



Facultad de Comunicación

M.U. en Comunicación y Cultura (R.D.1393/07)

Memoria de Verificación

2009-2010



MEMORIA PARA LA SOLICITUD

DE VERIFICACIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

POR LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Versión	Consejo de Gobierno	Implantación / Modificación Sustancial	Año Implantación
V01	09-12-2008	Implantación del Título	2009

Descripción Título	3
Representante Legal de la universidad	3
Responsable del título	3
Universidad Solicitante	3
Dirección a efectos de notificación	3
Descripción del título	3
Justificación	5
Justificación del título propuesto	5
Interés académico, científico o profesional del mismo:	5
Normas reguladoras del ejercicio profesional:	8
Referentes externos:	8
Descripción de los procedimientos de consulta utilizados para la elaboración del plan de estudios.	10
Descripción de los procedimientos de consulta internos:.....	10
Descripción de los procedimientos de consulta externos:	11
Objetivos	12
Objetivos y Competencias	12
Objetivos:	12
Competencias	13
Acceso y admisión	27
Acceso y Admisión	27
Sistemas de información previa:	27
Criterios:	27
Sistemas:.....	30
Créditos:	32
Planificación enseñanza	38
Distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia	38
Explicación:	38
Movilidad:	42
Descripción de los módulos o materias	48
Módulo I del Máster en Comunicación y Cultura	48
Módulo II del Máster en Comunicación y Cultura.	50
Módulo III del Máster en Comunicación y Cultura	52
Módulo IV del Máster en Comunicación y Cultura	53
Módulo V del Máster en Comunicación y Cultura.	54
Personal académico	55
Personal Académico	55
Profesorado:.....	55
Adecuación del profesorado:	57

Recursos, materiales y servicios	59
Disponibilidad y adecuación de recursos materiales y servicios	59
Justificación:	59
Previsión:	61
Convenios de Colaboración con otras Instituciones:.....	61
Resultados previstos	61
Valores cuantitativos estimados para los siguientes indicadores y su justificación	61
Justificación de los indicadores:	61
Progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes:	62
Garantía de calidad	63
Información sobre el sistema de garantía de calidad	63
Información adicional:.....	63
Calendario de implantación	63
Cronograma de implantación de la titulación	63
Justificación:	63
Curso de implantación:	63
Procedimiento de adaptación en su caso de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios	63
Procedimiento:.....	63
Enseñanzas que se extinguen por la implantación del siguiente título propuesto	63
Enseñanzas:	63

Descripción Título

Representante Legal de la universidad

Representante Legal			
Rector			
1º Apellido	2º Apellido	Nombre	N.I.F.
Luque	Rodríguez	Joaquín	28525083T

Responsable del título

Decano de la Facultad de Comunicación			
1º Apellido	2º Apellido	Nombre	N.I.F.
Sierra	Caballero	Francisco	52097175J

Universidad Solicitante

Universidad Solicitante	Universidad de Sevilla	C.I.F.	Q4118001I
Centro, Departamento o Instituto responsable del título	Facultad de Comunicación		

Dirección a efectos de notificación

Correo electrónico	ordenacion@us.es		
Dirección postal	San Fernando, 4	Código postal	41004
Población	Sevilla	Provincia	SEVILLA
FAX	954556982	Teléfono	954551063

Descripción del título

Denominación	Máster Universitario en Comunicación y Cultura por la Universidad de Sevilla	Ciclo	Máster
Centro/s donde se imparte el título			
Facultad de Comunicación			
Universidades participantes			Departamento
Convenio			
Tipo de enseñanza	Presencial	Rama de conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas			
en el primer año de implantación	30	en el segundo año de implantación	30
en el tercer año de implantación	30	en el cuarto año de implantación	30
Nº de ECTS del título	60	Nº Mínimo de ECTS de matrícula por el estudiante y período lectivo	15

Normas de permanencia :	ver Anexo I
Naturaleza de la institución que concede el título	Pública
Naturaleza del centro Universitario en el que el titulado ha finalizado sus estudios	Propio
Profesiones para las que capacita una vez obtenido el título	
Lenguas utilizadas a lo largo del proceso formativo	
Español	

Justificación

Justificación del título propuesto

Interés académico, científico o profesional del mismo:

La configuración del nuevo Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) obliga al replanteamiento de los planes de estudio universitarios. El diseño actual queda obsoleto y se hace necesario crear una nueva vía de acceso al Doctorado a través del Máster de Investigación. En primer lugar, por tanto, esta propuesta representa un paso adelante en la reforma para la integración de la Universidad de Sevilla en el EEES, por cuanto enriquece la oferta de estudios de posgrado sujeta a la nueva legislación mediante la incorporación de una vía de formación que satisface una futura demanda social. Merece la pena destacar que se trata del primer máster universitario propuesto por la Facultad de Comunicación, una de las que cuentan con más alumnos de la Universidad hispalense, que por otra parte han venido demostrando curso tras curso interés preferente por estudios de Doctorado y de especialización profesional superior, como se probará más adelante.

El *Máster Universitario en Comunicación y Cultura* pretende aportar una base teórica y metodológica suficiente para la formación de investigadores cualificados en el ámbito de la comunicación y la cultura, y un conocimiento básico para el uso de las herramientas de investigación más habituales en las ciencias sociales. Aunque los futuros estudios de Grado en Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual y otras ciencias sociales contemplan tangencialmente la formación en competencias de investigación, el espacio que el desarrollo de estas competencias ocupa en estos Planes de Estudio de Grado no permite de ninguna manera la formación suficiente de las capacidades relacionadas con la investigación. El Máster profundizará significativamente en estas competencias y deberá ser capaz de formar finalmente expertos con una excelente capacidad de análisis, prospección, resolución y evaluación de proyectos de investigación.

Cabe recordar en este punto que el Plan Nacional de I+D+I 2004-2007 del MEC contempla dos grandes áreas donde resulta fundamental la investigación en comunicación: el *Programa Nacional de Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas* y el *Programa Nacional de Humanidades*. Entre las 22 líneas prioritarias de este último programa aparecen dos líneas directamente relacionadas con la comunicación: *Estudio de las técnicas comunicativas* (área 01.16) y *Comunicación interpersonal, de masas e institucional* (área 01.14), así como una línea estrechamente relacionada con los estudios de comunicación: la de *Identidades culturales, multiculturalismo y efectos de la globalización en la cultura* (área 01.03).

En las sucesivas convocatorias de Programas Marco de la Unión Europea, durante los últimos quince años, probablemente uno de los espacios mundiales en los que concurren proyectos de mayor solvencia científica propuestos por complejos consorcios de instituciones de investigación pública y privada, son líneas de acción (*action lines*) recurrentes y priorizadas las derivadas del sector de la información y de la comunicación, específicamente: sociedad de la información y del conocimiento, nuevas tecnologías de la información, gestión y organización de la comunicación científica o apropiación ciudadana del patrimonio histórico y cultural mediante la utilización de plataformas virtuales y multimedia.

Según se evidencia, a tenor de los proyectos presentados en las líneas de acción mencionadas, las aportaciones y enfoques de las instituciones e investigadores involucrados en dichos proyectos, presentados como equipos de investigación obligadamente interdisciplinares, suelen privilegiar la tecnología y la innovación tecnológica para satisfacer algunos indicadores de la evaluación, en detrimento del cambio social y cognitivo, del respeto a las culturas y minorías o de la promoción de necesarios y nuevos modos y medios de comunicación que insten al cambio y a la comunicación transversal en el espacio europeo, objetivos que atañen a indicadores no menos fundamentales del proceso de selección.

Esto se debe, en gran medida, a la debilidad de las justificaciones adosadas a las dimensiones culturales, sociales y comunicacionales de los proyectos, sin duda, consecuencia de la debilidad – cuando no de su ausencia- de una formación científica adecuada entre los investigadores que representan al binomio comunicación/cultura en los proyectos presentados.

La mayoría de los doctorados directamente relacionados o afines con la investigación en comunicación, a lo largo de todo el Estado español, ha sido orientada hacia temáticas puramente mediáticas y periodísticas, sectores que han evidenciado hasta el momento una suficiente cobertura por parte de la formación universitaria de investigadores. Sin embargo, el área de investigación en comunicación y cultura, de toda suerte imprescindible para comprender y proponer herramientas de innovación y cambio social, con el apoyo de unas tecnologías comunicacionales dirigidas desde lo cultural-comunicativo y no al contrario, ha tenido muy escasa representación en el último ciclo de estudios universitarios, aún siendo tan relevante para una discusión científica competitiva y crítica con los ingenieros, informáticos y gestores cuyas visiones tecnicistas o, abiertamente desde el más puro *management*, suelen constituir mayoritariamente los proyectos competitivos presentados y atendidos en las convocatorias de más prestigio.

Por estas razones, el Máster en Comunicación y Cultura se propone formar investigadores altamente cualificados, procedentes de diversas disciplinas sociales, capaces de abordar críticamente el debate cultural y comunicacional e incluirlo como elemento indispensable de la discusión y el avance científicos en foros y proyectos desde los que por ejemplo se propician, o pueden sufrir reducciones, la conciencia e imagen que sociedades y ciudadanos tienen de sí mismos, el desarrollo social y cultural de las comunidades o el decisivo papel que juegan los medios y las mediaciones en la construcción o destrucción de la relación y el vínculo social o comunitario, utilizando las tan implantadas como poco neutrales tecnologías –tecnológicas- de la información y de la comunicación, unas herramientas que pertenecen al *compositum* social, cultural, político, histórico y comunicacional en el que surgen y deben ser adaptadas, apropiadas y, en definitiva, como argumenta Clifford, capaces de devolver diversidad a pesar de su objetivo unificante.

Se ofrece por tanto respuesta a una demanda creciente de la sociedad internacional, española y particularmente andaluza, que viene solicitando en los últimos años de la Universidad investigadores formados en excelencia y en razón de una proyección laboral doble:

- a) por un lado, el ámbito académico, donde los estudios en ciencias de la comunicación resultan determinantes para dar respuesta a los múltiples desafíos – tecnológicos, políticos, económicos, éticos... - que la *sociedad de la información* propone a los ciudadanos del presente. En este sentido, este Máster formará investigadores cualificados que podrán integrar futuros cuadros de profesores universitarios y de otros centros de investigación y

enseñanza superior; pero también investigadores adscritos a las secciones de investigación de organismos públicos y Administración en general, en los que se requiere de especialistas que ayuden a los poderes públicos a entender la compleja realidad de los procesos de comunicación social y propongan estrategias para corregir desviaciones y disfunciones.

- b) Por otro lado, el ámbito de la empresa, grande o media, y en el cada vez más expandido de la asociación profesional, ciudadana, ONGs, etc., que requiere de investigadores que aporten las ideas y los métodos que permitan detectar nuevas demandas ciudadanas, y a gestionar para éstas políticas correctas y eficientes de acción social en consecuencia con estas necesidades.

El Máster deberá por tanto responder a la demanda social de *mediadores* que analicen, evalúen y propongan estrategias de comunicación que ayuden a administraciones, empresas, asociaciones, etc. a rentabilizar, tanto en términos de impacto en la opinión pública como de compromiso con las necesidades del entorno, sus programas de acción social.

En este sentido, este Máster fomentará en el alumno competencias relacionadas con la reflexión y el análisis crítico, a fin de convertir a este en un agente dinamizador de políticas comunicativas que generen solidaridad y compromiso social. Muy especialmente, la orientación de este Máster se justifica en tanto que resulta un espacio académico propio para plantear en profundidad enseñanzas relacionadas con los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, con los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y con los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos, que vertebran todos y cada uno de los módulos del Máster en tanto que este asume entre sus objetivos generales la formación en valores de cooperación y compromiso.

El Máster está destinado en primer término a alumnos licenciados o graduados en Comunicación: Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual. La formación prevista en el Máster resulta también de interés prioritario para alumnos titulados en cualquiera de las restantes Ciencias Sociales, así como para otros titulados dispuestos a reconducir su trayectoria académica en el sentido propuesto por este Máster.

Paralelamente este Máster aborda cuestiones centrales en el estudio de la comunicación y la cultura cuyo objetivo final es la comprensión de los medios, los contenidos y los procesos de comunicación pública que transforman los referentes y patrones de la cultura popular, particularmente de “lo popular andaluz”. Facilita por tanto una formación profesional especializada de alto nivel en el campo cada vez más determinante de la gestión de los medios, la dirección de empresas culturales y la gestión de las políticas públicas en campos como el Patrimonio Histórico, el Turismo, la planificación educativa y cultural, etc.

En un tercer nivel son destinatarios también de este Máster los profesionales de las industrias culturales, gestores del conocimiento y sistemas de información, periodistas en ejercicio, tecnólogos, educadores, y en general profesionales de la comunicación, la educación y la cultura que deseen obtener una formación actualizada que les ayude a comprender la complejidad y la amplitud de los procesos que atraviesan la mediación cultural por parte de las industrias de la comunicación.

El alumno del *Máster en Comunicación y Cultura* tiene acceso a un amplio, panorámico y completo planteamiento de todos los aspectos de la comunicación, a través de los diferentes módulos propuestos: desde sus orígenes y esencias epistemológicas e históricas a los complicados entramados empresariales que conforman la telaraña informativa actual, pasando por la trascendencia de la información en la conformación del tejido social y la incidencia de los poderes en el desarrollo informativo y el diseño de agendas.

Además dispondrá de las herramientas necesarias para el análisis cuantitativo y cualitativo de contenidos, así como para el estudio de los formatos al uso de discursos informativos, publicitarios y audiovisuales. Se trata finalmente de aportar herramientas teórico-metodológicas y cultura reflexiva a partir de un enfoque pluridisciplinar, para introducir al alumno en el conocimiento de los principales problemas teóricos y debates de la cultura contemporánea, de manera que éste resulte capaz de desarrollar nuevas propuestas, preguntas originales y estrategias innovadoras sobre problemas cruciales en el terreno de la comunicación y la cultura.

El profesorado de este *Máster en Comunicación y Cultura*, orientado a la investigación, está integrado por doctores especialistas en las materias propuestas en los módulos. En la nómina de los profesores se hallan por tanto profesores de la Facultad de Comunicación y de otras facultades sevillanas, así como profesionales de otros entornos directamente relacionados con las competencias en formación que procura el Máster.

Normas reguladoras del ejercicio profesional:

En el caso de que el título habilite para el acceso al ejercicio de una actividad profesional regulada en España, se debe justificar la adecuación de la propuesta a las normas reguladoras del ejercicio profesional vinculado al título, haciendo referencia expresa a dichas normas

No procede

Referentes externos:

Aunque no se contempla la obligatoriedad de este epígrafe en las propuestas de estudios de Máster, debe hacerse notar un argumento fundamental que avala la oferta que aquí se presenta. La Facultad de Comunicación viene impartiendo enseñanzas de Doctorado desde los primeros años de su creación, concretamente desde 1994, lo que acredita la larga trayectoria del centro en este ámbito. Ha sido, como podrá comprobarse con los datos que se adjuntan, tarea que, junto con la docencia en licenciatura, ha supuesto uno de los pilares fundamentales en las actividades de este centro. Desde entonces hasta ahora se han desarrollado los siguientes programas de Doctorado:

- Programa “La información en prensa, radio y televisión”.
- Programa “Literatura y Comunicación”.
- Programa “Procesos de la Comunicación Audiovisual”.
- Programa “Periodismo, Comunicación e Información. Teorías, Métodos y Sistemas”.
- Programa “Comunicación y Crítica de la Cultura”.
- Programa “Periodismo y Sociedad. Perspectivas, Estrategias y Tendencias”.

Por otra parte, y este resulta un dato esencial a nuestro entender, han cursado estudios en estos programas - en estos casi quince años de recorrido - un total aproximado de 600 alumnos, lo que implica un promedio de 40 alumnos matriculados en Doctorado en cada curso académico. Por tanto, si en términos globales puede afirmarse que la universidad española ha sufrido en los últimos años un desinterés creciente por parte de sus egresados, que abandonan los estudios tras la finalización de la licenciatura, esta tendencia está lejos de comprobarse en los estudios de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Otra información relevante tiene que ver con el hecho de que muchos de estos alumnos provenían del extranjero, en torno a un 35%, siendo especialmente notable la afluencia de alumnos procedentes de Latinoamérica: Chile, Brasil, México, Venezuela, Colombia, así como de universidades europeas (Italia) y otras universidades españolas (Universidad de Málaga, Universidad Complutense de Madrid, Universidad del País Vasco...). De hecho, el Departamento de Periodismo I tiene suscritos convenios de Doctorado con Chile (Universidad de Temuco), Brasil (Universidad Federal de Paraná), México (Universidad de Colima, Tecnológico de Monterrey), Venezuela (Fundación Causa Amerindia en Venezuela), Cuba (Universidad de La Habana), Portugal (Universidade Aberta de Portugal, Universidade do Algarbe), Reino Unido (Nottingham Trent University) y Alemania (Freie Universitate, Bauchweig Universitate), y el Departamento de Periodismo II con las universidades mexicanas de Chihuahua y Mérida.

Finalmente, los programas de Doctorado impartidos en la Facultad de Comunicación se han distinguido por su orientación multidisciplinar, puesto que, además de recibir alumnos egresados de las tres licenciaturas de la Facultad, se ha acogido a alumnos procedentes de disciplinas como Filosofía, Geografía e Historia, Filología Hispánica, Matemáticas, Informática, Música...

De la misma manera, ese espíritu abierto a lo multidisciplinar se ha manifestado en la nómina de profesores de los cursos de Doctorado. Además de profesores de las mismas áreas de conocimiento pero de otros centros españoles o extranjeros, estos cursos han contado en efecto con profesores invitados de Sociología, Estética, Matemáticas, Ciencias Políticas, Antropología. Sus procedencias geográficas han sido también notablemente diversas: Portugal, México, Brasil, Cuba, Chile, Francia.

Los resultados académicos de esta formación en Doctorado son especialmente contundentes[1]:

- a) Se han defendido en la Facultad un total de 66 Tesis Doctorales;
- b) Se han defendido igualmente un total de 114 Trabajos de Investigación.

Uno de los objetivos finales del Máster propuesto es que, una vez que se hayan superado los distintos períodos tanto de formación como de investigación prescritos en el R. D. 1393/2007 de 29 de octubre, los alumnos puedan concurrir a los concursos públicos universitarios para los que sea indispensable ser doctor con la mejor formación posible: Ayudante Doctor, Contratado Doctor, Titular de Universidad y Catedrático.

[1] . Datos referentes a noviembre de 2007.

Descripción de los procedimientos de consulta utilizados para la elaboración del plan de estudios.

Descripción de los procedimientos de consulta internos:

El primer procedimiento de consulta interno empleado para la elaboración del plan de estudios de este Máster fue la creación, a instancias del Decanato del Centro, de una Comisión de Trabajo con la siguiente composición: un Coordinador, un Secretario, y un representante por cada uno de los tres departamentos universitarios que tienen su sede en la Facultad de Comunicación: Departamento de Periodismo I, Departamento de Periodismo II y Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura.

Los representantes de los departamentos fueron designados por los directores o los Consejos de Departamento de los mismos. La Comisión quedó constituida el día 18 de octubre de 2007 con los siguientes miembros:

- Coordinadora: Dra. Carmen Espejo Cala (Dpto. de Periodismo I)
- Secretario. Dr. Juan Carlos Gil González (Dpto. de Periodismo I)
- Representante Dpto. de Periodismo I: Dr. Rafael González Galiana
- Representante Dpto. de Periodismo II: Dr. Ramón Reig García (posteriormente sustituido por la Dra. M^a del Mar García Gordillo)
- Representante Dpto. de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura: Dr. Adrián Huici Módenes (posteriormente sustituido por la Dra. Inmaculada Gordillo Álvarez).

Esta Comisión tuvo una primera reunión con los directores de los tres departamentos mencionados (10 de octubre de 2007), donde se fijaron líneas fundamentales de actuación en términos académicos así como líneas directrices del Máster en el aspecto científico. Posteriormente la Comisión de Trabajo ha venido convocándose con una frecuencia mínima de una reunión cada dos semanas, y ha mantenido sesiones de consulta con los directores de los tres departamentos implicados y el Decano del Centro.

Con fecha 3 de diciembre de 2007 la Comisión de Trabajo convocó a una reunión a todos los profesores del Centro que, a su criterio, tienen competencias superiores en el ámbito de la investigación, esto es: los directores de los tres departamentos con sede en el Centro, los directores de todos los programas de Doctorado con sede principal en el Centro y los directores de todos los Grupos de Investigación P.A.I. con sede en el Centro.

En esta reunión se revisó el trabajo efectuado por la Comisión hasta ese momento y se debatió en torno a la posibilidad de fijar una serie de criterios de selección para elaborar la nómina de profesores del Centro que en un futuro pudieran integrar las Líneas de Investigación derivadas de este Máster en Comunicación y Cultura – criterios abiertos, adecuados a los que se demandan desde organismos como la ANECA o la AGAE y en cualquier caso nunca excluyentes -.

Finalmente, con fecha 4 de diciembre de 2007 la Coordinadora y el Secretario de la Comisión de Trabajo mantuvieron una reunión con el entonces Vicerrector de Postgrado y Doctorado de la Universidad de Sevilla, Dr. Antonio Ramírez de Arellano, en la que comunicaron la intención de la Facultad de Comunicación de presentar esta propuesta de Máster y recibieron información detallada sobre la estructura prevista para estos estudios, a fin de proponer un plan de

estudios lo más ajustado posible al diseño general previsto por la Universidad de Sevilla para el Postgrado.

Por otro lado, esta Comisión ha recabado abundante información sobre otros planes de estudio de másteres aprobados en la Universidad de Sevilla u otras universidades, que ha utilizado como ejemplos y, en su caso, inspiración. Particularmente útil ha sido contar con una copia del documento completo del *Máster en Comunicación Social y Tecnologías de la Información: Gestión, Políticas y Efectos* de la Universidad del País Vasco, máster que fue aprobado e inició su andadura en el curso 2007/08. Este Máster, por su orientación hacia la investigación, resulta particularmente próximo a los objetivos de esta propuesta; el hecho de que la Universidad del País Vasco y la ANECA lo hayan considerado viable avala indirectamente la viabilidad de nuestra propuesta.

Por otra parte los estudios aquí programados tienen objetivos y planteamientos similares a los de estudios ofertados en países europeos de referencia en aspectos educativos como Francia, Reino Unido y Alemania: así, planes de estudios muy próximos a los aquí esbozados se cursan en el Institut Universitaire de Technologie Michel Montaigne (Bordeaux), en la City University de Londres y en el Institut für Journalistik de la Universidad de Hamburgo.

Descripción de los procedimientos de consulta externos:

Uno de los elementos de consulta externos han sido los libros blancos. Durante el proceso de elaboración de los mismos, se incluyó en las comisiones a representantes de colegios profesionales y/o empresas e instituciones afines a la naturaleza del título.

Por otra parte, los módulos comunes acordados por el Consejo Andaluz de Universidades fueron propuestos en comisiones de rama que contaban con la presencia de agentes sociales. Estos estuvieron también presentes en las comisiones de rama que aprobaron finalmente las estructuras modulares de los títulos.

Igualmente, la Universidad de Sevilla encargó un proyecto de análisis estratégico para la convergencia europea que contemplaba entre sus objetivos valorar para cada una de las titulaciones las competencias genéricas que los empleadores y agentes sociales consideraban básicas en la formación de los estudiantes universitarios. En dicho estudio participaron tanto empleadores públicos y privados, como poderes públicos, colegios profesionales y asociaciones de diverso tipo. Las conclusiones de ese estudio han servido de base para orientar las propuestas de título.

Por otra parte, la Facultad de Comunicación que presenta esta propuesta de título de Máster procedió, a través de la figura institucional del Decano, a celebrar reuniones periódicas e informales con Administraciones, instituciones, empresas públicas y privadas, institutos, fundaciones, ONGs, etc. de ámbito andaluz, con muchas de las cuales tiene de hecho convenios de colaboración, a fin de detectar en las expresiones de sus máximos representantes cuáles son sus necesidades en el ámbito de la investigación aplicada. Debe apuntarse que de estas conversaciones se deduce la más que probable buena acogida que tendrán los egresados de este Máster – lo que viene a corroborar, por otra parte, la buena disposición de estas empresas,

organismos, etc. a firmar convenios para prácticas de alumnos, que se ha materializado ya en varios preacuerdos -.

En esta línea, se ha presentado mediante un detallado dossier los objetivos del Máster a instituciones como el Centro de Documentación Europea, el Centro Informático Científico de Andalucía (CICA), Centro de Estudios Andaluces, Centro Nacional de Aceleradores, Consejo Audiovisual de Andalucía, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Filmoteca de Andalucía, Fundación Tres Culturas, Hemeroteca Municipal de Sevilla, Instituto Andaluz de la Mujer, Instituto Andaluz de la Juventud, Instituto Andaluz de Patrimonio, etc.

Objetivos

Objetivos y Competencias

Objetivos:

Especificar los objetivos generales del título y las competencias que adquirirá el estudiante tras completar el periodo formativo.

El diseño del título se atiene a las normas y regulaciones vigentes respecto a la igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad, contemplados en la Ley 51/2003 de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, y se pondrán en marcha los medios que el Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria tiene previstos para la atención a estudiantes con necesidades educativas especiales que pueden consultarse en la dirección electrónica

http://www.sacu.us.es/sacu/es/05_04.asp

Las garantías de igualdad de género están supervisadas por la Unidad para la Igualdad, una instancia recientemente constituida en la Universidad de Sevilla encargada de vigilar las mismas y de promover políticas de igualdad

OBJETIVOS:

- Formar sólidamente a los investigadores en las metodologías de la investigación de mayor uso en el campo científico de la comunicación.
- Transmitir conocimientos y criterios sobre las principales áreas de trabajo científico en comunicación, en especial en cuanto a la incidencia de las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Ofertar experiencia práctica en el seno de empresas y organismos públicos u oficiales como investigador en comunicación.
- Promover los futuros trabajos de tesis doctoral y de investigación mediante la realización del Trabajo Fin de Máster, como base de un verdadero trabajo de doctorado de calidad.
- Contextualizar la investigación en comunicación de masas tanto epistemológica, política como deontológicamente.
- Comprender la estructura de relaciones funcionales y dialécticas entre el subsistema info-comunicativo y el sistema social.

- Conocer las principales metodologías de investigación tanto cualitativas como cuantitativas aplicables a la comunicación.
- Saber usar estas metodologías de forma competente en cualquier campo de la investigación en comunicación.
- Conocer las nuevas metodologías a partir de la fragmentación y triangulación de las metodologías clásicas.
- Conocer las herramientas conceptuales y metodológicas que permiten el análisis y la interpretación de los procesos comunicativos en sus dimensiones sintácticas, semánticas y pragmáticas.
- Ser capaz de realizar propuestas metodológicas aplicadas a objetivos de investigación concretos.
- Conocer los principales campos de trabajo de la investigación actual en comunicación.
- Saber planificar adecuadamente un proyecto de investigación en todas sus etapas.
- Saber plantear un proyecto de investigación ante instituciones y organizaciones.

Competencias

Competencias generales:

G01: Que los estudiantes desarrollen la capacidad de comprender la complejidad inherente a los procesos comunicativos en las sociedades actuales, de manera que identifiquen la necesidad de desarrollar estrategias para la investigación aplicada en comunicación igualmente complejas.

G02: Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y formular juicios a partir de una información limitada e incompleta, desarrollando capacidades para la síntesis, la comprensión en grado de complejidad y la autoformación.

G03: 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 (multidisciplinares) relacionados con el área de estudio de la investigación en comunicación.

G04: Que los estudiantes reconozcan la existencia de diferentes paradigmas científicos en la investigación aplicada en comunicación, y sepan evaluar la impronta relativa de cada uno de ellos en la definición de los objetivos de las actuales agendas de investigación de administraciones, empresas, etc.

G05: Que los estudiantes consigan detectar carencias de la investigación acumulada en el campo de la comunicación, mediante la aplicación e integración de los conocimientos adquiridos así como de las habilidades desarrolladas para avanzar y engrosar los estudios existentes en la materia.

G06: Que los estudiantes conozcan fuentes y recursos para la investigación teórica y aplicada en comunicación, y sean asimismo capaces de generar, a partir de las aplicaciones tecnológicas específicas del campo, nuevos recursos documentales que promuevan más investigación en el futuro.

G07: Que los estudiantes se reconozcan como destinatarios de una serie extensa de recursos tecnológicos, económicos, documentales, etc. dedicados a la investigación de excelencia, y se

genere en ellos el estímulo para abordar investigaciones complejas y de calidad que rentabilicen esos recursos en beneficio de la sociedad.

G08: Que los estudiantes sean capaces de proceder a la integración de conocimientos de diversos ámbitos académicos, de manera que se desarrolle en ellos una comprensión en clave interdisciplinar de los fenómenos complejos abordados por la investigación en comunicación.

G09: Que los estudiantes reconozcan la existencia de una comunidad internacional de investigadores en comunicación, conozcan las más importantes tradiciones académicas de la investigación en comunicación en el mundo y se desarrolle en ellos el interés por participar de las motivaciones, valores y objetivos de estos ámbitos.

G10: Que los estudiantes sean capaces de identificar e inferir criterios y valores explícitos o implícitos en las nociones teóricas o prácticas aprendidas, de manera que se suscite en ellos la reflexión sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

G11: Que los estudiantes se reconozcan como depositarios de una serie de conocimientos, capacidades, criterios de valoración, destrezas tecnológicas, etc. transmitidos en el ámbito académico y comprendan la necesidad de hacer partícipes de ese acervo a la sociedad en general, y en particular a los sectores menos protegidos de la misma (minorías, excluidos sociales, etc.) mediante la divulgación apropiada de los resultados de la investigación.

G12: Que los estudiantes sean capaces de aplicar el acervo de conocimientos, recursos, destrezas, criterios de valoración, etc. adquiridos a la proyección y resolución de investigación aplicada relevante y útil para la sociedad, particularmente en beneficio de los sectores más desprotegidos de la misma.

G13: Que los estudiantes se reconozcan vinculados con los valores de igualdad, tolerancia, paz y compromiso social fomentados en el Máster, y sean capaces de articular propuestas de investigación aplicada o estrategias de comunicación conducentes a la promoción de estos valores.

G14: Que los estudiantes sepan comunicar las conclusiones de su investigación (y los conocimientos y razones últimas que las sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

G15: Que los estudiantes se sientan motivados para emprender iniciativas empresariales, sociales, culturales, etc.

Competencias específicas:

E01: Que el estudiante conozca en profundidad las diversas metodologías de investigación, tanto cualitativas como cuantitativas, empleadas en la investigación de la comunicación y la cultura de masas.

E02: Que el estudiante sea capaz de justificar, planificar y estructurar metodológicamente una investigación científica aplicada a problemas presentes, pasados o futuros de la comunicación social.

E03: Que el estudiante sea capaz de comprender la estructura de las relaciones funcionales y dialécticas entre el subsistema info-comunicativo y el sistema social.

E04: Que el estudiante sea capaz de analizar las diferenciaciones y diversidad cultural en etapas y modos comunicativos de la construcción social del “yo”.

E05: Que el estudiante conozca las principales teorías y elementos mediadores de la comunicación y la política en procesos democráticos.

E06: Que el estudiante sea capaz de introducir elementos conceptuales y metodológicos de análisis de la mediación social en procesos de cambio político.

E07: Que el estudiante sea capaz de proponer estrategias para la autodeterminación, emancipación y participación etno-cultural en las democracias complejas.

E08: Que el estudiante sea capaz de plantear y desarrollar prácticas comunicativas que impliquen una mediación cultural y que pueda reconocer críticamente aquéllas que son contrarias al pluralismo y a los derechos etno-culturales.

E09: Que el estudiante conozca las políticas de evaluación de la calidad de la investigación que se aplican en el ámbito andaluz, español e internacional y conozca los criterios de valoración de las mismas.

E10: Que el estudiante conozca los principales recursos documentales (impresos, audiovisuales, digitales, en línea, etc.) aplicables a la investigación en comunicación y desarrolle una serie concreta de actividades prácticas que lo conduzcan al manejo ágil de éstos.

E11: Que el estudiante conozca las metodologías clásicas de análisis del discurso audiovisual y las nuevas propuestas metodológicas desarrolladas a partir de la fragmentación y triangulación de las anteriores.

E12: Que el estudiante sea capaz de reconocer arquetipos iconológicos en el discurso audiovisual.

E13: Que el estudiante conozca las principales tendencias de la Historiografía aplicadas en el pasado y en el presente a la Historia de la Comunicación.

E14: Que el estudiante sea capaz de comprender los problemas epistemológicos asociados a la investigación en Historia de la Comunicación y el Periodismo, y evaluar la pertinencia y relevancia social de las soluciones propuestas a lo largo de las últimas décadas.

E15: Que el estudiante sea capaz de comprender y emplear metodologías complejas para el análisis y la evaluación de los discursos publicitarios y propagandísticos.

E16: Que el estudiante sea capaz de comprender los discursos publicitarios y propagandísticos en

tanto que inscritos en un determinado contexto estructural - social y económico – y desarrolle por tanto la capacidad de reflexionar críticamente acerca de su relevancia para el progreso de las sociedades.

E17: Que el estudiante conozca los principios del pensamiento estratégico (de Sun Tzu a Prahalad) y su aplicación al ámbito de la investigación en Comunicación.

E18: Que el estudiante sea capaz de aplicar principios estratégicos a la planificación de la Comunicación.

E19: Que el estudiante sea capaz de comprender las corrientes complejas del pensamiento y de aplicar por tanto al análisis de la comunicación un enfoque estructural.

E20: Que el estudiante sea capaz de enjuiciar críticamente la denominada *cultura mosaico o de vasos comunicantes*.

E21: Que el estudiante perciba la cultura, particularmente en sus expresiones literarias y musicales, como una red de procesos comunicativos en los que se fijan las representaciones simbólicas que dan sentido a la realidad.

E22: Que el estudiante conozca las herramientas conceptuales y metodológicas más importantes para el análisis y la interpretación de los discursos artísticos considerados en tanto que procesos de comunicación.

E23: Que el estudiante conozca los principios más habituales de la divulgación artística y científica a través de los medios de comunicación social, y sea capaz de analizar críticamente su pertinencia para el progreso de las sociedades.

E24: Que el estudiante conozca los procesos de creación artística y reproducción de los medios de comunicación a través de su tecnología.

E25: Que el alumno sea capaz de evaluar la situación del arte contemporáneo en relación con los públicos y la tarea de mediación de los medios de comunicación en este punto.

E26: Que el alumno sea capaz de contribuir, a partir de su conocimiento en materia artística, a la elaboración de un estado de opinión crítico, en el marco de las sociedades contemporáneas.

E27: Que el estudiante sea capaz de presentar con corrección académica las conclusiones de su investigación en el Trabajo Fin de Máster, a través del soporte escrito, audiovisual o cualquier otro considerado pertinente.

E28: Que el estudiante sea capaz de defender correctamente el Trabajo Fin de Máster a través de una exposición oral, y que pueda debatir con los académicos que participen en el acto de defensa a partir de argumentos correctos, profundos y correctamente expuestos.

E29: Que el alumno sea capaz de obtener de las experiencias profesionales desarrolladas a través del Practicum complementos útiles para su formación como investigador o asesor en materias de comunicación.

E30: Que el alumno sea capaz de aplicar al entorno de la empresa, la institución, etc. que lo acoge en el Practicum la formación teórica y práctica recibida en las asignaturas del Máster.

RELACIÓN DE MÓDULOS/ASIGNATURAS Y COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS QUE SE DESARROLLAN

MÓDULO I: EPISTEMOLOGÍA, TEORÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

OBLIGATORIAS:

Epistemología y metodología de la investigación en comunicación (AI-1)

Sociología y Antropología de la comunicación (AI-2)

OPTATIVAS:

Políticas de comunicación y cambio social (AI-3)

Mediación e interculturalidad (AI – 4)

Fuentes e información científica en comunicación (AI – 5)

MÓDULO II: TENDENCIAS DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

OBLIGATORIAS:

Investigación en Comunicación Audiovisual (AII-6)

Investigación en Estructura de la Información Periodística (AII-10)

OPTATIVAS:

Historiografía de la Comunicación y el Periodismo (AII-7)

Comunicación publicitaria: teorías, análisis y nuevas tendencias (AII-8)

Estrategias de la Comunicación (AII-9)

MÓDULO III: PRACTICUM

MÓDULO IV: TEORÍA DE LA CULTURA Y EL ESPECTÁCULO

OPTATIVAS:

Literatura, música y comunicación (AIV-11)

Arte, ciencia y tecnología de la comunicación (AIV-12)

Estética de la comunicación (AIV-13)

MÓDULO V: TRABAJO FIN DE MÁSTER

COMPETENCIAS GENERALES	MÓDULO I					MÓDULO II					MÓDULO III	MÓDULO IV			MÓDULO V
	AI-1	AI-2	AI-3	AI-4	AI-5	AII-6	AII-7	AII-8	AII-9	AII-10	PRACTICUM	AIV-11	AIV-12	AIV-13	TRABAJO FIN DE MÁSTER
G01: Que los estudiantes desarrollen la capacidad de comprender la complejidad inherente a los procesos comunicativos en las sociedades actuales, de manera que identifiquen la necesidad de desarrollar estrategias para la investigación aplicada en comunicación igualmente complejas.	X	X	X	X		X	X	X	X	X		X	X	X	X
G02: Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y formular juicios a partir de una información limitada e incompleta, desarrollando capacidades para la síntesis, la comprensión en grado de complejidad y la autoformación.	X	X	X	X		X	X	X	X	X		X	X	X	X
G03: 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 (multidisciplinares) relacionados con el área de estudio de la investigación en comunicación.	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
G04: Que los estudiantes reconozcan la existencia de diferentes paradigmas científicos en la investigación aplicada en comunicación, y sepan evaluar la impronta relativa de cada uno de ellos en la definición de los objetivos de las actuales agendas de investigación de administraciones, empresas, etc.	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
G05: Que los estudiantes consigan detectar carencias de la investigación acumulada en el campo de la comunicación, mediante la aplicación e integración de los conocimientos adquiridos así como de las habilidades desarrolladas para avanzar y engrosar los estudios existentes en la materia.	X	X													X
G06: Que los estudiantes conozcan fuentes y recursos para la investigación teórica y aplicada en comunicación, y sean asimismo capaces de generar, a partir de las aplicaciones tecnológicas específicas del campo, nuevos recursos documentales que promuevan más investigación en el futuro.	X				X						X				X
G07: Que los estudiantes se reconozcan como destinatarios de una serie extensa de recursos tecnológicos, económicos, documentales, etc. dedicados a la investigación de excelencia, y se genere en ellos el estímulo para abordar investigaciones complejas y de calidad que rentabilicen esos recursos en beneficio de la sociedad.	X				X						X				X
G08: Que los estudiantes sean capaces de proceder a la integración de conocimientos de diversos ámbitos académicos, de manera que se desarrolle en ellos una comprensión en clave interdisciplinar de los fenómenos complejos abordados por la investigación en comunicación.	X	X	X	X		X	X	X	X	X		X	X	X	X

	MÓDULO I					MÓDULO II					MÓDULO III	MÓDULO IV			MÓDULO V
COMPETENCIAS GENERALES	AI-1	AI-2	AI-3	AI-4	AI-5	AII-6	AII-7	AII-8	AII-9	AII-10	PRACTICUM	AIV-11	AIV-12	AIV-13	TRABAJO FIN DE MÁSTER
G09: Que los estudiantes reconozcan la existencia de una comunidad internacional de investigadores en comunicación, conozcan las más importantes tradiciones académicas de la investigación en comunicación en el mundo y se desarrolle en ellos el interés por participar de las motivaciones, valores y objetivos de estos ámbitos.	X										X				X
G10: Que los estudiantes sean capaces de identificar e inferir criterios y valores explícitos o implícitos en las nociones teóricas o prácticas aprendidas, de manera que se suscite en ellos la reflexión sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.		X	X	X							X				X
G11: Que los estudiantes se reconozcan como depositarios de una serie de conocimientos, capacidades, criterios de valoración, destrezas tecnológicas, etc. transmitidos en el ámbito académico y comprendan la necesidad de hacer partícipes de ese acervo a la sociedad en general, y en particular a los sectores menos protegidos de la misma (minorías, excluidos sociales, etc.) mediante la divulgación apropiada de los resultados de la investigación.	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
G12: Que los estudiantes sean capaces de aplicar el acervo de conocimientos, recursos, destrezas, criterios de valoración, etc. adquiridos a la proyección y resolución de investigación aplicada relevante y útil para la sociedad, particularmente en beneficio de los sectores más desprotegidos de la misma.		X	X	X							X				X
G13: Que los estudiantes se reconozcan vinculados con los valores de igualdad, tolerancia, paz y compromiso social fomentados en el Máster, y sean capaces de articular propuestas de investigación aplicada o estrategias de comunicación conducentes a la promoción de estos valores.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
G14: Que los estudiantes sepan comunicar las conclusiones de su investigación (y los conocimientos y razones últimas que las sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.	X				X										X
G15: Que los estudiantes se sientan motivados para emprender iniciativas empresariales, sociales, culturales, etc.	X		X	X				X	X	X	X				

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	MÓDULO I					MÓDULO II					MÓDULO III	MÓDULO IV			MÓDULO V
	AI-1	AI-2	AI-3	AI-4	AI-5	AII-6	AII-7	AII-8	AII-9	AII-10	PRACTICUM	AIV-11	AIV-12	AIV-13	TRABAJO FIN DE MÁSTER
E01: Que el estudiante conozca en profundidad las diversas metodologías de investigación, tanto cualitativas como cuantitativas, empleadas en la investigación de la comunicación y la cultura de masas.	X														X
E02: Que el estudiante sea capaz de justificar, planificar y estructurar metodológicamente una investigación científica aplicada a problemas presentes, pasados o futuros de la comunicación social.	X										X				X
E03: Que el estudiante sea capaz de comprender la estructura de las relaciones funcionales y dialécticas entre el subsistema info-comunicativo y el sistema social.		X													
E04: Que el estudiante sea capaz de analizar las diferenciaciones y diversidad cultural en etapas y modos comunicativos de la construcción social del "yo".		X													
E05: Que el estudiante conozca las principales teorías y elementos mediadores de la comunicación y la política en procesos democráticos.			X												
E06: Que el estudiante sea capaz de introducir elementos conceptuales y metodológicos de análisis de la			X												

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	MÓDULO I					MÓDULO II					MÓDULO III	MÓDULO IV			MÓDULO V
	AI-1	AI-2	AI-3	AI-4	AI-5	AII-6	AII-7	AII-8	AII-9	AII-10	PRACTICUM	AIV-11	AIV-12	AIV-13	TRABAJO FIN DE MÁSTER
mediación social en procesos de cambio político.															
E07: Que el estudiante sea capaz de proponer estrategias para la autodeterminación, emancipación y participación etnocultural en las democracias complejas.			X	X							X				X
E08: Que el estudiante sea capaz de plantear y desarrollar prácticas comunicativas que impliquen una mediación cultural y que pueda reconocer críticamente aquéllas que son contrarias al pluralismo y a los derechos etno-culturales.				X							X				X
E09: Que el estudiante conozca las políticas de evaluación de la calidad de la investigación que se aplican en el ámbito andaluz, español e internacional y conozca los criterios de valoración de las mismas.	X				X										X
E10: Que el estudiante conozca los principales recursos documentales (impresos, audiovisuales, digitales, en línea, etc.) aplicables a la investigación en comunicación y desarrolle una serie concreta de actividades prácticas que lo conduzcan al manejo ágil de éstos.					X										X
E11: Que el estudiante conozca las metodologías clásicas de análisis del discurso audiovisual y las nuevas						X									

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	MÓDULO I					MÓDULO II					MÓDULO III	MÓDULO IV			MÓDULO V
	AI-1	AI-2	AI-3	AI-4	AI-5	AII-6	AII-7	AII-8	AII-9	AII-10	PRACTICUM	AIV-11	AIV-12	AIV-13	TRABAJO FIN DE MÁSTER
propuestas metodológicas desarrolladas a partir de la fragmentación y triangulación de las anteriores.															
E12: Que el estudiante sea capaz de reconocer arquetipos iconológicos en el discurso audiovisual.						X		X				X			
E13: Que el estudiante conozca las principales tendencias de la Historiografía aplicadas en el pasado y en el presente a la Historia de la Comunicación.							X								
E14: Que el estudiante sea capaz de comprender los problemas epistemológicos asociados a la investigación en Historia de la Comunicación y el Periodismo, y evaluar la pertinencia y relevancia social de las soluciones propuestas a lo largo de las últimas décadas.							X								
E15: Que el estudiante sea capaz de comprender y emplear metodologías complejas para el análisis y la evaluación de los discursos publicitarios y propagandísticos.								X							
E16: Que el estudiante sea capaz de comprender los discursos publicitarios y propagandísticos en tanto que inscritos en un determinado contexto estructural - social y económico - y desarrolle por tanto la capacidad de reflexionar								X							

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	MÓDULO I					MÓDULO II					MÓDULO III	MÓDULO IV			MÓDULO V
	AI-1	AI-2	AI-3	AI-4	AI-5	AII-6	AII-7	AII-8	AII-9	AII-10	PRACTICUM	AIV-11	AIV-12	AIV-13	TRABAJO FIN DE MÁSTER
críticamente acerca de su relevancia para el progreso de las sociedades.															
E17: Que el estudiante conozca los principios del pensamiento estratégico (de Sun Tzu a Prahalad) y su aplicación al ámbito de la investigación en Comunicación.									X						
E18: Que el estudiante sea capaz de aplicar principios estratégicos a la planificación de la Comunicación.									X		X				X
E19: Que el estudiante sea capaz de comprender las corrientes complejas del pensamiento y de aplicar por tanto al análisis de la comunicación un enfoque estructural.	X									X					
E20: Que el estudiante sea capaz de enjuiciar críticamente la denominada <i>cultura mosaico o de vasos comunicantes</i> .	X									X					
E21: Que el estudiante perciba la cultura, particularmente en sus expresiones literarias y musicales, como una red de procesos comunicativos en los que se fijan las representaciones simbólicas que dan sentido a la realidad.												X		X	
E22: Que el estudiante conozca las herramientas conceptuales y metodológicas más importantes para el análisis y la interpretación de los discursos artísticos considerados en									X				X		

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	MÓDULO I					MÓDULO II					MÓDULO III	MÓDULO IV			MÓDULO V
	AI-1	AI-2	AI-3	AI-4	AI-5	AII-6	AII-7	AII-8	AII-9	AII-10	PRACTICUM	AIV-11	AIV-12	AIV-13	TRABAJO FIN DE MÁSTER
tanto que procesos de comunicación.															
E23: Que el estudiante conozca los principios más habituales de la divulgación artística y científica a través de los medios de comunicación social, y sea capaz de analizar críticamente su pertinencia para el progreso de las sociedades.													X		
E24: Que el estudiante conozca los procesos de creación artística y reproducción de los medios de comunicación a través de su tecnología.													X		
E25: Que el alumno sea capaz de evaluar la situación del arte contemporáneo en relación con los públicos y la tarea de mediación de los medios de comunicación en este punto.														X	
E26: Que el alumno sea capaz de contribuir, a partir de su conocimiento en materia artística, a la elaboración de un estado de opinión crítico, en el marco de las sociedades contemporáneas.			X								X			X	
E27: Que el estudiante sea capaz de presentar con corrección académica las conclusiones de su investigación en el Trabajo Fin de Máster, a través del soporte escrito, audiovisual o cualquier otro considerado pertinente.					X										X
E28: Que el estudiante sea capaz de															X

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	MÓDULO I					MÓDULO II					MÓDULO III	MÓDULO IV			MÓDULO V
	AI-1	AI-2	AI-3	AI-4	AI-5	AII-6	AII-7	AII-8	AII-9	AII-10	PRACTICUM	AIV-11	AIV-12	AIV-13	TRABAJO FIN DE MÁSTER
defender correctamente el Trabajo Fin de Máster a través de una exposición oral, y que pueda debatir con los académicos que participen en el acto de defensa a partir de argumentos correctos, profundos y correctamente expuestos.															
E29: Que el alumno sea capaz de obtener de las experiencias profesionales desarrolladas a través del Practicum complementos útiles para su formación como investigador o asesor en materias de comunicación.											X				

EXPLICACIÓN DE LAS TABLAS:

Las tablas muestran la relación entre las competencias generales y específicas y los módulos y asignaturas, indicando mediante una X las competencias a las que se pretende atender en cada una de las asignaturas, identificadas según una doble adscripción a módulo, por un lado, y a su condición de obligatorias u optativas, por otro.

Todas las asignaturas de este Máster, además del Practicum y el Trabajo Fin de Máster, se relacionan con la competencia G13, “Que los estudiantes se reconozcan vinculados con los valores de igualdad, tolerancia, paz y compromiso social fomentados en el Máster, y sean capaces de articular propuestas de investigación aplicada o estrategias de comunicación conducentes a la promoción de estos valores”.

El Módulo I se relaciona en mayor medida que los demás con las competencias generales, ya que en este módulo se pretende hacer partícipe al alumno de las nociones más generales en torno a la investigación en comunicación, a la par que se desarrollan en él estrategias cognitivas y recursos para la comprensión, el análisis, la evaluación, etc. de los fenómenos complejos de la comunicación en las sociedades contemporáneas.

Todas las competencias generales serán por tanto trabajadas en este Módulo, particularmente por las dos asignaturas obligatorias del mismo. Las asignaturas optativas de este Módulo se dirigen específicamente a incidir en la formación de algunas de las competencias generales.

Los módulos II y IV, en los que se contienen el resto de las asignaturas del Máster, desarrollarán de forma compartida algunas de las competencias generales: además de la G13 a la que ya hemos aludido, las G01, G02, G03, G04 y la G08 (referidas a la formación en el ámbito del pensamiento complejo, aplicado a los problemas de la investigación aplicada a la comunicación) y la G11, en la que se destacan de nuevo valores como la relevancia y el compromiso social.

El Practicum se ve comprometido con la mayoría de las competencias generales, en tanto que será a través de su experiencia práctica en empresas, organismos, instituciones, etc. como el alumno podrá evaluar la pertinencia de los conocimientos y valores aprendidos en relación con las necesidades de éstas, por un lado, y de la sociedad en general, por otro.

De manera similar, catorce de las quince competencias generales del Máster aparecen referidas al Trabajo Fin de Máster, en el que el alumno podrá someter a ejercicio y evaluar el nivel adquirido en estas competencias tras la realización de las diferentes asignaturas, y extender en lo posible ese nivel mediante la realización de este último módulo.

Según se aprecia, muchas de las competencias generales del Máster son compartidas por los módulos y asignaturas del mismo; no ocurre lo mismo con las competencias específicas, que se relacionan de manera muy concreta y en número corto con las diferentes asignaturas (un promedio de dos competencias específicas por cada asignatura). De esta forma, y a pesar de que pueda objetarse que los fenómenos comunicativos son fenómenos complejos que requieren inevitablemente de la aproximación interdisciplinar, se ha procurado que los docentes responsables de cada una de las asignaturas puedan poner énfasis en la adquisición por parte de los estudiantes de unas competencias bien delimitadas y asumibles en el periodo de tiempo previsto para el aprendizaje. De esta forma se favorece también la evaluación final de las asignaturas.

Acceso y admisión

Acceso y Admisión

Sistemas de información previa:

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

En el procedimiento P10 del Sistema de Garantía de Calidad del Título (apartado 9) se establece el mecanismo que se debe seguir en la Universidad de Sevilla para publicar la información sobre el plan de estudios, su desarrollo y sus resultados. La aplicación de dicho procedimiento garantiza, entre otras cuestiones relacionadas con la difusión del título, la existencia de un sistema accesible de información previa a la matriculación.

Los sistemas de información previstos se canalizan a través de dos procedimientos fundamentales: la información que con carácter general ofrece la Universidad de Sevilla, Vicerrectorado de Posgrado y Doctorado; y la información que ofrecerá el Máster a través de su propia web y cartelería específicamente diseñada al efecto, además de enlaces ofrecidos en las webs de la Facultad de Comunicación, de los departamentos implicados y portales universitarios de utilización mayoritaria por parte de los alumnos.

A los estudiantes de nuevo ingreso se les recibirá en una sesión informativa con posterioridad a la publicación de la lista de preinscripción, de forma que cuenten con la información más precisa posible antes de ratificar su decisión de cursar el Máster. Una vez publicada la lista de inscritos definitivos, y antes del comienzo de las clases, se organizará una nueva sesión informativa y de acogida.

Criterios:

Criterios de acceso y condiciones o pruebas de acceso especiales.

No existen condiciones o pruebas de acceso especiales.

El sistema de acceso y admisión en el Máster Universitario se rige por los artículos 16 y 17 del RD 1393/07, con las siguientes aclaraciones:

Acceso a las enseñanzas oficiales de Máster.

Para acceder a las enseñanzas oficiales de este Máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de máster.

Asimismo, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de Máster.

Admisión a las enseñanzas oficiales de Máster.

Los estudiantes podrán ser admitidos en este Máster conforme a los requisitos específicos y criterios de valoración de méritos que serán establecidos cada curso por la Comisión Académica del Máster Universitario.

Estos sistemas y procedimientos deberán incluir, en el caso de estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad, los servicios de apoyo y asesoramiento adecuados, que evaluarán la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos.

La admisión no implicará, en ningún caso, modificación alguna de los efectos académicos y, en su caso, profesionales que correspondan al título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar enseñanzas de Máster.

La Universidad de Sevilla participa en el procedimiento de ingreso en Másteres Oficiales que cada curso acuerda la Comisión de Distrito Único Andaluz.

Este máster va dirigido a licenciados que aspiren a recibir una formación crítica y compleja en el terreno de la Comunicación Social en tanto que proceso cultural. Más concretamente, a aquellos que deseen profundizar en la dimensión epistemológica de la comunicación, en los aspectos reflexivos y críticos de los procesos sociales de comunicación masiva, así como aquellos que deseen acceder a una titulación de Doctorado en alguno de los campos concernidos por las líneas de investigación de estos estudios. Para ello es recomendable que posean una formación sólida en materias humanísticas y sociales, cualesquiera que sean sus estudios de procedencia.

Dado que es muy posible que el número de solicitantes supere el número de plazas ofertadas, será preciso establecer unos criterios de admisión a fin de dar preferencia a los candidatos mejor preparados, lo cual mejorará la homogeneidad y especialización del grupo, elevando el nivel académico del máster.

Para valorar la adecuación de los alumnos candidatos se reunirá la Comisión Académica del Máster que abajo se presenta, a fin de baremar la documentación aportada por cada alumno. Los criterios aplicados en esta baremación serán los de la afinidad de los estudios previos a la formación especializada que ofrece el máster, así como su calidad.

La preferencia (alta, media, baja) con respecto al título previo del alumno solicitante se expresa en la siguiente tabla:

	DENOMINACIÓN	PREFER.
410	Ldo. Periodismo	ALTA
290	Ldo. Comunicación Audiovisual	ALTA
420	Ldo. Publicidad y Relaciones Públicas	ALTA
015	Dip. Biblioteconomía y Documentación	ALTA
915	Ldo. Antropología Social y Cultural	ALTA
285	Ldo. Ciencias Políticas y de la Administración	ALTA
927	Ldo. Documentación	ALTA
355	Ldo. Filosofía	ALTA
375	Ldo. Historia	ALTA
380	Ldo. Historia del Arte	ALTA
990	Ldo. Historia y Ciencias de la Música	ALTA
385	Ldo. Humanidades	ALTA
415	Ldo. Psicología	ALTA
427	Ldo. Sociología	ALTA
985	Ldo. Teoría de la Literatura y Literatura Comparada	ALTA
430	Ldo. Traducción e Interpretación	ALTA
015	Dip. Educación Social	MEDIA
040	Dip. Gestión y Administración Pública	MEDIA
050	Dip. Logopedia	MEDIA
080	Dip. Relaciones Laborales	MEDIA
082	Dip. Terapia Ocupacional	MEDIA
085	Dip. Trabajo Social	MEDIA
087	Dip. Turismo	MEDIA
260	Ldo. Bellas Artes	MEDIA
926	Ldo. Criminología	MEDIA
295	Ldo. Derecho	MEDIA
300	Ldo. Economía	MEDIA
312	Ldo. Filología Alemana	MEDIA
315	Ldo. Filología Árabe	MEDIA
317	Ldo. Filología Catalana	MEDIA
320	Ldo. Filología Clásica	MEDIA
325	Ldo. Filología Eslava	MEDIA
330	Ldo. Filología Francesa	MEDIA
312	Ldo. Filología Gallega	MEDIA
335	Ldo. Filología Hebrea	MEDIA
340	Ldo. Filología Hispánica	MEDIA
345	Ldo. Filología Inglesa	MEDIA
347	Ldo. Filología Italiana	MEDIA
349	Ldo. Filología Portuguesa	MEDIA
350	Ldo. Filología Románica	MEDIA
352	Ldo. Filología Vasca	MEDIA
365	Ldo. Geografía	MEDIA
950	Ldo. Lingüística	MEDIA
405	Ldo. Pedagogía	MEDIA

	DENOMINACIÓN	PREFER.
940	Ldo. Psicopedagogía	MEDIA
440	Maestro: Audición y Lenguaje	MEDIA
445	Maestro: Educación Especial	MEDIA
450	Maestro: Educación Física	MEDIA
455	Maestro: Educación Infantil	MEDIA
460	Maestro: Educación Musical	MEDIA
465	Maestro: Educación Primaria	MEDIA
470	Maestro: Lengua Extranjera	MEDIA
	RESTO DE LAS TITULACIONES UNIVERSITARIAS	BAJA

Dentro de cada nivel de preferencia se empleará como criterio de discriminación la calificación media obtenida a lo largo de los estudios universitarios.

Sistemas:

Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados.

Los profesores estarán a disposición del alumnado en sus despachos en horario oficial de tutoría publicado a través de los medios habituales de difusión de información académica por parte de los departamentos y de la organización del Máster (especialmente en su página web). Las dudas y dificultades de los alumnos igualmente serán atendidas por correo electrónico. Para la resolución de dudas y problemas directamente relacionados con una asignatura determinada el alumno será atendido por el profesor o los profesores responsables de su impartición, mientras que para cuestiones de organización podrán dirigirse al coordinador académico o al secretario.

El profesorado en general y la coordinación académica en particular estarán en constante contacto con los alumnos, a los que se animará desde el comienzo a presentar con absoluta libertad cualquier sugerencia o propuesta encaminada a un mejor funcionamiento del máster. En el caso de las reclamaciones, si el problema no puede ser resuelto a través del diálogo entre el alumno y el profesor o el alumno y la dirección, el alumnado dispondrá de la posibilidad de manifestar su queja formalmente en un escrito dirigido al coordinador académico, que procurará solucionar el asunto con los medios de que disponga, o, en caso de necesidad, reunirá a la ya mencionada Comisión de Garantía del Título del Máster, que deliberará sobre el problema y ofrecerá una solución al alumno reclamante.

Sistemas de información generados por la Asesoría Psicológica (Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria)

La Asesoría Psicológica y Social, además de atención individualizada para todos los miembros de la Universidad, desarrolla las siguientes actividades:

Rendimiento Académico: Actividad formativa dirigida a proporcionar a los alumnos las herramientas necesarias para el correcto afrontamiento de contenidos que, por su propia naturaleza compleja, requiere distintas estrategias de abordaje. Esta acción formativa se lleva a

cabo en dos momentos distintos del curso escolar: en primera instancia se organiza para los alumnos de nuevo ingreso de los 25 centros propios de la Universidad durante el mes de septiembre, antes del comienzo del curso. En este momento el denominado “*Curso para la mejora del Rendimiento Académico en la Universidad*”, se erige como actividad de libre configuración y reconoce, por tanto, a sus participantes créditos de formación, con la peculiaridad de que los docentes de dicho curso se forman realizando el curso específico de libre de configuración con una carga de 60 horas titulado “*Las técnicas de trabajo intelectual en la universidad. El desarrollo de un programa de intervención para la mejora del rendimiento académico de alumnos de nuevo ingreso*”.

En segunda instancia, y con el objetivo de abarcar al mayor número posible de beneficiarios – especialmente los que se incorporan más tarde y no asistieron entonces- , a lo largo del curso se organizan seminarios en los centros donde se haya conformado demanda suficiente.

Asesoramiento Vocacional: Dirigido a preuniversitarios, universitarios y egresados, se ofrece a los usuarios *información* sistematizada, actualizada y exhaustiva acerca de las posibilidades de educación superior en titulaciones pertenecientes a universidades públicas y privadas, así como las referidas a los Grados Medio y Superior de Formación Profesional, másteres oficiales, estudios de postgrado y Títulos Propios de las universidades; todo ello tanto en el ámbito de nuestro territorio nacional como en el extranjero, conjugando variables prácticas tales como las compatibilidades u opciones preferentes en función de la opción LOGSE elegida en Bachillerato, además de lo referido a becas, cursos, seminarios, premios y prácticas. Dicha información se concreta aportando datos acerca de las asignaturas que componen cada ciclo, grado de dificultad de las mismas y salidas profesionales potenciales. Nos basamos para ello en su software específico que incluye valoraciones de estudiantes, profesores y profesionales relacionados con cada titulación.

Actividad Formativa (actualmente Libre configuración, pasará a incluirse como actividad en el suplemento al título): Dotada de 60 horas, esta asesoría ofrece la actividad “*Las técnicas de trabajo intelectual. El desarrollo de un programa de intervención para la mejora del rendimiento académico de alumnos de nuevo ingreso (código 7770898)*”.

Medios/vías de difusión de los sistemas de información generados por la Asesoría Psicológica (Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria)

Las actividades que emanan de la Asesoría Psicológica y Social del Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria y que tienen carácter esencialmente formativo se publicitan suficientemente a través de dípticos y cartelería repartidos por todos los centros de la Universidad, con especial incidencia en aquellos momentos del año previos a la inscripción de cada una de ellas y, muy particularmente en los períodos de preinscripción y/o matrícula como alumnos de esta institución. No obstante, la vía preferente de difusión y comunicación la constituye –cómo no- la plataforma virtual de la Universidad de Sevilla (especialmente las referidas a las actividades de libre configuración) y, específicamente, la página web del SACU, donde este servicio pone el máximo empeño en ofrecer información total y actualizada.

Organización de cursos de tutela de estudiantes, cursos de iniciación y cursos de orientación.

Desde el Servicio de Ordenación Académica y en coordinación con el Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria y los Centros se organizan actividades que tienen como objeto impartir enseñanzas básicas como refuerzo para los estudiantes de algunas titulaciones, coordinación de

alumnos tutores, o realizar actividades de presentación de los estudios y de la vida universitaria. Actualmente estas actividades se organizan con el formato de actividades de libre configuración específicas de los centros, en el futuro pasarán a ser actividades contempladas en el suplemento al título.

En la actualidad hay programados cursos de orientación en los siguientes centros: Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Escuela Universitaria de Arquitectura Técnica, Escuela Universitaria de Estudios Empresariales, Escuela Universitaria Politécnica, Facultad de Ciencias de la Educación, Facultad de Ciencias del Trabajo, Facultad de Derecho, Facultad de Farmacia, Facultad de Filosofía, Facultad de Geografía e Historia, Facultad de Matemáticas, Facultad de Odontología, Facultad de Psicología, Facultad de Química

En la actualidad hay programas de alumnos tutores en estos centros: Escuela Técnica Superior de Ingeniería (alumnos tutores de alumnos propios y alumnos tutores de alumnos visitantes), Facultad de Farmacia,

En la actualidad hay cursos de formación básica específica en los centros: Escuela Universitaria de Arquitectura Técnica, Escuela Universitaria Politécnica, Facultad de Física, Facultad de Matemáticas, Facultad de Química.

Créditos:

Transferencia y reconocimiento de créditos: sistema propuesto por la universidad.

NORMAS BÁSICAS SOBRE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS EN LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA

INTRODUCCIÓN

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales indica que, con objeto de hacer efectiva la movilidad de estudiantes, tanto dentro del territorio nacional como fuera de él, las universidades elaborarán y harán pública su normativa sobre el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos, con sujeción a los criterios generales establecidos en el mismo.

Las propuestas de nuevas titulaciones y la elaboración de los nuevos planes de estudios hace necesaria la aprobación de la mencionada normativa a efectos de su inclusión en las memorias de verificación de títulos que debe acompañarlas.

Por lo tanto, la Universidad de Sevilla, para dar cumplimiento al mencionado precepto, establece las presentes normas básicas, que serán de aplicación a los estudios universitarios oficiales de Grado y Máster.

CAPITULO I: RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Artículo 1. Definición

Se entiende por reconocimiento la aceptación por la Universidad de Sevilla de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en ésta u otra universidad, son computados en otras distintas a efectos de la obtención de un título oficial.

Artículo 2. Reglas básicas para el reconocimiento de créditos en las enseñanzas oficiales de Grado

2.1 Entre planes de estudio conducentes a distintos títulos oficiales

2.1.1 Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento la totalidad de los créditos correspondientes a las materias de formación básica de dicha rama.

2.1.2 Serán también objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas otras materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento del título al que se pretende acceder.

2.1.3 El resto de los créditos podrán ser reconocidos por la universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o bien teniendo en cuenta su carácter transversal.

2.2 Entre planes de estudio conducentes al mismo título oficial

2.2.1 En el ámbito del Sistema Universitario Público Andaluz serán objeto de reconocimiento automático los módulos o materias comunes definidas para cada título de Grado. En caso de no haberse superado íntegramente un determinado módulo, el reconocimiento se llevará a cabo por materias o asignaturas en función de las competencias y conocimientos asociados a las mismas.

2.2.2 En el caso de títulos oficiales de Grado que habiliten para el ejercicio de profesiones reguladas, para los que el Gobierno haya establecido las condiciones a las que han de adecuarse los planes de estudios, se reconocerán los créditos de los módulos definidos en la correspondiente norma reguladora. En caso de no haberse superado íntegramente un determinado módulo, el reconocimiento se llevará a cabo por materias o asignaturas en función de las competencias y conocimientos asociados a las mismas.

2.2.3 El resto de los créditos podrán ser reconocidos por la Universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o bien teniendo en cuenta su carácter transversal.

Artículo 3. Reglas básicas para el reconocimiento de créditos en enseñanzas de Grado a partir de estudios previos en las anteriores enseñanzas universitarias

3.1 Los estudiantes que hayan comenzado estudios conforme a anteriores ordenaciones universitarias podrán acceder a las enseñanzas de Grado previa admisión por la Universidad de Sevilla conforme a su normativa reguladora y lo previsto en el Real Decreto 1393/2007.

3.2 Títulos de Grado que sustituyen a títulos de las anteriores enseñanzas.

3.2.1 En caso de extinción de una titulación diseñada conforme a sistemas universitarios anteriores por implantación de un nuevo título de Grado, la adaptación del estudiante al plan de

estudios de éste último implicará el reconocimiento de créditos superados en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios de la titulación de Grado.

3.2.2 Cuando tales competencias y conocimientos no estén explicitados o no puedan deducirse se tomarán como referencia el número de créditos y/o los contenidos de las materias o asignaturas cursadas.

3.2.3 Igualmente se procederá al reconocimiento de las materias cursadas que tengan carácter transversal.

3.2.4 A estos efectos, los planes de estudios conducentes a los nuevos títulos de Grado contendrán un cuadro de equivalencias en el que se relacionarán las materias o asignaturas del plan o planes de estudios en extinción con sus equivalentes en el plan de estudios de la titulación de Grado, en función de los conocimientos y competencias que deben alcanzarse en éste último.

3.2.5 En los procesos de adaptación de estudiantes de los actuales planes de estudio a los nuevos planes de los títulos de Grado deberá garantizarse que la situación académica de aquellos no resulte perjudicada.

3.3 Reconocimiento de créditos entre estudios diferentes.

3.3.1 En el caso de estudios parciales previos realizados en la Universidad de Sevilla o en otra Universidad española o extranjera, sin equivalencia en los nuevos títulos de Grado, se podrán reconocer los créditos de las materias o asignaturas cursadas en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias superadas y las previstas en el plan de estudios de destino.

3.4 Quienes estando en posesión de un título oficial de Licenciado, Arquitecto, Ingeniero, Diplomado, Arquitecto Técnico o Ingeniero Técnico, accedan a las enseñanzas conducentes a la obtención de un título de Grado obtendrán el reconocimiento de créditos que proceda en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias cursadas y los previstos en el plan de estudios de la titulación de Grado, o por su carácter transversal.

Artículo 4. Reglas básicas para el reconocimiento de créditos en las enseñanzas oficiales de Máster

4.1 Quienes estando en posesión de un título oficial de Licenciado, Arquitecto o Ingeniero, accedan a las enseñanzas conducentes a la obtención de un título oficial de Máster podrán obtener reconocimiento de créditos por materias previamente cursadas, en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias superadas y los previstos en el plan de estudios de las enseñanzas de Máster.

4.2 Igualmente, entre enseñanzas oficiales de Máster, sean de Programas Oficiales de Postgrado desarrollados al amparo del Real Decreto 56/2005 o de títulos de Máster desarrollados al amparo del Real Decreto 1393/2007, serán objeto de reconocimiento las materias cursadas en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las enseñanzas superadas y los previstos en el plan de estudios del título de Máster que se curse en el momento de la solicitud.

4.3 En el caso de títulos oficiales de Máster que habiliten para el ejercicio de profesiones reguladas, para los que el Gobierno haya establecido las condiciones a las que han de adecuarse los planes de estudios, se reconocerán los créditos de los módulos definidos en la correspondiente norma reguladora. En caso de no haberse superado íntegramente un determinado módulo, el reconocimiento se llevará a cabo por materias o asignaturas en función de las competencias y conocimientos asociados a las mismas.

4.4 Se podrá obtener reconocimiento de créditos en estudios oficiales de Máster a partir de estudios previos cursados en títulos propios de la Universidad de Sevilla, en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias superadas y los previstos en el plan de estudios de las enseñanzas de Máster.

Artículo 5. Reconocimiento de créditos por actividades universitarias

La Universidad de Sevilla reconocerá, de acuerdo con los criterios que establezca al efecto, hasta 6 créditos por la participación de los estudiantes de titulaciones de Grado en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación. El número de créditos reconocido por estas actividades se minorará del número de créditos optativos exigidos por el correspondiente plan de estudios.

Artículo 6. Reconocimiento de créditos por actividades profesionales y estudios no universitarios

En virtud de lo dispuesto en el artículo 36 de la Ley Orgánica de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, y de acuerdo con los criterios y directrices que fije el Gobierno, la Universidad de Sevilla podrá reconocer validez académica a la experiencia laboral o profesional, a las enseñanzas artísticas superiores, a la formación profesional de grado superior, a las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño de grado superior y a las enseñanzas deportivas de grado superior.

Artículo 7. Reconocimiento de créditos en programas de movilidad

7.1 Los estudiantes que participen en programas de movilidad nacionales o internacionales suscritos por la Universidad de Sevilla, cursando un periodo de estudios en otras Universidades o Instituciones de Educación Superior obtendrán el reconocimiento que se derive del acuerdo académico establecido antes de su partida.

7.2 El periodo de estudios realizado en el marco de un programa oficial de movilidad deberá obtener un reconocimiento académico completo en la Universidad de Sevilla, debiendo reemplazar a un periodo comparable en ésta con los efectos previstos en el Artículo 8 de las presentes normas.

7.3 Antes de la partida de todo estudiante que participe en un programa de movilidad, el Centro en el que se encuentre matriculado deberá facilitarle:

Adecuada y suficiente información actualizada sobre los programas de estudios a cursar en la Institución de destino.

Un acuerdo de estudios que contenga las materias a matricular en el centro independientemente de su naturaleza o tipo y las que vaya a cursar en el Centro de destino.

Las equivalencias entre ambas se establecerán en función de las competencias asociadas a las mismas, sin que sea exigible la identidad de contenidos entre ellas.

7.4 El acuerdo de estudios deberá ser firmado por el Decano o Director del Centro o por el cargo académico que tenga atribuida la competencia y por el estudiante, y tendrá el carácter de contrato vinculante para las partes firmantes. El acuerdo de estudios sólo podrá ser modificado en los términos y plazos fijados en la correspondiente convocatoria de movilidad.

7.5 De los acuerdos de estudios que se establezcan se enviará copia a los Servicios Centrales del Rectorado que corresponda.

7.6 Con carácter general lo dispuesto en estas normas será de aplicación a la movilidad para dobles titulaciones sin perjuicio de las previsiones contenidas en los convenios respectivos.

7.7 Resultarán igualmente de aplicación las normas que eventualmente se aprueben por los órganos nacionales o internacionales competentes para cada programa específico de movilidad.

Artículo 8. Efectos del reconocimiento de créditos

8.1 En el proceso de reconocimiento quedarán reflejadas de forma explícita aquellas materias o asignaturas que no deberán ser cursadas por el estudiante. Se entenderá en este caso que dichas materias o asignaturas ya han sido convalidadas y no serán susceptibles de nueva evaluación.

8.2 La calificación de las materias o asignaturas superadas como consecuencia de un proceso de reconocimiento será equivalente a la calificación de las materias o asignaturas que han dado origen a éste. En caso necesario, se realizará la media ponderada cuando varias materias o asignaturas conlleven el reconocimiento de una sola en la titulación de destino.

8.3 Cuando las materias o asignaturas de origen no tengan calificación, los créditos reconocidos figurarán con la calificación de apto y no se computarán a efectos del cálculo de la nota media del expediente.

Artículo 9. Tablas de equivalencias

9.1 En los supuestos en que puedan reconocerse automáticamente créditos obtenidos en otras titulaciones de Grado de la misma o distintas ramas de conocimiento, o en titulaciones oficiales de Máster, los Centros elaborarán tablas de reconocimiento de créditos que serán públicas y que permitirán a los estudiantes conocer anticipadamente las asignaturas, materias o módulos que le serán reconocidos.

9.2 Las tablas de equivalencias serán aprobadas por la Junta de Centro y de las mismas se remitirá copia al Vicerrectorado de Estudiantes.

CAPITULO II: TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

Artículo 10. Definición

La transferencia de créditos implica que, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, se incluirán la totalidad de los créditos obtenidos en

enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en ésta u otra universidad, que no hayan conducido a la finalización de sus estudios con la consiguiente obtención de un título oficial.

Artículo 11. Aplicación

Los créditos correspondientes a materias o asignaturas previamente superadas por el estudiante, en enseñanzas universitarias no concluidas y que no puedan ser objeto de reconocimiento, serán transferidos a su expediente en los estudios a los que ha accedido con la calificación de origen y se reflejarán en los documentos académicos oficiales acreditativos de los estudios seguidos por el mismo, así como en el Suplemento Europeo al Título.

CAPITULO III: PROCEDIMIENTO

Artículo 12. Solicitudes de reconocimiento

12.1 Los expedientes de reconocimiento de créditos se tramitarán a solicitud del interesado, quién deberá aportar la documentación justificativa de los créditos obtenidos y su contenido académico, indicando los módulos, materias o asignaturas que considere superados.

12.2 Las solicitudes de reconocimiento de créditos tendrán su origen en materias o asignaturas realmente cursadas y superadas, en ningún caso se referirán a materias o asignaturas previamente reconocidas, convalidadas o adaptadas.

12.3 Las solicitudes se presentarán en el Centro en el que se encuentre matriculado el estudiante, en los plazos que se habiliten al efecto, que en general coincidirán con los plazos de matrícula, y corresponderá al Decano o Director dictar resolución en primera instancia, previo informe no vinculante de los Departamentos universitarios implicados. La resolución, que en caso desestimatorio debe ser motivada académicamente, deberá dictarse en un plazo máximo de tres meses.

12.4 En los casos de reconocimiento de créditos derivado de los acuerdos de estudios en programas de movilidad, de los acuerdos del Sistema Universitario Público Andaluz y demás situaciones de reconocimiento automático previstos en los planes de estudio no se requerirá informe de los Departamentos.

12.5 En los casos previstos en el apartado anterior, corresponderá, igualmente al Decano o Director del Centro dictar resolución en primera instancia, interpretando y aplicando los acuerdos suscritos y lo previsto en las tablas de equivalencias incluidas en los planes de estudio y las que puedan establecerse al amparo del artículo 9 de esta normativa.

12.6 Contra las resoluciones del Decano o Director del Centro se podrá interponer recurso de alzada ante el Rector, en los términos que establezca el Reglamento General de Actividades Docentes.

Artículo 13. Solicitudes de transferencia de créditos

Los expedientes de transferencia de créditos se tramitarán a petición del interesado. A estos efectos, los estudiantes que se incorporen a un nuevo estudio, mediante escrito dirigido al Decano o Director del Centro y en los plazos que se establezcan para la matrícula, indicarán si han

cursado anteriormente otros estudios oficiales sin haberlos finalizado, aportando, en caso de no tratarse de estudios de la Universidad de Sevilla, la documentación justificativa que corresponda.

CAPITULO IV: ANOTACIÓN EN EL EXPEDIENTE ACADÉMICO

Artículo 14: Documentos académicos

Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursados en cualquier Universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente Título, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título, previo abono de los precios públicos que, en su caso, establezca la Comunidad Autónoma en la correspondiente norma reguladora.

DISPOSICIÓN ADICIONAL

Las normas básicas objeto de este documento podrán ser desarrolladas mediante Resolución Rectoral.

DISPOSICIÓN FINAL

La presente normativa, una vez aprobada por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Sevilla, entrará en vigor con la implantación de los nuevos planes de estudio de Grado y Máster, salvo lo dispuesto en el artículo 7 que entrará en vigor inmediatamente después de su aprobación.

En desarrollo de esta normativa el Consejo de Gobierno de la Universidad de Sevilla aprobará una norma que desarrollará el reconocimiento de las actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, contempladas en el Real Decreto 1393/2007. En todos los casos, el reconocimiento se efectuará con cargo a créditos de carácter optativo del plan de estudios.

Planificación enseñanza

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia

Formación básica:	0
Obligatorias:	22
Optativas:	30
Prácticas externas:	0
Trabajo de fin de grado:	8
Total:	60

Explicación:

Explicación general de la planificación del plan de estudios

EXPLICACIÓN GENERAL DE LA PLANIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS.

El alumno del Máster Universitario en Comunicación y Cultura deberá completar 60 créditos; 30 de ellos son materias obligatorias (incluido el Trabajo Fin de Grado) y otros 30 tendrán carácter optativo para el alumno, que podrá optar por cursar diferentes asignaturas optativas en cada módulo y/o realizar un módulo Practicum de prácticas en empresas, organismos e instituciones.

El Plan de Estudios del Máster Universitario en Comunicación y Cultura está integrado por cinco módulos, de los cuales tres son módulos de docencia, uno más se corresponde con el Practicum – de carácter optativo - y el último es el Trabajo Fin de Máster – de carácter obligatorio -.

Cada uno de los módulos de docencia agrupa a varias asignaturas. La constitución de estos módulos se ha hecho atendiendo a cuestiones derivadas, por una parte, de los contenidos de las asignaturas y, por otra, de la previsión de los procesos de aprendizaje que los alumnos deberán activar para superarlas. De esta forma, cada módulo está destinado al desarrollo de una o varias competencias generales y de varias competencias específicas que resultan compartidas por las asignaturas integradas en dicho módulo. También resultan comunes por tanto a todas las asignaturas del módulo las actividades de formación, la metodología empleada y los sistemas de evaluación.

El Módulo 1, “Epistemología, Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación” desarrolla la competencia general G02 y varias competencias específicas derivadas de ésta. Las cinco asignaturas de que consta este módulo, por tanto, tienen como objetivo inicial revisar el conocimiento previamente adquirido por el alumno en el ámbito de la Teoría y la Epistemología de la Comunicación, desde una visión eminentemente reflexiva y crítica que permita entender la deuda de estos presupuestos epistemológicos con los paradigmas científicos en que fueron concebidos. En este sentido tienen lugar diversas aproximaciones, que se proponen a su vez desde las distintas asignaturas del módulo, que presentan conceptos novedosos como los de Cambio Social o de Interculturalidad, o que recuperan la aportación que otras ciencias sociales como la Sociología o la Antropología hacen en sus presupuestos teóricos a los estudios recientes en Teoría de la Comunicación. Este módulo de formación teórica se completa con una asignatura que procura la actualización del alumno en el ámbito de los procedimientos digitales de documentación, búsqueda de información bibliográfica y otras fuentes y recursos, etc., coordinado por un profesor e impartido con la colaboración del personal de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación.

El Módulo 2, “Tendencias de la Investigación en Comunicación”, que desarrolla particularmente la competencia general G01, tiene una orientación aplicada, y ofrecerá al alumno una visión actualizada de los temas, enfoques y objetivos de mayor relevancia en las agendas de investigación nacionales e internacionales, para cada uno de los principales ámbitos científicos comprendidos en las Ciencias de la Comunicación: la Comunicación Audiovisual, la Publicidad, la Historia y la Estructura de la Comunicación, la Comunicación Institucional.

El Módulo 4, “Teoría de la Cultura y el Espectáculo”, finalmente, procurará que el alumno desarrolle la competencia general G01, mediante la adquisición de conocimientos acerca de las más recientes aportaciones teóricas y prácticas en el ámbito interdisciplinar de la Literatura, la Música, el Arte, la Ciencia, la Estética consideradas en su dimensión comunicativa.

El Módulo 3, Practicum, coordinado y tutorizado por dos profesores, procurará la posibilidad de que los alumnos participen de manera directa en la confección y desarrollo de las agendas de investigación antes mencionadas en condición de asesores o consultores, integrándose en los equipos de comunicación de grandes organismos e instituciones con vocación de servicio cultural o social como la Administración Pública, los Partidos Políticos y Sindicatos, ONGs, Bibliotecas, Filmotecas, Fundaciones, etc.

Cada uno de estos módulos de docencia está coordinado por un profesor, que velará para que la coordinación entre las diversas asignaturas sea óptima, tanto por lo que se refiere a la coherencia y secuencia de los contenidos como por que se deriva del empleo de similares actividades formativas, metodología y sistemas de evaluación.

Con independencia de estos procedimientos propios del Máster, los títulos de la Universidad de Sevilla cuentan con mecanismos de coordinación regulares a través de las Comisiones de Docencia de los Centros y Comisiones de Garantía de Calidad y las Comisiones de Seguimiento de Planes de Estudios contempladas en el artículo 28.2 del Estatuto de la Universidad, que serán las encargadas de supervisar los procesos de coordinación del título cuando no se disponga de procedimientos específicos.

Este Plan de Estudios se ha realizado teniendo en cuenta los principios de promoción de los derechos fundamentales, igualdad entre hombres y mujeres, accesibilidad para personas discapacitadas y promoción de valores de paz y cultura democrática: dado el ámbito de las Ciencias Sociales en el que se ubica este Máster y el carácter crítico y reflexivo de sus objetivos, estos principios recorren de manera transversal todos los módulos y materias del Plan de Estudios.

PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LOS MÓDULOS

Las asignaturas de que constan estos módulos se desarrollan a lo largo de los dos semestres lectivos, siguiendo un orden lógico en el que se ha procurado guiar al alumno desde los planteamientos científicos más generales en torno a la comunicación hasta los aspectos más singulares.

De esta forma, en el Primer Semestre se desarrollan cuatro asignaturas del Módulo I (Sociología y Antropología de la Comunicación; Epistemología y metodología de la Investigación en Comunicación; Mediación e Interculturalidad; Políticas de Comunicación y Cambio Social), dos asignaturas del Módulo II (Historiografía de la Comunicación y el Periodismo; Investigación en Estructura de la Información Periodística) y dos asignaturas del Módulo IV (Estética de la Comunicación; Literatura, Música y Comunicación).

En el Segundo Semestre se desarrollan las restantes asignaturas del Módulo I (Fuentes e Información Científica en Comunicación), del Módulo II (Investigación en Comunicación Audiovisual; Comunicación Publicitaria: Teorías, análisis y nuevas tendencias; Estrategias de la Comunicación) y del Módulo IV (Arte, Ciencia y Tecnología de la Comunicación). En el Segundo Semestre, también, el alumno puede optar por cursar como asignatura optativa el Practicum (Módulo III), y debe desarrollar y presentar el Trabajo de Fin de Máster (Módulo V).

Sistema de calificaciones.

El sistema de calificaciones propuesto en la titulación se ajusta a la normativa que recoge el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional en el artículo 7 (sistema de calificaciones), a la que especifica en el artículo 55 (Sistemas de Evaluación) del Estatuto de la Universidad de Sevilla y la que recoge el capítulo 4 (Evaluación de competencias, conocimientos y capacidades adquiridas por los estudiantes) del Reglamento de Actividades docentes (Aprobado en C.G. 5-02-09) por nuestra Universidad.

Según el artículo 7 del RD 1125/2003 el sistema de calificaciones es el siguiente:

1. La obtención de los créditos correspondientes a una materia comportará haber superado los exámenes o pruebas de evaluación correspondientes.
2. El nivel de aprendizaje conseguido por los estudiantes se expresará con calificaciones numéricas que se reflejarán en su expediente académico junto con el porcentaje de distribución de estas calificaciones sobre el total de alumnos que hayan cursado los estudios de la titulación en cada curso académico.
3. La media del expediente académico de cada alumno será el resultado de la aplicación de la siguiente fórmula: suma de los créditos obtenidos por el alumno multiplicados cada uno de ellos por el valor de las calificaciones que correspondan, y dividida por el número de créditos totales obtenidos por el alumno.
4. Los resultados obtenidos por el alumno en cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa: 0-4,9: Suspenso (SS). 5,0-6,9: Aprobado (AP). 7,0 -8,9: Notable (NT). 9,0 -10: Sobresaliente (SB).
5. Los créditos obtenidos por reconocimiento de créditos correspondientes a actividades formativas no integradas en el plan de estudios no serán calificados numéricamente ni computarán a efectos de cómputo de la media del expediente académico.
6. La mención de Matrícula de Honor podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

Movilidad:

Planificación y gestión de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida

PROGRAMAS DE MOVILIDAD INTERNACIONAL

PROGRAMA ERASMUS-ESTUDIO

1.- Renovación de Acuerdos de intercambio y presentación de Nuevas Actividades.

*** ALUMNOS ESPAÑOLES**

1.- Convocatoria pública de plazas

- a) Destino
- b) N° de plazas por destino
- c) N° de meses por destino
- d) Perfil del candidato:
 - a. Titulación
 - b. N° de créditos mínimos superados
 - c. Nivel de idiomas exigido

2.- Selección de titulares atendiendo a su adecuación al perfil, nota media del expediente académico + Nivel de idiomas. En caso de empate la adjudicación se hará al alumno con mayor nota media, si persistiera el empate se adjudicará al alumno con mayor número de créditos superados.

3.- Jornada Informativa y distribución de la documentación necesaria para realizar la estancia

4.- Abono de la beca en un solo pago previa presentación de:

- a) Acuerdo de estudios debidamente firmado por el Responsable de Relaciones Internacionales y el Alumno
- b) Impreso de Comunicación de fecha de partida
- c) Copia del medio de transporte a utilizar para su desplazamiento a la Universidad de destino.
- d) Firma del Acuerdo Financiero

5.- Justificación de la estancia

6.- Reconocimiento íntegro de los estudios contenidos en el Acuerdo de Estudios

*** ALUMNOS EXTRANJEROS**

1.- Preinscripción on-line

- 2.- Envío de acreditación como alumno Erasmus por parte de la Universidad de Origen
- 3.- Jornada de bienvenida
- 4.- Inscripción y presentación de documentos
- 5.- Apertura de cabeceras para la matriculación
- 6.- Acreditación de la partida del estudiante
- 7.- Expedición de certificados académicos y envío a las Universidades de origen.

PROGRAMA ERASMUS-PRÁCTICAS

- 1.- Renovación de Acuerdos de prácticas con Universidades y presentación de nuevas propuestas.

*** ALUMNOS ESPAÑOLES**

- 1.- Convocatoria pública de plazas

OPCIÓN A:

- a) Empresa de Destino
- b) N° de plazas
- c) N° de meses
- d) Perfil del candidato:
 - a. Titulación
 - b. N° de créditos mínimos superados
 - c. Nivel de idiomas exigido

OPCIÓN B: Propuesta de empresa por parte del alumno interesado

- 2.- Selección de titulares atendiendo a su adecuación al perfil, nota media del expediente académico + Nivel de idiomas. En caso de empate la adjudicación se hará al alumno con mayor nota media, si persistiera el empate se adjudicará al alumno con mayor número de créditos superados.
- 3.- Entrega de documentación necesaria para realizar la estancia
- 4.- Abono de la beca en un solo pago previa presentación de:
 - e) Acuerdo de prácticas debidamente firmado por el Responsable de Relaciones Internacionales y el Alumno
 - f) Impreso de Comunicación de fecha de partida
 - g) Copia del medio de transporte a utilizar para su desplazamiento a la Universidad de destino.
 - h) Firma del Acuerdo Financiero
- 5.- Justificación de la estancia
- 6.- Reconocimiento íntegro de las práctica contenidos en el Acuerdo.

PROGRAMA BECAS ESTUDIO EN SUIZA

- 1.- Renovación de Acuerdos de intercambio y presentación de Nuevas Actividades.

*** ALUMNOS ESPAÑOLES**

- 1.- Convocatoria pública de plazas
 - a) Destino
 - b) N° de plazas por destino
 - c) N° de meses por destino
 - e) Perfil del candidato:
 - a. Titulación
 - b. N° de créditos mínimos superados
 - c. Nivel de idiomas exigido
- 2.- Selección de titulares atendiendo a su adecuación al perfil, nota media del expediente académico + Nivel de idiomas. En caso de empate la adjudicación se hará al alumno con mayor nota media, si persistiera el empate se adjudicará al alumno con mayor número de créditos superados.
- 3.- Distribución de la documentación necesaria para realizar la estancia
- 5.- Justificación de la estancia
- 6.- Reconocimiento íntegro de los estudios contenidos en el Acuerdo de Estudios

*** ALUMNOS EXTRANJEROS**

- 1.- Preinscripción on-line
- 2.- Envío de acreditación del alumno por parte de la Universidad de Origen
- 3.- Jornada de bienvenida
- 4.- Inscripción y presentación de documentos
- 5.- Apertura de cabeceras para la matriculación
- 6.- Acreditación de la partida del estudiante
- 7.- Expedición de certificados académicos y envío a las Universidades de origen.

MOVILIDAD A TRAVÉS DE CONVENIOS INTERNACIONALES

*** ALUMNOS ESPAÑOLES**

- 1.- Publicación del procedimiento para solicitar movilidad a través de convenios suscritos entre la Universidad de Sevilla y otras Universidades fuera del ámbito Erasmus
- 2.- Envío de currículum y expediente del alumno a las Universidades solicitadas para su admisión
- 3.- Comunicación de la admisión al alumno y envío de la documentación necesaria para su desplazamiento.
- 4.- Firma del Acuerdo de Estudios por parte del Responsable de Relaciones Internacionales del Centro y del Alumno.
- 5.- Justificación de la estancia

6.- Reconocimiento íntegro de los estudios contenidos en el Acuerdo de Estudios

*** ALUMNOS EXTRANJEROS**

- 1.- Preinscripción on-line
- 2.- Envío de acreditación como alumno por parte de la Universidad de Origen
- 3.- Jornada de bienvenida
- 4.- Inscripción y presentación de documentos
- 5.- Apertura de cabeceras para la matriculación
- 6.- Acreditación de la partida del estudiante
- 7.- Expedición de certificados académicos y envío a las Universidades de origen.

BECAS DE POSTGRADO EN EEUU

- 1.- Renovación de Acuerdos de intercambio y presentación de Nuevas Actividades.

*** ALUMNOS ESPAÑOLES**

- 1.- Convocatoria pública de plazas
 - a) Destino
 - b) N° de plazas por destino
 - c) N° de meses por destino
 - d) Perfil del candidato:
 - a. Titulación
 - b. Nivel de idiomas exigido
- 2.- Selección de titulares mediante la realización de entrevista en Inglés.
- 3.- Tramitación de la documentación necesaria para realizar la estancia
- 4.- Abono de la beca en un solo pago
- 5.- Justificación de la estancia

BECAS DE PRÁCTICAS DE MAGISTERIO EN LIVERPOOL

- 1.- Renovación del Convenio con el Ministerio de Educación y establecimiento del número de alumnos a intercambiar

*** ALUMNOS ESPAÑOLES**

- 1.- Convocatoria pública
 - a) N° de plazas
 - b) Periodo de realización de las prácticas

- 2.- Selección de titulares mediante entrevista en inglés
- 3.- Nombramiento y envío de la documentación necesaria para realizar la estancia
- 4.- Compra de billetes de avión.
- 5.- Abono de la beca.
- 5.- Justificación de la estancia
- 6.- Reconocimiento de las prácticas realizadas

*** ALUMNOS EXTRANJEROS**

- 1.- Comunicación de titulares por parte de la Universidad de Liverpool
- 2.- Búsqueda de alojamiento
- 3.- Desplazamiento aeropuerto-residencia
- 3.- Acto de bienvenida
- 4.- Inscripción
- 5.- Desplazamiento residencia-aeropuerto

BECAS PARA LA REALIZACIÓN DE UN CURSO DE INICIACIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN EL LABORATORIO X-LAB DE GOTTINGUEN (ALEMANIA)

- 1.- Establecimiento del número de alumnos a intercambiar

*** ALUMNOS ESPAÑOLES**

- 1.- Convocatoria pública de plazas
 - a) N° de plazas
 - b) Titulación requerida
 - c) Periodo de realización de las prácticas
- 2.- Selección de titulares mediante entrevista en inglés
- 3.- Nombramiento y envío de la documentación necesaria para realizar la estancia
- 4.- Jornada informativa para titulares
- 4.- Compra de billetes de avión.
- 5.- Abono de la beca.
- 5.- Justificación de la estancia
- 6.- Reconocimiento de las prácticas realizadas

*** ALUMNOS EXTRANJEROS**

- 1.- Comunicación de titulares por parte de la Universidad de Gottinguen
- 2.- Búsqueda de alojamiento
- 3.- Desplazamiento aeropuerto-residencia
- 3.- Acto de bienvenida
- 4.- Inscripción
- 5.- Desplazamiento residencia-aeropuerto

BECAS PARA LA MOVILIDAD INTERNACIONAL FUNDACIÓN BANCAJA-UNIVERSIDAD DE SEVILLA

- 1.- Renovación del acuerdo con la entidad bancaria y establecimiento de la subvención para el curso en cuestión.

*** ALUMNOS ESPAÑOLES**

- 1.- Convocatoria pública para la subvención de estancia para estudios en Universidades fuera del marco Erasmus
- 2.- Selección de titulares atendiendo a su admisión por parte de la Universidad o Institución en la que realizarán la estancia, nota media del expediente académico y contenido de la propuesta de estudios a realizar.
- 3.- Distribución de la documentación necesaria para realizar la estancia
- 4.- Abono de la beca según la modalidad concedida previa presentación de:
 - e) Acuerdo de estudios debidamente firmado por el Responsable de Relaciones Internacionales y el Alumno
 - f) Impreso de Comunicación de fecha de partida
 - g) Copia del medio de transporte a utilizar para su desplazamiento a la Universidad de destino.
- 5.- Justificación de la estancia
- 6.- Reconocimiento íntegro de los estudios contenidos en el Acuerdo de Estudios

BECAS PARA LA MOVILIDAD INTERNACIONAL CRUE-BANCO DE SANTANDER

- 1.- Renovación del acuerdo con la entidad bancaria y establecimiento de la subvención para el curso en cuestión.

*** ALUMNOS ESPAÑOLES**

- 1.- Convocatoria pública para la subvención de estancia para estudios en los destinos ofertados

- 2.- Selección de titulares atendiendo a su admisión por parte de la Universidad o Institución en la que realizarán la estancia, nota media del expediente académico y contenido de la propuesta de estudios a realizar.
- 3.- Distribución de la documentación necesaria para realizar la estancia
- 4.- Abono de la beca previa presentación de:
 - h) Acuerdo de estudios debidamente firmado por el Responsable de Relaciones Internacionales y el Alumno
 - i) Impreso de Comunicación de fecha de partida
 - j) Copia del medio de transporte a utilizar para su desplazamiento a la Universidad de destino.
- 5.- Justificación de la estancia
- 6.- Reconocimiento íntegro de los estudios contenidos en el Acuerdo de Estudios

SISTEMA DE RECONOCIMIENTO Y ACUMULACIÓN DE CRÉDITOS.

Véase apartado 4.4 de la Memoria de Verificación:

Normas Básicas para el Reconocimiento y Transferencia de Créditos en la Universidad de Sevilla (Acuerdo 5.1/ C.G. 30-09-08).

Descripción de los módulos o materias

Módulo I del Máster en Comunicación y Cultura.

MÓDULO I: EPISTEMOLOGÍA, TEORÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN		ECTS: 23	Carácter: Mixto
Unidad temporal: Primer y segundo semestre			
Requisitos previos: Ninguno			
ASIGNATURA 1	Epistemología, Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación		
COMPETENCIAS	G01, G02, G03, G04, G05, G06, G07, G08, G11, G13, G14, G15 E01, E02, EO9, E19, E20		
DESCRIPTOR	Estudio de los fundamentos del paradigma científico de la Modernidad, identificando los principales componentes y tendencias de la crisis epistemológica contemporánea, especialmente referida al territorio de las ciencias humanas y sociales y al ámbito de la comunicación		
ACTIVIDADES FORMATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios • Discusión y debate de los contenidos abordados en los seminarios • Lecturas individuales guiadas por el profesor • Realización y exposición de trabajos en grupo • Realización y exposición de trabajos individuales 		

EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la participación en clase • Evaluación de los trabajos en grupo e individuales
ASIGNATURA 2	Sociología y Antropología de la Comunicación
COMPETENCIAS	G01, G02, G03, G04, G05, G08, G10, G11, G12, G13 E03, E04
DESCRIPTOR	Estudio de la estructura de las relaciones funcionales y dialécticas entre el subsistema info-comunicativo y el sistema social. Estudio de la metodología etnográfica a partir del concepto semiótico de cultura y su aplicación a la investigación en Comunicación
ACTIVIDADES FORMATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios • Discusión y debate de los contenidos abordados en los seminarios • Realización y exposición de un trabajo de campo individual • Aplicación práctica colectiva en determinados procesos rituales coincidentes con la celebración del curso.
EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la participación en clase • Evaluación del trabajo de campo • Evaluación de una memoria final individual con los resultados del aprendizaje.
ASIGNATURA 3	Políticas de Comunicación y Cambio Social
COMPETENCIAS	G01, G02, G03, G04, G08, G10, G11, G12, G13, G15 E05, E06, E07, E26
DESCRIPTOR	Estudio de las principales teorías y elementos mediadores de la comunicación y la política en procesos democráticos.
ACTIVIDADES FORMATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios • Discusión y debate de los contenidos abordados en los seminarios • Lecturas individuales guiadas por el profesor • Discusión y debate de las conclusiones de la lectura.
EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la participación en clase • Evaluación de una reseña crítica de las lecturas de la asignatura.
ASIGNATURA 4	Mediación e Interculturalidad
COMPETENCIAS	G01, G02, G03, G04, G08, G10, G11, G12, G13, G15 E07, E08
DESCRIPTOR	Estudio de la interculturalidad, a través de la revisión epistemológica y metodológica del estudio de las culturas, y diseño de prácticas comunicativas que implican la mediación intercultural.
ACTIVIDADES FORMATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios • Discusión y debate de los contenidos abordados en los seminarios • Realización y exposición de trabajos en grupo • Análisis colectivo de documentos (proyectos de intervención, cine, reportajes periodísticos impresos o audiovisuales, etc.) • Debates con expertos de instituciones y organizaciones dedicadas a la gestión de la diversidad etnocultural
EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la participación en clase • Evaluación del trabajo en grupo • Evaluación del aprendizaje global a través de una entrevista con los profesores
ASIGNATURA 5	Fuentes e Información Científica en Comunicación
COMPETENCIAS	G06, G07, G13, G14 E09, E10, E27
DESCRIPTOR	Estudio de las políticas de evaluación de la calidad de la investigación en el ámbito andaluz, español e internacional. Estudio y aplicación práctica de los principales recursos de investigación disponibles en el entorno.

	Iniciación a la producción de nuevos recursos de investigación
ACTIVIDADES FORMATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones del profesor. • Ejercicios prácticos (acceso y selección de información en bases de datos y otros recursos electrónicos, empleo de procedimientos normalizados para las referencias, etc.) en el aula. • Ejercicios prácticos con equipos especializados en la Biblioteca del centro, tutorizados por el personal de Biblioteca.
EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de los ejercicios.

	ASIGNATURAS	ECTS	TIPO	SEM.	PROFESORADO, DEDICACIÓN, DEPTO.
1	Epistemología y Metodología de la Investigación en Comunicación	6	OB	S - I	García Gutiérrez, Antonio (3 créditos ECTS, PERIODISMO I) Acosta Rodríguez, Ángel (2 créditos ECTS, PERIODISMO I) Alcíbar Cuello, Miguel (1 crédito ECTS, PERIODISMO I)
2	Sociología y Antropología de la Comunicación	5	OB	S - I	Bericat Alastuey, Eduardo (3 créditos ECTS, SOCIOLOGÍA) Mandly Robles, Antonio (2 créditos ECTS, ANTROPOLOGÍA SOCIAL)
3	Políticas de Comunicación y Cambio Social	4	OP	S - I	Sierra Caballero, Francisco (2 créditos ECTS, PERIODISMO I) Vázquez Liñán, Miguel (2 créditos ECTS, PERIODISMO I)
4	Mediación e Interculturalidad	4	OP	S - I	González Galiana, Rafael (2 créditos ECTS, PERIODISMO I) Llera Llorente, Mar (2 créditos ECTS, PERIODISMO I)
5	Fuentes e Información Científica en Comunicación	4	OP	S - II	García Gutiérrez, Antonio (2 créditos ECTS, PERIODISMO I)

Módulo II del Máster en Comunicación y Cultura.

MÓDULO II: TENDENCIAS DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN		ECTS: 28	Carácter: Mixto
Unidad temporal: Primer y segundo semestre			
Requisitos previos: Ninguno			
ASIGNATURA 6	Investigación en Comunicación Audiovisual		
COMPETENCIAS	G01, G02, G03, G04, G08, G11, G13 E01, E02, E09, E19, E20		
DESCRIPTOR	Estudio de las principales metodologías, tanto clásicas como contemporáneas, para el análisis del discurso audiovisual.		
ACTIVIDADES FORMATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones del profesor. • Visualización y análisis de material audiovisual. • Discusión y debate sobre el material audiovisual analizado. • Realización y exposición de un trabajo individual. 		
EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la participación en clase. • Evaluación del trabajo individual. 		
ASIGNATURA 7	Historiografía de la Comunicación y el Periodismo		
COMPETENCIAS	G01, G02, G03, G04, G08, G11, G13		

	E13, E14,
DESCRIPTOR	Estudio de las principales corrientes historiográficas generales que han tenido incidencia en la particular epistemología y metodología de la Historia de la Comunicación, tanto en el ámbito internacional como en el español
ACTIVIDADES FORMATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios. • Discusión y debate de los seminarios. • Realización de ejercicios prácticos (comentario de textos historiográficos, hemerográficos, etc.) • Ejercicios prácticos realizados en bibliotecas y hemerotecas digitales. • Realización de un proyecto de recuperación y análisis de fondos documentales desconocidos y relevantes para la construcción de la Historia de la Comunicación en Andalucía.
EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la participación en clase. • Evaluación de los ejercicios prácticos. • Evaluación del proyecto.
ASIGNATURA 8	Comunicación Publicitaria: Teorías, Análisis y Nuevas Tendencias
COMPETENCIAS	G01, G02, G03, G04, G08, G11, G13, G15 E12, E15, E16, E22
DESCRIPTOR	Estudio de las principales teorías y modalidades de análisis de la comunicación publicitaria y propagandística, con especial interés en las tendencias que ponen énfasis en la comprensión de estos discursos en toda su complejidad social y cultural.
ACTIVIDADES FORMATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios. • Discusión y debate de los seminarios. • Realización de trabajos en grupo. • Realización de trabajos individuales.
EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la participación en clase. • Evaluación de los trabajos en grupo. • Evaluación de los trabajos individuales.
ASIGNATURA 9	Estrategias de la Comunicación
COMPETENCIAS	G01, G02, G03, G04, G08, G11, G13, G15 E17, E18
DESCRIPTOR	Estudio de los principios del <i>pensamiento estratégico</i> y de su aplicación al ámbito de la investigación en Comunicación.
ACTIVIDADES FORMATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios. • Discusión y debate de los seminarios. • Realización de trabajos en grupo. • Realización de trabajos individuales.
EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la participación en clase. • Evaluación de los trabajos en grupo. • Evaluación de los trabajos individuales.
ASIGNATURA 10	Investigación en Estructura de la Información Periodística
COMPETENCIAS	G01, G02, G03, G04, G08, G11, G13, G15 E19, E20
DESCRIPTOR	Estudio de la Comunicación desde un enfoque estructural que interrelaciona diversas parcelas del saber: historia (desde la visión de la conformación de las estructuras del poder), filosofía, psicología, antropología, sociobiología, etc.; estudio de las teorías y métodos más importantes en el ámbito de la investigación aplicada al campo.
ACTIVIDADES FORMATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios. • Discusión y debate de los seminarios. • Lecturas individuales guiadas por el profesor. • Selección, exposición y análisis por parte del estudiante de

	<p>documentos (escritos, audiovisuales, etc.) que ilustren las nociones explicadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> Realización y exposición de un trabajo de campo guiado por el profesor.
EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de la participación en las actividades y en los debates sostenidos en clase. Evaluación del trabajo de campo.

	ASIGNATURAS	ECTS	TIPO	SEM.	PROFESORADO, DEDICACIÓN, DEPTO.
6	Investigación en Comunicación Audiovisual	7	OB	S - II	Utrera Macías, Rafael (3 créditos ECTS, COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD...) Gordillo Álvarez, Inmaculada (2 créditos ECTS, COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD...) Checa Godoy, Antonio (2 créditos ECTS, COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD...)
7	Historiografía de la Comunicación y el Periodismo	7	OP	S - I	Espejo Cala, Carmen (2 créditos ECTS, PERIODISMO I) Ruiz Acosta, M ^a José (2 créditos ECTS, PERIODISMO II) Romero Domínguez, Lorena (2 créditos ECTS, PERIODISMO II) Baena Sánchez, Francisco (1 crédito ECTS, PERIODISMO I)
8	Comunicación Publicitaria: Teorías, Análisis y Nuevas Tendencias	6	OP	S - II	Rey Fuentes, Juan (2 créditos ECTS, COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD...) Huici Módenes, Adrián (2 créditos ECTS, COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD...) Pineda Cachero, Antonio (2 créditos ECTS, COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD...)
9	Estrategias de la Comunicación	4	OP	S - II	Manfredi Mayoral, Juan Luis (2 créditos ECTS, PERIODISMO II) García Gordillo, Mar (2 créditos ECTS, PERIODISMO II)
10	Investigación en Estructura de la Información Periodística	4	OB	S - I	Reig García, Ramón (2 créditos ECTS, PERIODISMO II) Labio Bernal, Aurora (2 créditos ECTS, PERIODISMO II)

Módulo III del Máster en Comunicación y Cultura.

MÓDULO III: PRACTICUM				ECTS: 6	Carácter: Optativos
Unidad temporal: segundo semestre					
Requisitos previos: Ninguno					
ASIGNATURA		Practicum			
	ASIGNATURAS	ECTS	TIPO	SEM.	PROFESORADO, DEDICACIÓN, DEPTO.
	Practicum	6	OP	S-II	López Hernández, M ^a Ángeles (2 créditos ECTS, PERIODISMO I)

Módulo IV del Máster en Comunicación y Cultura.

MÓDULO IV: TEORÍA DE LA CULTURA Y EL ESPECTÁCULO		ECTS: 14	Carácter: Optativos
Unidad temporal: Primer y segundo semestre			
Requisitos previos: Ninguno			
ASIGNATURA 11	Literatura, Música y Comunicación		
COMPETENCIAS	G01, G02, G03, G04, G08, G11, G13, E21, E22		
DESCRIPTOR	Estudio de las herramientas conceptuales y metodológicas que permiten el análisis y la interpretación de los discursos artísticos (literarios y musicales particularmente) considerados en tanto que procesos de comunicación.		
ACTIVIDADES FORMATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios. • Discusión y debate de los seminarios. • Realización y exposición de trabajos individuales. • Realización y exposición de trabajos en grupo. 		
EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la participación en clase. • Evaluación del trabajo individual. • Evaluación del trabajo en grupo. 		
ASIGNATURA 12	Arte, Ciencia y Tecnología de la Comunicación		
COMPETENCIAS	G01, G02, G03, G04, G08, G11, G13 E23, E24		
DESCRIPTOR	Estudio crítico de los procesos de creación artística, científica y tecnológica y su reproducción y divulgación a los públicos a través de los medios de comunicación social.		
ACTIVIDADES FORMATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios. • Discusión y debate de los seminarios. • Visionado y análisis de obras artísticas creadas y/o reproducidas a través de los medios de comunicación social. • Análisis de documentos periodísticos especializados en la divulgación científica. • Realización y exposición de trabajos en grupo. 		
EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la participación en clase. • Evaluación del trabajo en grupo. 		
ASIGNATURA 13	Estética de la Comunicación		
COMPETENCIAS	G01, G02, G03, G04, G08, G11, G13 E21, E25, E26		
DESCRIPTOR	Estudio de las distintas maneras de afrontar la creación en el arte contemporáneo y de la situación de este en relación con los públicos, a través de su divulgación en los medios de comunicación social.		
ACTIVIDADES FORMATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios. • Discusión y debate de los seminarios. • Realización y exposición de trabajos individuales. • Visitas guiadas a centros de arte contemporáneo, actividades artísticas (exposiciones, performances, lecturas...). • Realización y exposición de proyectos de actividades artísticas. 		
EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de la participación en clase y en otras actividades programadas en el curso. 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del trabajo individual. • Evaluación de los proyectos.
--	--

	ASIGNATURAS	ECTS	TIPO	SEM	PROFESORADO, DEDICACIÓN, DEPTO
11	Literatura, Música y Comunicación	5	OP	S - I	Vázquez Medel, Manuel A. (3 créditos ECTS, COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD...) Escobar Borrego, Francisco (2 créditos ECTS, COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD...)
12	Arte, Ciencia y Tecnología de la Comunicación	5	OP	S - II	Contreras Medina, Fernando (2 créditos ECTS, PERIODISMO I) Alcíbar Cuello, Miguel (1 crédito ECTS, PERIODISMO I) Gil González, Juan Carlos (2 créditos ECTS, PERIODISMO I)
13	Estética de la Comunicación	4	OP	S - I	Marsset Rodríguez, Juan Carlos (2 créditos ECTS, ESTÉTICA E HISTORIA DE LA FILOSOFÍA) Molina Flores, Antonio (2 créditos ECTS, ESTÉTICA E HISTORIA DE LA FILOSOFÍA)

Módulo V del Máster en Comunicación y Cultura.

MÓDULO V: TRABAJO FIN DE MÁSTER				ECTS: 8	Carácter: Obligatorios
Unidad temporal: segundo semestre					
Requisitos previos: Ninguno					
Trabajo Fin de Máster					
	ASIGNATURAS	ECTS	TIPO	SEM.	PROFESORADO, DEDICACIÓN, DEPTO.
	Trabajo Fin de Máster	8	OB	S-II	Todo el profesorado

Personal académico

Personal Académico

Profesorado:

Profesorado y otros recursos humanos necesarios y disponibles

El profesorado del Máster Universitario en Comunicación y Cultura está integrado por Doctores adscritos a seis departamentos universitarios de la Universidad de Sevilla: Departamento de Periodismo I, Departamento de Periodismo II, Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura, Departamento de Sociología, Departamento de Antropología Social, Departamento de Estética e Historia de la Filosofía. Estos departamentos tienen sede en cuatro facultades de la Universidad de Sevilla: Facultad de Comunicación (Dpto. de Periodismo I, Dpto. de Periodismo II, Dpto. de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura); Facultad de Geografía e Historia (Dpto. de Antropología Social); Facultad de Filosofía (Dpto. de Estética e Historia de la Filosofía); Facultad de Ciencias de la Educación (Dpto. de Sociología).

El número total de profesores previstos para la docencia de la primera edición del Máster es de 30. Esto permitirá, por una parte, una distribución suficiente de los créditos de docencia ofertados entre todos los docentes, de manera que los alumnos tengan la ocasión de acceder a una representación amplia de las diferentes propuestas científicas y académicas presentes en nuestro entorno. Por otra parte, esta distribución permitirá también que todos los alumnos tengan garantizada la tutorización atenta del Trabajo Fin de Máster – se procurará, en efecto, conjugar los principios de pertinencia, libertad de elección del alumno y equidad en la distribución, a la hora de atribuir estos trabajos a los tutores respectivos. Se recuerda a tal efecto que el número de plazas ofertadas para alumnos en cada edición del Máster es también de 30.

Finalmente, una plantilla amplia de profesorado como ésta permite también que la impartición del Máster se efectúe sin menoscabo de personal académico para las programaciones docentes de las licenciaturas o grados de los departamentos implicados, ya que cada profesor del Máster tiene asignados como promedio 2 créditos ECTS.

Además del personal docente especificado, el Máster cuenta con la colaboración del personal técnico de la Biblioteca de Comunicación, que participará en el desarrollo de las prácticas asociadas a la asignatura “Fuentes e Información Científica en Comunicación”. Puede señalarse al respecto que la Biblioteca es habitualmente el servicio mejor valorado por alumnos, docentes y PAS de todos los que ofrece la Facultad de Comunicación, por la alta cualificación de su personal y las continuas iniciativas de innovación llevadas a cabo por el mismo.

En cualquier caso, la Comisión de Garantía de Calidad del Máster tendrá entre sus competencias revisar para cada curso académico el claustro de profesores y el resto del personal vinculado a la docencia del mismo, velando para que en cualquier caso sea el más adecuado a los objetivos de excelencia previstos.

De la misma manera, esta Comisión deberá vigilar que en los criterios de adjudicación de la docencia a los profesores y otro personal se respeten siempre los criterios de igualdad de

oportunidad para hombres y mujeres, y vigilará con especial énfasis que no se produzca discriminación por esta causa o cualquier otra: discapacidad, procedencia geográfica, etc.

NOMBRE DEL PROFESOR	CATEGORÍA ACADÉMICA
Bericat Alastuey, Eduardo	Catedrático de Universidad
García Gutiérrez, Antonio	Catedrático de Universidad
Utrera Macías, Rafael	Catedrático de Universidad
Vázquez Medel, Manuel Ángel	Catedrático de Universidad
Acosta Romero, Ángel	Titular de Universidad
Contreras Medina, Fernando	Titular de Universidad
Checa Godoy, Antonio	Titular de Universidad
Escobar Borrego, Francisco	Titular de Universidad
Espejo Cala, Carmen	Titular de Universidad
González Galiana, Rafel	Titular de Universidad
Gordillo Álvarez, Inmaculada	Titular de Universidad
Huici Módenes, Adrián	Titular de Universidad
López Hernández, M ^a Ángeles	Titular de Universidad
Mandly Robles, Antonio	Titular de Universidad
Manfredi Mayoral, Juan Luis	Titular de Universidad
Reig García , Ramón	Titular de Universidad
Rey Fuentes, Juan	Titular de Universidad
Ruiz Acosta, M ^a José	Titular de Universidad
Sierra Cabellero, Francisco	Titular de Universidad
García Gordillo, M ^a del Mar	Contratado Doctor
Labio Bernal, Aurora	Contratado Doctor
Llera Llorente, M ^a del Mar	Contratado Doctor
Vázquez Liñán, Miguel	Contratado Doctor
Alcíbar Cuello, Miguel	Ayudante
Gil González, Juan Carlos	Ayudante
Pineda Cachero, Antonio	Ayudante
Romero Domínguez, Lorena	Ayudante
Baena Sánchez, Francisco	Ayudante
Molina Flores, Antonio	Asociado
Marset Fernández, Juan Carlos	Profesor Titular en excedencia

Todos los profesores de este Máster son doctores. Igualmente, todo el profesorado de este Máster tiene dedicación completa en la Universidad, e impartirá docencia en este Máster en régimen de dedicación parcial.

El acceso del profesorado a la Universidad de Sevilla se rige por el Real Decreto 1313/2007 de 5 de octubre por el que se regula el régimen de concursos de acceso a cuerpos docentes universitarios. El presente real decreto tiene por objeto regular el régimen de los concursos para el acceso a plazas de los cuerpos docentes universitarios de Profesores Titulares de Universidad y Catedráticos de Universidad, establecidos en la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril. Podrán presentarse a los

concursos de acceso quienes hayan sido acreditados o acreditadas de acuerdo con lo establecido en los artículos 12 y 13 y disposiciones adicionales primera, segunda, tercera y cuarta del Real Decreto 1312/2007, de 5 de octubre, por el que se establece la acreditación nacional para el acceso a los cuerpos docentes universitarios Asimismo, podrán presentarse a los concursos de acceso quienes resultaran habilitados o habilitadas conforme a lo establecido en el Real Decreto 774/2002, de 26 de julio, por el que se regula el sistema de habilitación nacional para el acceso a Cuerpos de Funcionarios Docentes Universitarios y el régimen de los concursos de acceso respectivos. A su vez se entenderá que los habilitados y habilitadas para Catedrático o Catedrática de Escuela Universitaria lo están para Profesor o Profesora Titular de Universidad. Dicha Normativa garantiza los principios de igualdad, mérito y capacidad que deben regir los procesos de selección de personal al servicio de las administraciones públicas. Pero además, la normativa de contratación de la Universidad de Sevilla es acorde con los principios reflejados en el artículo 55 de la LOU 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de hombres y mujeres y ha adoptado medidas para respetar escrupulosamente dicha igualdad en función de lo contemplado en la Ley 6/2001 de Universidades y la Ley 25/2003 Andaluza de Universidades. Igualmente, se contemplan los principios regulados en la Ley 51/2003 de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal a las personas con discapacidad.

Adecuación del profesorado:

Adecuación del profesorado y personal de apoyo al plan de estudios disponible

El profesorado de este Máster en Comunicación y Cultura, orientado a la investigación, está integrado por doctores especialistas en las diversas materias científicas propuestas en los módulos. En su mayor parte, se trata de profesores vinculados con la Facultad de Comunicación, en razón de la especificidad de los contenidos propuestos, pero se ha conseguido igualmente contar con la presencia entre el profesorado de destacados académicos de otros ámbitos (Departamento de Antropología Social de la Facultad de Geografía e Historia, por ejemplo) y de entornos profesionales directamente relacionados con las competencias en formación que procura este Máster.

Destacamos en este punto la participación en el Máster de docentes de la talla de Juan Carlos Marset – Director General del Instituto de Artes Escénicas y la Música, anteriormente Delegado de Cultura del Ayuntamiento de Sevilla - y Manuel Ángel Vázquez Medel – ex Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía -.

Creemos que en esta nómina de profesores son destacables los méritos académicos, considerados tanto desde el punto de vista de los criterios objetivos evaluados por organismos como la ANECA o la AGAE, como desde otros puntos de vista específicamente aplicados al ámbito profesional o científico al que se refiere este Máster.

Así, puede destacarse que, a pesar de la edad poco elevada de este profesorado – y que se explica por la reciente implantación de los estudios superiores en Comunicación en la comunidad andaluza -, son numerosos los sexenios de investigación positivamente evaluados por la ANECA y los tramos de investigación reconocidos por la AGAE que pueden acreditarse.

De la misma manera, es importante hacer notar que entre los profesores del Máster se reúnen algunos méritos particularmente interesantes en relación con los objetivos del mismo: se encuentran entre estos docentes directores de Grupos de Investigación P.A.I., directores de revistas científicas reconocidas en índices internacionales, evaluadores de proyectos tanto de ámbito nacional como internacional, presidentes de fundaciones o directores de asociaciones culturales, responsables de Proyectos de Investigación, etc.

Los datos numéricos que refrendan lo antedicho son los siguientes:

1. El 100% de los profesores del Máster son doctores.
2. El 13,33% de los profesores del Máster son Catedráticos de Universidad.
3. El 53,33% de los profesores del Máster son Titulares de Universidad.
4. El resto del profesorado se distribuye según las siguientes categorías docentes: 13,33 % de Contratados Doctores, 16,66% de Ayudantes, 3,33% de Profesores Asociados.

La antigüedad en la docencia del profesorado del Máster se expresa según los siguientes guarismos:

1. El 46% de los profesores del Máster tienen cinco o más trienios de docencia reconocidos.
2. El 46% de los profesores del Máster tiene tres o más quinquenios de docencia reconocidos.

En cuanto a los méritos reconocidos en el ámbito de la investigación, cabe destacar que el 30% por ciento del profesorado del Máster tiene tramos de investigación reconocidos por la CNEAI (sexenios de investigación). Un 13,3% del profesorado del Máster tiene reconocidos tres o más sexenios de investigación (la mitad de este porcentaje, cuatro sexenios; y la otra mitad, tres). Otro 16,6 % del profesorado del Máster tiene reconocido un sexenio de investigación.

Por otro lado, los méritos académicos reconocidos por la Administración Autonómica (complementos autonómicos) se expresan según los siguientes porcentajes: un 6,6% del profesorado tiene reconocidos cinco complementos autonómicos, y otro 6,6%, cuatro tramos de complemento autonómico. El resto del profesorado tiene reconocidos tres o menos tramos de complemento autonómico; sólo un 20% del profesorado no goza en el presente de las condiciones laborales que le permitan solicitar tal complemento.

Por otra parte, el Centro pone a disposición de este Máster el personal de apoyo con el que cuenta. Debe señalarse como aportaciones importantes en este punto la presencia de un miembro del Personal de Administración destinado específicamente a la gestión de los convenios de prácticas con empresas y el hecho de que la Facultad ha solicitado la creación de una Unidad de Investigación con sede en el propio Centro.

Recursos, materiales y servicios

Disponibilidad y adecuación de recursos materiales y servicios

Justificación:

Justificación de que los medios materiales y servicios clave disponibles (espacios, instalaciones, laboratorios, equipamiento científico, técnico o artístico, biblioteca y salas de lectura, nuevas tecnologías, etc.) son adecuados para garantizar el desarrollo de las actividades formativas planificadas, observando los criterios de accesibilidad universal y diseño para todos.

Son responsabilidad del Vicerrectorado de Infraestructuras (<http://www.us.es/viceinfraest>) todas las actuaciones relativas a las infraestructuras universitarias: política y ejecución de obras, equipamiento, mantenimiento, dotación y desarrollo de nuevas tecnologías al servicio de la gestión, la docencia, la investigación y las comunicaciones en todos los centros universitarios y entre los miembros de la comunidad universitaria, así como la eliminación de las barreras arquitectónicas en los centros y edificios universitarios.

Para ello cuenta con tres Secretariados.

El Secretariado de Infraestructuras, del cual dependen los Servicios de Equipamiento (<http://servicio.us.es/equipamiento/>), Mantenimiento (<http://servicio.us.es/smanten/>), Obras y Proyectos y Gabinete de Proyectos.

El Secretariado de Recursos Audiovisuales y Nuevas Tecnologías (<http://www.sav.us.es/entrada/principal.asp>).

El Secretariado de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (<http://www.us.es/informacion/servicios/sic>).

Con todos estos recursos a su disposición el objetivo prioritario y estratégico del Vicerrectorado de Infraestructuras (<http://www.us.es/viceinfraest>) es asegurar la conservación y el óptimo funcionamiento de todos los centros de la Universidad de Sevilla contribuyendo a que desarrollen plenamente su actividad y logren sus objetivos mediante la prestación de un servicio excelente adaptándose a las nuevas necesidades.

La Universidad de Sevilla está desarrollando –y continuara haciéndolo- una política activa de facilitación de la accesibilidad a los edificios e instalaciones universitarias así como a los recursos electrónicos de carácter institucional, siguiendo las líneas marcadas en el RD 505/2007 de 20 de abril, por el que se aprueban las condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación de las personas con discapacidad para el acceso y utilización de los espacios públicos urbanizados y edificaciones.

La Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla cuenta con una serie de recursos materiales y de servicios a disposición de la docencia del Máster en Comunicación y Cultura, para

el perfecto desarrollo de una docencia multimedia, inscrita en el presente mutable de los medios de comunicación y el desarrollo tecnológico:

- Aulas de clases teóricas equipadas con medios audiovisuales (micrófono, ordenador, proyector, vídeo, DVD, equipo de sonido, acceso a Internet),
- Aulas de Edición digital,
- Aulas de informática,
- Aulas de radio,
- Cabinas de Audio, visionado, duplicación y edición digital,
- Laboratorio de fotografía,
- Platós,
- Plató digital,
- Sala de grafismo.

Para facilitar a los alumnos tanto el visionado de materiales como la consulta de medios en el seguimiento y el complemento de la docencia, así como para el progreso de sus investigaciones, la Facultad de Comunicación pone a su disposición los siguientes servicios:

- Biblioteca con acceso individual a ordenadores portátiles y conexión Wi-Fi,
- Hemeroteca y Fototeca,
- Videoteca y videoteca digital,
- Servicios digitales,
- Sala Home Cinema,
- Seminarios,
- Salón de actos y de grados.

Por su especial relevancia dentro de un máster de investigación, desglosaremos más pormenorizadamente los recursos que ofrece la Biblioteca de la Facultad de Comunicación. Sus fondos están especializados en Periodismo, Publicidad, Comunicación, Cine, Documentación, Protocolo, Relaciones Públicas, Nuevas Tecnologías de la Información, Marketing y Literatura. Se distribuyen de la siguiente forma:

- Alrededor de 37.000 documentos (obras de referencia, manuales, monografías especializadas, folletos, tesis doctorales y un pequeño fondo de libro antiguo. La mayor parte del fondo es de libre acceso, a excepción de las revistas, folletos y libro antiguo que se encuentran en depósito. Los documentos están ordenados por CDU (Clasificación Decimal Universal) que los agrupa tomando como referencia el contenido de los mismos.

- Las suscripciones de revistas suponen un total de 165 títulos en curso, a las que hay que sumarles las revistas de las que ya no hay suscripción pero que se conservan en el fondo.

- Un fondo amplio de material audiovisual en distintos formatos, en torno a 3.800 películas en formato VHS, 30 Láser Disc, un número aproximado de 5.000 DVDs, además de 800 Compact Disc de audio, entre los que destacan las bandas sonoras de películas.

- La Biblioteca cuenta con prensa en formato cd-rom, en concreto los diarios *ABC de Sevilla*, *El País* y *El Mundo* y suscripciones en red de *El País Digital*, *La Vanguardia* y *New York Times*, así como la base de datos *Iconoce* y *Spots TV*. Además del resto de prensa que se recibe a diario en formato papel que podrán ser consultados en la Sala de lectura.

Destacan, así mismo, los recursos electrónicos al servicio del alumnado, entre los que sobresalen dos guías de recursos. Una de ellas especializada en Periodismo y Comunicación y la otra en Publicidad. Ambas son accesibles desde la página web de la Biblioteca de Comunicación.

Además, la Biblioteca de la Universidad de Sevilla ofrece al alumnado las siguientes bases de datos:

- Archivos de Prensa (*El País, La Vanguardia, New York Times*)
- ICONOCE (Base de datos de prensa en lengua española)
- CSIC (Bases de datos que recogen artículos publicados en revistas españolas)
- Biography Index (Biografías individuales y colectivas)
- Current Contents: Social & Behavioral Sciences (Artículos y abstracts sobre ciencias sociales y Psicología)
- SIRS Researcher (Contiene artículos a texto completo sobre temas sociales, históricos y políticos de interés mundial)
- SPOTS TV (Portal de anuncios publicitarios)
- REBIUN (Catálogo colectivo de la red de Bibliotecas Universitarias y Científicas Españolas)
- FRANCIS (Referencias del ámbito de las Humanidades y Ciencias Sociales)
- Current Contents: Arts & Humanities (Recoge información de revistas sobre Arte y Humanidades)
- ABI/Inform Global (Texto completo y resúmenes de revistas del área económica)
- Aranzadi (Jurisprudencia y legislación)
- Art Abstracts (Publicaciones sobre arte a nivel mundial)
- Bibliografía de Literatura española desde 1980 (Base de datos de obras de autores españoles e hispanoamericanos)

Previsión:

En el caso de que no se disponga de todos los recursos materiales y servicios necesarios en el momento de la propuesta del plan de estudios, se deberá indicar la previsión en la adquisición de los mismos.

ninguna

Convenios de Colaboración con otras Instituciones:

Ver Anexo II.

Resultados previstos

Valores cuantitativos estimados para los siguientes indicadores y su justificación

Justificación de los indicadores:

La gran demanda social que actualmente existe en los estudios de Periodismo, Publicidad y Comunicación Audiovisual obliga a la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla a establecer una selección a partir del expediente académico del alumno. Actualmente,

contemplando solamente el segundo ciclo de los estudios de las tres especialidades, están matriculados alrededor de 1500 alumnos (sumando los cursos de 4º y 5º), lo que significa que en torno a 750 alumnos terminan el primer ciclo de los estudios de Comunicación y se matriculan en el Segundo.

Por especialidades y dentro del Plan de Estudios en vigor (aprobado en el año 2002), la oferta de la facultad es la siguiente:

	Periodismo	Publicidad	Comunicación Audiovisual	Totales por curso
4º curso	308	115	103	526
5º curso	401	180	174	705
Egresados	96	23	40	159
Totales por especialidad	805	318	317	

Teniendo en cuenta estos datos junto con la demanda de cursos de doctorado y los importantes resultados en investigación y defensa de tesis doctorales de los alumnos licenciados (puede consultarse el punto 2.2 del presente proyecto), se prevé que el Máster Universitario en Comunicación y Cultura genere un fuerte interés por parte del futuro alumno graduado en Comunicación. Inevitablemente este hecho conllevará una gran demanda de las plazas ofertadas. Será necesario, por tanto, una selección de los mejores expedientes académicos, lo que garantizará la calidad del alumnado y reinvertirá en los resultados obtenidos.

Tasa de graduación: 90

Tasa de abandono: 10

Tasa de eficiencia: 90

Progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes:

"El procedimiento general de la Universidad de Sevilla para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes se recoge en el apartado 9 correspondiente al Sistema de Garantía de Calidad (procedimiento P01: *Medición y análisis del rendimiento académico analizar los resultados previstos en el título en relación a su tasa de graduación, tasa de abandono y tasa de eficiencia, así como otros indicadores complementarios que permitan contextualizar los resultados de los anteriores. También tiene como objetivo conocer y analizar los resultados del Trabajo Fin de Grado o Máster.* "). El propósito de dicho procedimiento es conocer y... ¿??

Garantía de calidad

Información sobre el sistema de garantía de calidad

Ver Anexo III

Información adicional:

Calendario de implantación

Cronograma de implantación de la titulación

Justificación:

Este Máster tiene prevista su implantación a lo largo del curso académico 2009/10. Los plazos de preinscripción y publicación de listados provisional y definitivo de alumnos admitidos serán los que determinen la Junta de Andalucía y/o la Universidad de Sevilla a tal efecto.

Curso de implantación:

2009/2010

Procedimiento de adaptación en su caso de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios

Procedimiento:

Puesto que se trata de estudios de nueva oferta, no está prevista la adaptación de ningún estudiante.

Enseñanzas que se extinguen por la implantación del siguiente título propuesto

Enseñanzas:

Al tratarse de estudios de nueva oferta, tampoco se extinguen con ellos enseñanzas previas.

ANEXOS

ANEXO I : Normas de Permanencia

ANEXO II: Convenios de Colaboración con otras Instituciones

ANEXO III: Sistema de Garantía de Calidad