, MD2, MD3, MD4, MD5				
Actividades formativas	Tipo de actividad	Horas totales		Horas presenciales	
	AF1	105		105	
	AF5	8		8	
	AF7	250		0	
	AF8	12		12	
	Total	375		125	
Sistemas de evaluación	Denominación			Mínimo	Máximo
	SE1			10	20
	SE2			80	90
Asignaturas	Denominación	ECTS	Cuatr.	Tipología	Idioma

	(M5.A1) El papel de los medios en el proceso de cambio social	6	2	OP	Castellano
	(M5.A2) Perfiles periodísticos emergentes	3	1	OP	Castellano
	(M5.A3) Nuevas tendencias del periodismo en el ámbito de los contenidos	6	1	OP	Castellano
Contenidos	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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...)</p> <p>Temas específicos de cada asignatura:</p> <p>(M5.A1) El Papel de los Medios en el Proceso de Cambio Social</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>(M5.A2) Perfiles Periodísticos Emergentes</p> <p>Tema 1. Perspectivas globales en periodismo y cultura convergente.</p> <p>Tema 2. La cultura transmedia y nuevos modelos de medios transmedia.</p> <p>Tema 3.- Periodismo Especializado versus Popular Science Journalism.</p>				

	<p>Tema 4.- Periodismo Ciudadano: Experiencias y Discusión. Medios adaptados a "Citizens Journalism".</p> <p>Tema 5.- Representaciones Visuales de Información: Infografía.</p> <p>Tema 6. - Modelos y tendencias en Visualización de Información.</p> <p>(M5.A3) Nuevas Tendencias del Periodismo en el Ámbito de los Contenidos</p> <p>Bloque I: Tendencias en el entorno digital que afectan a los contenidos.</p> <p>Tema 1. El futuro del periodismo. Tendencias, fortalezas y debilidades.</p> <p>Bloque II: Contenidos periodísticos en la red. Riesgos y oportunidades en el entorno digital.</p> <p>Tema 2. Introducción al periodismo digital.</p> <p>Tema 3. Periodismo en la era de la posverdad. Desinformación, propaganda y manipulación.</p> <p>Tema 4. Características del periodismo en la red. Tendencias y nuevas narrativas.</p> <p>Tema 5. Sesgos y discursos del odio entorno al género, la raza y la religión en el entorno digital.</p> <p>Bloque III: Tecnología y periodismo.</p> <p>Tema 6. Innovación tecnológica en Periodismo: geolocalización de información, realidad virtual, transmedia, gamificación de la información, aplicaciones de la inteligencia artificial al periodismo.</p> <p>Tema 7. Nuevos desafíos en la cuarta revolución: la inteligencia artificial</p> <p>Tema 8. El periodismo de datos. Transparencia. Filtraciones.</p> <p>Tema 9. User Generated Content: información y participación ciudadana en diferentes proyectos periodísticos y cívicos.</p>
--	--

Materia 6 (M6): CRITERIOS DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EN ENTORNOS MULTIMEDIA

Número de créditos ECTS	15		
Tipología	OPTATIVA		
Organización temporal	1er. Cuatrimestre		
Modalidad	Presencial		
Resultados del aprendizaje	CONOCIMIENTOS: K5		
	HABILIDADES: S3, S4, S5, S7, S9		
	COMPETENCIAS: C3, C5, C6		
Metodologías docentes	MD1, MD2, MD3, MD4, MD5		
Actividades formativas	Tipo de actividad	Horas totales	Horas presenciales
	AF1	105	105
	AF5	8	8
	AF7	250	0

	AF8		12		12
		Total	375		125
Sistemas de evaluación	Denominación			Mínimo	Máximo
	SE1			10	20
	SE2			80	90
Asignaturas	Denominación	ECTS	Cuatr.	Tipología	Idioma
	(M6.A1) Investigación para la optimización de recursos en la empresa multimedia	6	1	OP	Castellano
	(M6.A2) Sistemas de comunicación en las organizaciones	6	1	OP	Castellano
	(M6.A3) Nuevos Modelos de Negocio en la Comunicación	3	1	OP	Castellano
Contenidos	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Temas específicos de cada asignatura: (M6.A1) 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). LA EXPLOSIÓN DE LA COMUNICACIÓN MÓVIL Tema 7: LA PRENSA Y SU RECONVERSIÓN EN LA ERA DE INTERNET Tema 8: LAS NUEVAS FORMAS DE TELEVISIÓN</p>				

	<p>Tema 9: LA INCIERTA METAMORFOSIS DE LA RADIO</p> <p>Tema 10: LA PUBLICIDAD 2.0</p> <p>Tema 11: ELEMENTOS DEL ENTORNO EXTERNO. CONTEXTO DE LA NUEVA COMUNICACIÓN</p> <p>Tema 12: ¿CÓMO CONSEGUIR UN GRUPO MULTIMEDIA MÁS RENTABLE?</p> <p>(M6.A2) Sistemas de Comunicación en las Organizaciones</p> <p>Tema 1: Concepto de imagen corporativa. Elementos que la componen y proceso de construcción.</p> <p>Tema 2: Estrategias y planes de comunicación.</p> <p>Tema 3: Elaboración de argumentarios. La retórica de los mensajes.</p> <p>Tema 4: Sistemas de procesos y relaciones con los medios de comunicación.</p> <p>Tema 5: Análisis de impacto y efectos de los mensajes.</p> <p>Tema 6: Organización y gestión de los procesos de comunicación empresarial e institucional.</p> <p>(M6.A3) Nuevos Modelos de Negocio en la Comunicación</p> <p>Tema 1. Retos y oportunidades de negocio de los medios comunicación ante la digitalización.</p> <p>Tema 2. Marco legal para el desarrollo de los nuevos negocios de la comunicación en el entorno digital.</p> <p>Tema 3. Nuevas claves de gestión publicitaria en los medios digitales. Cambio de parámetros para la gestión de tiempos y espacios.</p> <p>Tema 4. Marketing de los medios de comunicación en el entorno digital.</p> <p>Tema 5. Audiencias. Cambios de consumo y medición.</p> <p>Tema 6. Estrategias de posicionamiento en el mercado de la información.</p> <p>Tema 7. Trabajo de investigación centrado en los modelos de negocio de los medios de comunicación en el entorno digital.</p>
--	--

Materia 7 (M7): INICIACIÓN A LA INVESTIGACIÓN

Número de créditos ECTS	3		
Tipología	Obligatoria		
Organización temporal	1er. Cuatrimestre		
Modalidad	Presencial		
Resultados del aprendizaje	CONOCIMIENTOS: K2, K4		
	HABILIDADES: S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, S9		
	COMPETENCIAS: C1, C2, C3		
Metodologías docentes	MD5		
Actividades formativas	Tipo de actividad	Horas totales	Horas presenciales
	AF3	21	21

	AF7		50		0
	AF8		4		4
		Total	75		25
Sistemas de evaluación	Denominación			Mínimo	Máximo
	SE2			0	70
	SE3			0	30
Asignaturas	Denominación	ECTS	Cuatr.	Tipología	Idioma
	(M7.A1) Introducción a la Investigación. Taller de escritura académica y presentación de proyectos	3	1	OB	Castellano
Contenidos	<p>Temas específicos de cada asignatura:</p> <p>Introducción a la Investigación. Taller de escritura académica y presentación de proyectos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La transferencia de la investigación académica: tipología. 2. Uso de fuentes académicas para el desarrollo de investigaciones. 3. La escritura académica, del resumen al texto completo: congresos, artículos de investigación y capítulos. 4. Diseño y presentación de proyectos de investigación. 				

Materia 8 (M8): TRABAJO FIN DE MÁSTER

Número de créditos ECTS	9				
Tipología	TFM				
Organización temporal	2do. Cuatrimestre				
Resultados del aprendizaje	CONOCIMIENTOS: K4				
	HABILIDADES: S1, S2, S4, S5, S6, S8, S9				
	COMPETENCIAS: C1, C2, C3, C4, C5, C6				
Metodologías docentes	MD5				
Actividades formativas	Tipo de actividad	Horas totales		Horas presenciales	
	AF5	7,5		7,5	
	AF7	216,5		0	
	AF8	1		1	
		Total	225	8,5	
Sistemas de evaluación	Denominación			Mínimo	Máximo
	SE2			60	60
	SE4			40	40
Asignaturas	Denominación	ECTS	Cuatr.	Tipología	Idioma

	(M7.A1) Trabajo Fin de Máster	9	2	TFM	Castellano
Contenidos	El trabajo de fin de máster 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.				

4.2. Actividades y metodologías docentes

ACTIVIDADES FORMATIVAS
AF1 - Clase Teórica
AF2 - Clases prácticas
AF3 - Clases teórico-práctica
AF4 - Prácticas de laboratorio
AF5 - Tutorías
AF6 - Trabajo en grupo
AF7 - Trabajo individual del estudiante
AF8 - Exámenes
METODOLOGÍAS DOCENTES
MD1 - 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.
MD2 - 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.
MD3 - Resolución de casos prácticos, problemas, etc.... planteados por el profesor de manera individual o en grupo
MD4 - Exposición y discusión en clase, bajo la moderación del profesor de temas relacionados con el contenido de la materia, así como de casos prácticos
MD5 - Elaboración de trabajos e informes de manera individual o en grupo

4.2.a) Materias obligatorias y optativas

La modalidad presencial del máster garantiza un seguimiento continuado y personalizar la evolución de los intereses investigadores de los estudiantes. Con esta premisa, las actividades formativas que combinan clases teóricas y prácticas, tutorías, trabajos individuales y en grupo y la evaluación de los conocimientos a través de examen se busca ampliar el grado de madurez investigador de los titulados.

La lectura de textos de contenido metodológico, el visionado de fragmentos de vídeo de interés metodológico, el empleo de técnicas de gamificación educativa para comprobar lo aprendido, la realización en clase de ejercicios individuales y dinámicas en grupo, la demostración paso a paso de algunas de las principales técnicas y software para investigar en comunicación, la revisión de TFM, tesis doctorales y de artículos publicados en revistas académicas de referencia son fundamentales para garantizar los resultados de aprendizaje.

Estas actividades combinadas con clases magistrales y visitas programadas, entregas puntuales de ejercicios en clase y trabajo final con exposición pública, además de tutorías de orientación al estudiante durante el proceso de realización del proyecto final permiten realizar un seguimiento del mismo y personalizar las necesidades del estudiantado.

4.2.b) Prácticas académicas externas (obligatorias)

NO PROCEDE

4.2.c) Trabajo de fin de Máster

La asignatura Trabajo Fin de Máster (TFM) es una materia del plan de estudios del *Máster Universitario en Investigación en Comunicación* consistente en la realización de un trabajo original, de carácter individual, en el que cada estudiante aplica los conocimientos, habilidades y competencias adquiridos durante sus estudios a un problema específico del ámbito de la titulación.

El TFM deberá contar con un/a tutor/a académico/a que dirigirá el trabajo y que deberá ser profesor/a del Departamento de Comunicación en posesión del título de Doctor/a.

Los trabajos se deberán ajustar a los requisitos establecidos en el plan de estudios del Máster e implicarán un número de horas de dedicación del estudiante acorde con el número de créditos de la asignatura, pudiendo establecerse una extensión máxima o cualquier otro requerimiento que se considere necesario para el mejor cumplimiento de los fines y objetivos indicados.

El/la coordinador/a de la asignatura TFM convocará una reunión informativa orientada a presentar a los estudiantes las líneas de investigación que se trabajan en los grupos y proyectos de investigación actualmente en curso dentro del Departamento de Comunicación.

Los criterios principales de realización del TFM se encuentran recogidos en un reglamento interno aprobado por el Departamento de Comunicación.

4.3. Sistemas de evaluación

SISTEMAS DE EVALUACIÓN
SE1 – Participación en clase
SE2 – Trabajos individuales o en grupo realizados durante el curso
SE3 – Examen final
SE4 – Presentación y defensa pública del TFM

4.3.a) Evaluación de las materias obligatorias y optativas

Los sistemas de evaluación aplicables a las diferentes materias de la titulación son:

- SE1. Participación en clase y foros en plataforma educativa virtual. Ponderación mínima: 5%. Ponderación máxima: 10%.
- SE2. Trabajos individuales o en grupo realizados durante el curso. Ponderación mínima: 20%. Ponderación máxima: 50%.
- SE3. Examen o Trabajo final. Esta prueba deberá ser superada para poder aprobar la asignatura correspondiente. Ponderación mínima: 20%. Ponderación máxima: 50%.

4.3.b) Evaluación de las Prácticas académicas externas (obligatorias)

NO PROCEDE

4.3.c) Evaluación del Trabajo de fin de Máster

Los sistemas de evaluación aplicables al Trabajo Fin de Máster son:

- SE4. Presentación, contenido y defensa pública del TFM. La defensa pública de los TFM se producirá cuando el/la estudiante haya superado la totalidad de las asignaturas del Máster, dentro de los 3 periodos de defensa habilitados a este fin en el calendario académico vigente para los estudios de postgrado de la universidad. La valoración de los distintos apartados de la matriz de evaluación se reflejará en un acta de calificación individual para cada estudiante en la que se especificará: el tema del TFM, el nivel de adquisición de cada una de las competencias y la calificación global obtenida por el estudiante.
- SE5. Informe Tutor TFM. Los/as tutores/as de los TFM elaborarán un informe de evaluación en el que se calificará con una nota global de 0 a 10 el nivel alcanzado por cada estudiante durante el desarrollo del TFM. Este informe evaluará: capacidad de planificación y organización de la tarea, asistencia a tutorías y otras actividades docentes programadas, nivel de consecución de los objetivos, así como cualquier otro aspecto que se considere necesario de acuerdo con la *Memoria de verificación del Máster*.

La evaluación del Trabajo de fin de Máster está definida por un reglamento interno aprobado por el Consejo de Departamento consultable desde la [Guía Docente](#) de la asignatura.

La valoración de los distintos apartados de la matriz de evaluación se reflejará en un acta de calificación individual para cada estudiante en la que se especificará: el tema del TFM, el nivel de adquisición de cada una de las competencias y la calificación global

obtenida por el estudiante. Esta evaluación se realizará utilizando una matriz conocida por profesorado y estudiantes del máster.

Los TFMs en los que se hayan detectado plagio se calificarán con un 0 suspenso, haciéndose constar en el acta dicha circunstancia, sin perjuicio de la apertura del procedimiento disciplinario que, en su caso, proceda.

Como medio para comprobar la originalidad de los trabajos de fin de máster (TFM), la UC3M cuenta con Turnitin (<https://www.uc3m.es/uc3mdigital/guia-herramientas/turnitin>), integrado en el Aula Global como la plataforma básica de soporte de la docencia en UC3M (<https://www.uc3m.es/uc3mdigital/guia-herramientas/aula-global>), con una guía abierta a disposición de los docentes para manejar esta herramienta antiplagio (<https://uc3m.libguides.com/Turnitin>).

Los tribunales evaluadores de TFM podrán proponer la concesión de la mención “Matrícula de honor” a los/as estudiantes calificados/as con “Sobresaliente”.

Una vez finalizada la sesión de evaluación a cargo del tribunal de los TFM, el/la estudiante que estuviese disconforme con la calificación obtenida indicará al tribunal, de acuerdo con los requisitos y en la forma establecida por el Centro de Postgrado, su deseo de que la calificación sea revisada. El tribunal recogerá en el acta correspondiente que se ha solicitado revisión, así como el resultado de ésta.

4.4. Estructuras curriculares específicas

NO PROCEDE

5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

5.1. Perfil básico del profesorado

Tabla 5.1.a) Información básica de estructuración de grupos de docencia.

Tabla 5A. Agrupaciones de alumnos

Modalidad	Núm. de grupos	Núm. de alumnos por grupo
Presencial	1	25

Tabla 5.1.b) Información básica sobre la previsión de docencia para supervisión de prácticas académicas y TFM.

Tabla 5B. Dirección de TFM

Modalidad	Actividad del profesor	Dedicación total del profesorado	Horas de dedicación media por alumno destinadas
Presencial	Dirección de TFM	187,50 horas	7,5 horas

5.1.c) Estructura de profesorado

Departamentos implicados en la docencia del máster:

DEPARTAMENTOS	% CRÉDITOS DOCENCIA
Departamento de Comunicación	100%
TOTAL	100%

Plantilla de profesorado disponible en los principales departamentos implicados en la docencia del máster:

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

PLANTILLA	Nº prof.	Quinquenios	Sexenios	DOCTORES (%)	ACREDITADOS (%)	Disponibilidad docente (en horas y ECTS)
CATEDRATICOS DE UNIVERSIDAD	4	19	17	100%	100%	19.592 HORAS 1.959,2 ECTS
TITULARES DE UNIVERSIDAD	32	95	58	100%	100%	
PROFESOR EMERITO	1	6	5	100%	100%	
PROFESOR VISITANTE	15	30	11	100%	n.d.	

PLANTILLA	Nº prof.	Quinquenios	Sexenios	DOCTORES (%)	ACREDITADOS (%)	Disponibilidad docente (en horas y ECTS)
PROFESOR AYUDANTE DOCTOR	11	8	4	100%	100%	
INVESTIGADOR CONEX Plus	1	0	0	100%	n.d.	
PERSONAL DOCENTE/INVESTIGADOR-M. CURIE	1	0	0	100%	n.d.	
PERSONAL ESTANCIAS POSTDOCTORALES	1	0	0	100%	n.d.	
AYUDANTE ESPECIFICO UC3M	4	1	0	100%	n.d.	
PERSONAL CON CONTRATO PREDOCTORAL (FPI)	4	0	0	-	-	
PERSONAL CON CONTRATO PREDOCTORAL (FPU)	4	0	0	-	-	
PERSONAL CON CONTRATO PREDOCTORAL (UC3M)	2	0	0	-	-	
PROFESOR ASOCIADO	74	16	0	38%	-	
TOTALES	154	175	95	-	-	

Principales líneas de investigación del departamento asociadas a las materias del plan de estudios:

Nombre del grupo de investigación	Responsable	Líneas de investigación
Periodismo y Análisis Social: Evolución, Efectos y Tendencias (PASEET)	TU DPTO. COMUNICACIÓN SEXENIO VIVO	<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)	CU DPTO. COMUNICACIÓN SEXENIO VIVO	<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.

Nombre del grupo de investigación	Responsable	Líneas de investigación
<u>Innovación on Digital Media</u>	CU DPTO. COMUNICACIÓN SEXENIO VIVO	<ul style="list-style-type: none"> - Modelos de negocio - Distribución y diversificación del audio digital - Periodismo inmersivo en vídeo en 360° - 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
<u>Diversidad audiovisual / Audiovisual Diversity</u>	CU DPTO. COMUNICACIÓN SEXENIO VIVO	<ul style="list-style-type: none"> - 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
<u>Comunicación, Políticas y Ciudadanía (CPyC)</u>	TU DPTO. COMUNICACIÓN SEXENIO VIVO	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación Política - Comunicación, Ciudadanía y Derechos Humanos - Credibilidad, Desinformación, Fact-checking y Rendición de Cuentas en Medios - Innovación, Modelos de Negocio y Sostenibilidad de Medios y Comunicación - Sociedad Digital, Historia y Memoria
<u>Analytics, Media and Public Engagement: Communication, Journalism and Technology Laboratory (UC3M MediaLab)</u>	CU DPTO. COMUNICACIÓN SEXENIO VIVO	<ul style="list-style-type: none"> - Big data, periodismo y comunicación - Cambio climático y comunicación mediática - Ciencia, tecnología y sociedad - Comportamiento político en el espacio público digital - Comunicación corporativa e institucional de entidades con base científica y tecnológica - Comunicación en salud - Comunicación de la tecnología - Comunicación pública de la ciencia - Derechos fundamentales y medios de comunicación - Desinformación y *fake news* - Discurso público en redes sociales - Ética y deontología periodística - Fotoperiodismo - Medioambiente y comunicación - Nuevas tecnologías en periodismo y comunicación - Vocaciones STEM y medios de comunicación

Tabla 5C. Resumen del profesorado asignado al título

Categoría	Nº	ECTS asignados	Horas de dedicación total a actividades docentes asignadas	Doctores/as (%)	Acreditados/as (%)
CU	4	24	795	100%	100%
TU	13	69	2.332,5	100%	100%
AYUDANTE DR.	1	3	105	100%	100%
Total	18	96	3.232,5	100%	100%

5.2. Perfil detallado del profesorado

5.2.a) Especificación del profesorado asignado al título

Tabla 5D. Detalle del profesorado asignado al título. Información básica y docencia asignada por perfil.

Perfil	Área de conocimiento	Categoría	DOCTORADO	Accreditación	Experiencia docente universitaria (*)	Materia	Cód. Asignatura	Asignatura	ECTS Prof.	Horas de dedicación a las actividades docentes (**)
P01	Dpto. de Comunicación	CU	SI	SI	-	M1	M1.A1	Metodologías de Investigación en Cine, Televisión y Nuevos Medios	6	210
P06	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-		M1.A2	Metodologías de Investigación en la Perspectiva del Cambio Cultural	6	210
P07	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-	M2	M2.A1	Metodología de la Investigación en el Ámbito de la Comunicación Mediática	6	210
P02	Dpto. de Comunicación	CU	SI	SI	-		M2.A2	Nuevos marcos teóricos de la comunicación	3	105
P08	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-		M2.A2	Nuevos marcos teóricos de la comunicación	3	105
P18	Dpto. de Comunicación	Ayte. Dr.	SI	SI	-	M3	M3.A1	Nuevas Tendencias en los Estudios de Comunicación	3	105
P09	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-		M3.A2	Representaciones en el Cine y la Televisión Contemporánea	6	210
P10	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-		M3.A3	Geopolíticas del Audiovisual	6	210
P03	Dpto. de Comunicación	CU	SI	SI	-	M4	M4.A1	Arqueología audiovisual, memoria y patrimonio cinematográfico	6	210
P11	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-		M4.A2	La Agenda Investigadora del Cambio Mediático: Problemas y Desafíos	3	105
P12	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-		M4.A3	Construcción de la Identidad e Imaginarios Sociales en el Cine y la Televisión Actuales	6	210
P04	Dpto. de Comunicación	CU	SI	SI	-	M5	M5.A1	El Papel de los Medios en el Proceso de Cambio Social	6	210

Perfil	Área de conocimiento	Categoría	DOCTORADO	Accreditación	Experiencia docente universitaria (*)	Materia	Cód. Asignatura	Asignatura	ECTS Prof.	Horas de dedicación a las actividades docentes (**)
P13	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-		M5.A2	Perfiles Periodísticos Emergentes	3	105
P14	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-		M5.A3	Nuevas Tendencias del Periodismo en el Ámbito de los Contenidos	6	210
P15	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-	M6	M6.A1	Investigación para la optimización de recursos en la empresa multimedia	6	210
P16	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-		M6.A2	Sistemas de comunicación en las organizaciones	6	210
P05	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-		M6.A3	Nuevos Modelos de Negocios en la Comunicación	3	105
P17	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-	M7	M7.A1	Introducción a la Investigación. Taller de escritura académica y presentación de proyectos	3	105
P01	Dpto. de Comunicación	CU	SI	SI	-	M8	M8.A1	TFM	0,72	15
P02	Dpto. de Comunicación	CU	SI	SI	-				0,72	15
P03	Dpto. de Comunicación	CU	SI	SI	-				0,72	15
P04	Dpto. de Comunicación	CU	SI	SI	-				0,72	15
P05	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-				0,72	15
P06	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-				0,72	15
P07	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-				0,72	15
P08	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-				0,72	15
P09	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-				0,36	7,5
P10	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-				0,36	7,5
P11	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-				0,36	7,5

Perfil	Área de conocimiento	Categoría	DOCTORADO	Acreditación	Experiencia docente universitaria (*)	Materia	Cód. Asignatura	Asignatura	ECTS Prof.	Horas de dedicación a las actividades docentes (**)
P12	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-				0,36	7,5
P13	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-				0,36	7,5
P14	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-				0,36	7,5
P15	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-				0,36	7,5
P16	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-				0,36	7,5
P17	Dpto. de Comunicación	TU	SI	SI	-				0,36	7,5
TOTAL									96	3232,5

(*) Sólo en el caso del profesorado no acreditado (según Guía para la Verificación y Modificación de los Títulos Oficiales de Grado y Máster de Madrid)

(**) Horas de dedicación para las actividades docentes de las asignaturas: Este cálculo se ha realizado considerando que cada ECTS conlleva unas 35 horas de dedicación, dentro de las cuales, aproximadamente, 10 horas se corresponden con actividades formativas presenciales, 8 con las diferentes actividades de coordinación horizontal y vertical del profesorado y las 17 horas restantes estarían dedicadas a la preparación de las clases presenciales, el diseño y la revisión de los materiales utilizados en las mismas, atención a los estudiantes a través de Aula Global y subida de materiales a dicha plataforma, tutorías personales, preparación y corrección de trabajos y/o pruebas de evaluación.

5.2.b) Méritos docentes y de investigación del profesorado.

Tabla 5E. Detalle del profesorado asignado al título. Méritos docentes y de investigación

Perfil	Sexenio vivo	Méritos de Investigación	Méritos Profesionales
P01	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P02	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P03	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P04	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P05	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P06	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P07	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P08	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P09	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P10	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P11	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P12	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P13	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P14	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P15	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P16	NO	Cinco publicaciones del mismo nivel de las que exija la CNEAI para obtener un sexenio en el área de conocimiento correspondiente	NO PROCEDE
P17	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE
P18	SI	NO PROCEDE	NO PROCEDE

PERFIL DEL PROFESORADO SOBRE EL QUE RECAE LA COORDINACIÓN DOCENTE DEL TÍTULO

Director/a de la titulación

La coordinación docente del máster es responsabilidad del Director. A él le corresponden 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 y del Plan de Mejoras del título.

El cargo académico de Director/a recaerá en un profesor permanente de la universidad, y será una figura relevante en el área de conocimiento del título, que será nombrado mediante Resolución del Rector.

Coordinación de asignaturas:

Cada asignatura del Máster dispondrá de un coordinador, que deberá ser profesor de la Universidad Carlos III de Madrid, con carácter permanente y con experiencia docente e investigadora en alguna de las áreas de conocimiento incluidas en el ámbito de conocimiento al que esté adscrito el título.

Se encargará de coordinar los contenidos de la misma en el caso de que sea impartida por dos o más profesores, al objeto de organizar de manera coherente el programa, evitar posibles solapamientos entre los profesores involucrados en la docencia y determinar los criterios de evaluación de la asignatura.

Coordinación de los TFM:

Para la coordinación de la asignatura de TFM se asignará uno o más profesores. Sus funciones consistirán, principalmente, en velar por la adecuación de los temas de los trabajos a los objetivos del Máster, la asignación de los trabajos a los profesores que vayan a tutorizarlos, así como vigilar el correcto funcionamiento del proceso de tutorización y la organización de los tribunales y actos de evaluación y defensa de estos.

Comisión Académica de la Titulación

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.

Plan de formación continuo del profesorado

La UC3M cuenta con un Plan Marco de Formación del PDI, que tiene como objetivo contribuir de forma significativa a mejorar el desarrollo de la carrera profesional del Personal docente e investigador (<https://www.uc3m.es/pdi/formacion-pdi>).

Teniendo presentes las tres vertientes en las que puede desarrollarse la carrera de un PDI (docente, investigadora y gestora), el Plan Marco de Formación se estructura en tres ejes que contendrán a su vez las siguientes áreas y descriptores:

- EJE DIDÁCTICO
 - Metodologías docentes
 - Técnicas e instrumentos de evaluación
 - Docencia impartida en inglés
 - Tecnologías para la formación
- EJE INVESTIGADOR
 - Divulgación científica de los resultados
 - Transferencia de resultados
 - Fuentes y programas de financiación
 - Innovación y emprendimiento
- EJE TRANSVERSAL
 - Gestión de personas, grupos y recursos
 - Supervisión, mentoring y redes de trabajo
 - Idiomas
 - Compromiso, igualdad y diversidad
 - Condiciones de trabajo

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

NO PROCEDE

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

Desde la Oficina de Postgrado se asigna a una persona de referencia tanto a estudiantes como profesores para todos los asuntos relacionados con el desarrollo del programa de Máster. Esta persona es la figura denominada “Gestor/a” que depende de la persona responsable de la Oficina y que atiende en primera instancia las consultas/solicitudes planteadas tanto por estudiantes como profesores. El gestor/a tiene categoría administrativa y apoya a la docencia en tareas relacionadas con el estudiante (seguimiento de estudiantes admitidos, matrícula y tasas, gestión del expediente, certificados...) así como a la dirección del programa y el profesorado (apoyo en las reuniones de las comisiones académicas, planificación de horarios, gestión económica, certificados de docencia, etc..).

El máster cuenta con un equipo técnico de apoyo a las clases presenciales y los sistemas de docencia en línea formado por profesionales en el área de la Tecnología Audiovisual e Informática que forman parte de UTEDA (<http://www.uc3m.nom.es/sdic/nosotros/equipo/uteda>), una de las once áreas en que se estructura el Servicio de Informática de la Uc3m.

Por otro lado, para la puesta en marcha, seguimiento y ejecución de los procesos generales de gestión académica y administrativa de la titulación, el gestor del máster y el resto de personal asociado al Campus cuenta con el apoyo de la Unidad de Gestión de Postgrado, en la que reside la competencia para la planificación y desarrollo de los procesos centrales de gestión de las titulaciones de Máster. Esta unidad se estructura en cuatro grandes áreas que dan apoyo a los títulos y gestionan los siguientes procesos:

- Área de Admisión. Procesos de acceso y matriculación de estudiantes.
- Área de Captación. Procesos de comunicación y estrategia de captación de futuros estudiantes, desarrollo de convenios de cooperación.

- Área de Planificación Docente y Calidad. Procesos de seguimiento y evaluación interna (SIGC) y externa. Procesos de planificación docente.
- Área de Gestión Económica. Procesos asociados a tasas y precios públicos, becas y ayudas, control y ejecución de gastos e ingresos.

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

6.1. Recursos materiales y servicios

MEDIOS MATERIALES Y RECURSOS ESPECÍFICOS ASIGNADOS AL TÍTULO

El Máster se imparte en el Campus de Getafe, que cuenta con los siguientes medios materiales y recursos para la impartición del título:

- Aulas docentes, con equipo de proyección audiovisual y PC en la mesa del docente (ver detalle en:

<https://www.uc3m.es/sdic/espacios/aulas-docentes#ubicaciones>).

- Aulas informáticas, con varios puestos dotados con un ordenador con todo el software necesario para la impartición de la docencia o realizar prácticas. Para facilitar su uso, el profesor cuenta con la atención personalizada del personal de apoyo que acudirá en caso de cualquier eventualidad para minimizar las interrupciones por motivos técnicos (ver detalle en:

<https://www.uc3m.es/sdic/espacios/aulas-informaticas#ubicaciones>).

Como complemento de las aulas informáticas y con el fin de que los estudiantes puedan hacer uso de las aplicaciones necesarias para realizar las prácticas de la titulación desde cualquier lugar, desde sus propios ordenadores, se ha creado el aula virtual: <https://www.uc3m.es/sdic/servicios/aula-virtual>.

OTROS MEDIOS MATERIALES Y RECURSOS PARA ESTUDIANTES Y PROFESORADO

- Aulas telepresencia: espacios de colaboración inmersivos que permiten interconectar dos aulas, creándose la sensación de que profesor y alumnos, tanto presenciales como remotos, comparten el mismo espacio físico. Para ello, se proyecta en una de las paredes, con calidad 4K, la imagen del aula remota, conformando una visión o plano general de la misma y cubriendo todo el ancho de una de las paredes del aula.

En dicho muro se pueden incluir además de la imagen de la otra aula, diversas ventanas con distinto contenido, como señales de ordenador conectadas por HDMI, tanto de forma local como remota, señales de streaming en directo, imágenes, etc. (ver detalle en: <https://www.uc3m.es/sdic/espacios/aulas-telepresencia#ubicaciones>).

- Aulas de diseño y edición digital, un tipo especial de aula Informática equipada con PCs más potentes y la suite de software Adobe Creative Cloud, orientada a la edición y creación de material gráfico y audiovisual (ver detalle en: <https://www.uc3m.es/sdic/espacios/aulas-diseno-y-edicion-digital#ubicaciones>).
- Espacios con características especiales. La Universidad Carlos III de Madrid cuenta con una serie de espacios idóneos para la celebración de congresos, conferencias, seminarios, cursos formativos y actos institucionales. Cada uno de estos espacios dispone de toda la equipación tecnológica necesaria para llevar a buen fin todos los actos y eventos que se celebren en ellos (más información en: <https://www.uc3m.es/sdic/espacios/espacios-para-eventos#ubicaciones>).

La biblioteca de la Universidad Carlos III de Madrid cuenta con 5 puntos de atención distribuidos en los diferentes Campus. En el campus de Puerta de Toledo-Madrid y en el de Leganés se cuenta con una biblioteca cada uno, mientras que el de Getafe cuenta con dos (más información en: <https://www.uc3m.es/biblioteca/quienes-somos>). Además de las salas centrales de lectura y estudio individual, estos espacios cuentan con salas de trabajo en grupo, equipamiento informático, audiovisual y reprografía, aulas de idiomas, aula de seminarios o talleres, sala de visionado, sala de exposiciones y el MakerSpace en la biblioteca de Leganés (<https://www.uc3m.es/makerspace/inicio>). La información sobre estos espacios en general se puede encontrar aquí: <https://www.uc3m.es/biblioteca/salas-equipos>.

Se cuida de que todos los recursos nombrados anteriormente sean accesibles y estén adaptados, a través del Programa de Atención a Estudiantes con Discapacidad y Necesidades Específicas de Apoyo Educativo de la UC3M. Más información en https://www.uc3m.es/orientacion/discapacidad_neae.

Finalmente, cabe destacar que como medio para comprobar la originalidad de las tareas entregada por los estudiantes, incluyendo los trabajos de fin de máster (TFM), la UC3M cuenta con Turnitin (<https://www.uc3m.es/uc3mdigital/guia-herramientas/turnitin>) integrada en el Aula Global como la plataforma básica de soporte de la docencia en UC3M (<https://www.uc3m.es/uc3mdigital/guia-herramientas/aula-global>), con una guía abierta a disposición de los docentes para manejar esta herramienta antiplagio (<https://uc3m.libguides.com/Turnitin>). Según la normativa específica sobre el TFM el tutor debe dejar en su informe del TFM el resultado Turnitin.

SERVICIOS DE APOYO Y ORIENTACIÓN AL ESTUDIANTADO

La Universidad Carlos III de Madrid cuenta con el Servicio de Orientación a Estudiantes que de forma amplia se ocupa de proporcionar ayuda a los estudiantes o futuros estudiantes que lo soliciten, en materias como orientación general, psicológica, adaptación y necesidades específicas o deportistas de alto nivel. Más información en:

<https://www.uc3m.es/orientacion/inicio>

De forma específica en el Centro de Postgrado, se cuenta con oficinas de alumnos en cada campus (Puerta de Toledo-Madrid, Getafe y Leganés) que proporcionan atención individualizada, tanto presencial como a distancia a los estudiantes. Se muestra en la web de manera actualizada, los formularios de contacto, teléfono y horarios de atención presencial de cada una de ellas:

<https://www.uc3m.es/postgrado/oficinas-informacion>

El personal del Servicio, entre los que se cuentan el personal de administración que atiende a los estudiantes, se refleja de forma pública a través de la web:

https://www.uc3m.es/ss/Satellite/UC3MInstitucional/es/ServiciosUniversitarios/1371218553727/Servicio_de_Postgrado

6.2 Procedimiento para la gestión de las prácticas académicas externas

NO PROCEDE

6.3. Previsión de dotación de recursos materiales y servicios

NO PROCEDE

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1. Cronograma de implantación del título

CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
TITULACIÓN	IMPLANTACIÓN
MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN	CURSO 2009/10
TITULACIÓN	MODIFICACIONES
MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN	CURSO 2017/18
MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN	CURSO 2020/21

CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN*	
TITULACIÓN	IMPLANTACIÓN
MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	CURSO 2024/25

**Supeditado a la recepción del preceptivo informe favorable*

7.2 Procedimiento de adaptación

NO PROCEDE

7.3 Enseñanzas que se extinguen

NO PROCEDE

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

8.1. Sistema Interno de Garantía de la Calidad

<https://www.uc3m.es/calidad/sistema-garantia-interna-calidad>

8.2. Medios para la información pública

La universidad publica anualmente en su web, con la antelación y contenidos suficientes, toda la información relativa a su oferta académica, los procesos de solicitud y matrícula, así como el calendario y fechas importantes a tener en cuenta por parte de los futuros estudiantes, de manera que se dispone de una información adecuada y suficiente para que los estudiantes interesados en participar en el proceso de selección puedan valorar adecuadamente su participación en el mismo.

En concreto, la web del Centro de Postgrado (www.uc3m.es/postgrado/inicio) recoge la oferta académica de másteres universitarios, y los accesos a la web de Admisión (www.uc3m.es/postgrado/admision), Matrícula (www.uc3m.es/postgrado/matricula) y Becas (www.uc3m.es/postgrado/ayudas).

Por otro lado, el Máster Universitario en Investigación en Comunicación cuenta, al igual que el resto de másteres que oferta la universidad, con una página web que recoge toda la información específica sobre el programa, profesorado, admisión y matrícula, becas y otro tipo de información práctica (calendario académico, horarios o el acceso a la Secretaría Virtual):

<https://www.uc3m.es/master/investigacion-medios-comunicacion>

Además, la Universidad cuenta con una web específica sobre la Calidad en los estudios (<https://www.uc3m.es/calidad/inicio>) en la que se pueden consultar indicadores de calidad y empleabilidad de todos los títulos que oferta así como los informes de evaluación externa y seguimiento o las Memorias Académicas.