



**Facultad de Comunicación**

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

**Memoria de Verificación**

**2009-2010**



# MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL TÍTULO UNIVERSITARIO OFICIAL MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

Universidad solicitante: Universidad de Sevilla

Centro responsable: Facultad de Comunicación

<b>Versión</b>	<b>Consejo de Gobierno</b>	<b>Implantación / Modificación Sustancial</b>	<b>Año Implantación</b>
V01	09-12-2008	Implantación del Título	2009
V02	19-03-2021	Modificación en la distribución de créditos del título	2023

## Contenido

1. Descripción, objetivos formativos y justificación del título (ESG 1.2) .....	3
1.1.- Descripción general .....	3
1.2.- Justificación del interés del título y contextualización .....	4
1.3.- Objetivos formativos .....	6
2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje (ESG 1.2) .....	8
3. Admisión, reconocimiento y movilidad (ESG 1.4).....	11
3.1.- Requisitos de acceso y procedimientos de admisión.....	11
3.2.- Criterios para el reconocimiento y transferencia de créditos .....	12
3.3.- Procedimiento para la organización de la movilidad de estudiantes propios y de acogida .....	12
4. Planificación de las Enseñanzas (ESG 1.3) .....	13
4.1.- Estructura del plan de estudios.....	13
4.2.- Actividades y metodologías Docentes .....	21
4.3.- Sistemas de evaluación .....	22
4.4.- Estructuras curriculares específicas.....	23
5. Personal académico y de apoyo a la docencia (ESG 1.5).....	23
5.1.- Descripción de los perfiles de profesorado y otros recursos Humanos .....	23
5.2.- Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios .....	27
6. Recursos para el aprendizaje: materiales e infraestructuras, prácticas y servicios (ESG 1.6) .....	30
6.1.- Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles.....	30
6.2.- Gestión de las Prácticas externas.....	32
6.3.- Previsión de dotación de recursos materiales y servicios .....	33
7. Calendario de implantación .....	33
7.1.- Cronograma de implantación .....	33
7.2.- Procedimiento de adaptación.....	33
7.3.- Enseñanzas que se extinguen .....	35
8. Sistema Interno de Garantía de la Calidad (ESG 1.1/1.7/1.8/1.9/1.10).....	35
8.1.- Sistema interno de garantía de calidad .....	35
8.2.- Medios para la información pública.....	35
8.3.- Anexos.....	38
Informe previo de la comunidad autónoma .....	38

## 1. Descripción, objetivos formativos y justificación del título (ESG 1.2)

### 1.1.- Descripción general

1.1. Denominación del Título		DATOS	
<b>MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA</b>			
1.2. Nivel MECES:		3	
1.3. Rama:		Ciencias Sociales y Jurídicas	
1.4. Ámbito de conocimiento:		Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	
1.4.a) Universidad Responsable:		Universidad de Sevilla	
1.4.b) Cód. RUCT y denominación del Centro de impartición responsable:		41012067 - Facultad de Comunicación	
1.4.c) Centro acreditado institucionalmente		[no]	
1.6.a) Título conjunto:		[no]	
1.6.b) Convenio (TC nacional):		<i>(url)</i>	
1.6.c) Universidades Participantes:		-	
1.6.d) Código RUCT y Denominación de los Centros de impartición		-	
1.7 Menciones/Especialidades <i>(denominación y ECTS):</i>			
1.7.a) Mención dual:		[no]	
1.7.b) Convenio Mención dual:		<i>(url)</i>	
1.8. Número total de créditos:		60	
<b>Información Referente al centro en el que se imparte el Título:</b>			
1.9. Modalidad de enseñanza <i>(marcar lo que proceda)</i>	X	Presencial	Núm. Plazas: 30
		Híbrida (semipresencial)	Núm. Plazas:
		Virtual (No presencial)	Núm. Plazas:
1.9. Número total de plazas:			
1.9.a) Número de plazas de nuevo ingreso para primer curso:		30	
1.8. Idiomas de impartición:		Español	

#### *Normativas de Universidad de aplicación al Título*

Enlace a las Normas de Permanencia:

<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/aksoNEGEmWwS99b>

La normativa de permanencia de la Universidad de Sevilla en vigor fue aprobada por Acuerdo del Consejo Social de fecha 17 de diciembre de 2008.

Según lo previsto en el Reglamento General de Actividades Docentes de la Universidad de Sevilla, los alumnos cursarán sus estudios, con carácter general, en régimen de dedicación a tiempo completo, pudiendo hacerlo a tiempo parcial si justifican las causas que lo motivan (estudiantes con necesidades académicas especiales, según lo previsto en el artículo 45 del RGAD).

El número de créditos mínimos y máximos de matrícula para cada régimen de dedicación son:

**Tabla 1. Relación de créditos mínimos y máximos de matrícula**

	Tiempo Completo		Tiempo Parcial	
	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima
Primer curso	30	60	12	30
Resto de cursos	30	60	12	30

## 1.2.- Justificación del interés del título y contextualización

*(Incluir enlace o dirección de acceso a documento pdf.)*

La configuración del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) obligó al replanteamiento de los planes de estudio universitarios, haciendo necesario crear una nueva vía de acceso al Doctorado a través del Máster de Investigación. En primer lugar, por tanto, la 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 (curso 2009/2010), 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 profundiza significativamente en estas competencias y debe ser capaz de formar finalmente expertos con una excelente capacidad de análisis, prospección, resolución y evaluación de proyectos de investigación.

Según se evidencia, a tenor de los proyectos presentados en las diferentes líneas de acción relacionadas, las aportaciones y enfoques de las instituciones e investigadores involucrados en los distintos proyectos, presentados como equipos de investigación obligadamente interdisciplinares, suelen privilegiar la tecnología y la innovación 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, aun 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 Universitario 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 alumnado 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.

### **1.3.- Objetivos formativos**

#### **Principales objetivos formativos del título**

- 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.

En relación a estos objetivos, el diseño del título se atiene a las normas y regulaciones vigentes respecto a la igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, contemplados en la Ley 1/2013 de 29 de noviembre, 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 (<https://sacu.us.es>). Las garantías de igualdad de género están supervisadas por la Unidad para la Igualdad de la Universidad de Sevilla encargada de vigilar las mismas y de promover políticas de igualdad.

## Objetivos formativos de las menciones o especialidades

*(Completar solo en caso de que el plan de estudios contemple menciones o especialidades de acuerdo a las orientaciones de la guía de verificación).*

## Estructuras curriculares específicas y Estrategias metodológicas de innovación docente específicas y justificación de sus objetivos

*(Completar solo en caso de que el plan de estudios las contemple. Incluir enlace a documento pdf.)*

## Perfiles fundamentales de egreso a los que se orientan las enseñanzas y profesiones reguladas

**Tabla 2. Perfiles de egreso**

<b>Perfiles de egreso:</b>	El máster contempla las siguientes salidas profesionales: - Gestión de medios.
----------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesionales de industrias culturales</li> <li>- Gestión de políticas públicas de comunicación: turismo, políticas educativas, patrimonio histórico, etc.</li> <li>- Experto en gestión del conocimiento y sistemas de información.</li> <li>- Gabinetes de comunicación.</li> <li>- Analista de la comunicación y sus procesos.</li> </ul> <p>En cuanto a salidas académicas se refiere, 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". Aporta, además, una base teórica y metodológica para la formación de investigadores en el ámbito de la comunicación, un conocimiento básico para el uso de las herramientas de investigación en ciencias sociales, así como del uso de bases de datos y referencias en bibliotecas físicas y en red, principalmente destinada a la formación de futuros docentes e investigadores en el campo. Cabe destacar la posibilidad de realizar el Doctorado con especial vinculación hacia el <u>Doctorado Interuniversitario en Comunicación</u>.</p>
Habilita para profesión regulada:	[no]
Profesión regulada:	
Acuerdo:	
Norma:	
Condición de acceso para título profesional:	[no]
Título profesional:	

## 2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje (ESG 1.2)

Tabla 3. Resultados de aprendizaje

Código	Descripción	Tipo
C01	Conoce y distingue los conceptos originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en un contexto de investigación.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C02	Conoce las más importantes tradiciones académicas de la investigación en comunicación en el mundo para desarrollar el interés por participar de las motivaciones, valores y objetivos de estos ámbitos.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C03	Identifica la existencia de diferentes paradigmas científicos en la investigación aplicada en comunicación para 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.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C04	Se reconoce como destinatario de una serie extensa de recursos tecnológicos, sociales, económicos, documentales, etc. dedicados a la investigación de excelencia, que le permiten generar el estímulo para abordar investigaciones complejas y de calidad.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C05	Conoce en profundidad y maneja con suficiencia las diversas metodologías de investigación, tanto cualitativas como cuantitativas, empleadas en la	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>

	investigación de la comunicación y la cultura de masas.	
C06	Identifica las principales teorías y elementos mediadores de la comunicación y la política en procesos democráticos.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C07	Conoce las políticas de evaluación de la calidad de la investigación que se aplican en el ámbito andaluz, español e internacional, así como los criterios de valoración de las mismas para que el alumnado pueda adecuar su investigación en relación con dichos referentes.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C08	Maneja las fuentes y recursos documentales (impresos, audiovisuales, digitales, en línea, etc.) para la investigación teórica y aplicada en comunicación, para generar, a partir de las aplicaciones tecnológicas específicas del campo, nuevos recursos documentales que promuevan mejores investigaciones futuras.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C09	Conoce y maneja apropiadamente las herramientas conceptuales y metodológicas más importantes para el análisis y la interpretación de los discursos artísticos considerados en tanto que procesos de comunicación.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C10	Conoce las principales tendencias de la Historiografía aplicadas en el pasado y en el presente a la Historia de la Comunicación	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C11	Percibe 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.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
HD01	Introduce elementos conceptuales y metodológicos de análisis de la mediación social en procesos de cambio político.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD02	Comprende la estructura de las relaciones funcionales y dialécticas entre el subsistema informático y el sistema social.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD03	Propone estrategias para la autodeterminación, emancipación y participación etno-cultural en las democracias complejas.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD04	Plantea y desarrolla prácticas comunicativas que impliquen una mediación cultural, y reconoce críticamente aquéllas que son contrarias al pluralismo y a los derechos etno-culturales de las personas.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD05	Analiza las diferenciaciones y la diversidad cultural en etapas y modos comunicativos de la construcción social del "yo".	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD06	Comunica 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.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD07	Reconoce arquetipos iconológicos en el discurso audiovisual.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>

HD08	Comprende las corrientes complejas del pensamiento y aplica al análisis de la comunicación un enfoque estructural.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD9	Presenta 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.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD10	Expone y defiende correctamente el Trabajo Fin de Máster a través de una exposición oral, y debate con los académicos que participen en el acto de defensa a partir de argumentos correctos, profundos y correctamente expuestos.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD11	Comprende los discursos publicitarios y propagandísticos en tanto que inscritos en un determinado contexto estructural - social y económico – para desarrollar la capacidad de reflexionar críticamente acerca de su relevancia para el progreso de las sociedades.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD12	Comprende los problemas epistemológicos asociados a la investigación en Historia de la Comunicación y el Periodismo, para evaluar la pertinencia y relevancia social de las soluciones propuestas a lo largo de las últimas décadas.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
COM01	Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.	<i>Competencias (COM)</i>
COM02	Asimilar conocimientos complejos en relación con los procesos culturales y la comunicación y formular juicios a partir de dichos conocimientos.	<i>Competencias (COM)</i>
COM03	Comprender la complejidad inherente a los procesos comunicativos en las sociedades actuales, para poder desarrollar estrategias de investigación.	<i>Competencias (COM)</i>
COM04	Fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Humanos y a los principios de accesibilidad universal, igualdad, no discriminación y los valores democráticos y de la cultura de la paz.	<i>Competencias (COM)</i>
COM05	Aplicar los conocimientos adquiridos de modo que se puedan resolver o encarar problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.	<i>Competencias (COM)</i>
COM06	Detectar carencias de la investigación en el campo de la comunicación, mediante la aplicación e integración de los conocimientos y habilidades adquiridos.	<i>Competencias (COM)</i>
COM07	Promover el progreso y desarrollar y fomentar el espíritu emprendedor.	<i>Competencias (COM)</i>
COM08	Competencias para continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.	<i>Competencias (COM)</i>
COM09	Saber comunicar las conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan	<i>Competencias (COM)</i>

	a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.	
COM10	Integrar conocimientos de diversos ámbitos académicos, de manera que se puedan comprender, en clave interdisciplinar, los fenómenos complejos abordados por la investigación en comunicación.	<i>Competencias (COM)</i>
COM11	Identificar e inferir criterios y valores explícitos o implícitos en las nociones teóricas o prácticas aprendidas, para suscitar la reflexión sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de esos conocimientos y juicios.	<i>Competencias (COM)</i>
COM12	Reconocerse vinculado con los valores de igualdad, tolerancia, paz y compromiso social fomentados en el Máster, para ser capaces de articular propuestas de investigación aplicada o estrategias de comunicación conducentes a la promoción de estos valores.	<i>Competencias (COM)</i>
COM13	Tener motivación para emprender iniciativas empresariales, sociales, culturales, etc. en el ámbito de la comunicación y la cultura	<i>Competencias (COM)</i>
COM14	Justificar, planificar y estructurar metodológicamente una investigación científica aplicada a problemas presentes, pasados o futuros de la comunicación social.	<i>Competencias (COM)</i>
COM15	Enjuiciar críticamente la denominada cultura mosaico o de vasos comunicantes	<i>Competencias (COM)</i>
COM16	Proyectar sus investigaciones sobre los procesos comunicativos y la cultura en beneficio de sectores menos protegidos de la sociedad.	<i>Competencias (COM)</i>

### 3. Admisión, reconocimiento y movilidad (ESG 1.4)

#### 3.1.- Requisitos de acceso y procedimientos de admisión

¿Cumple requisitos de acceso según legislación vigente? [si]

##### 3.1.b)-PROCEDIMIENTO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

La Universidad de Sevilla no dispone de una normativa específica propia sobre el acceso y admisión a los títulos de Máster Universitario, dado que, a los únicos efectos del ingreso en los centros universitarios, todas las Universidades públicas andaluzas se constituyen en un distrito único, según dispone el artículo 73 del [DECRETO LEGISLATIVO 1/2013 de 8 de enero](#), por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley Andaluza de Universidades.

##### A. Requisitos de acceso

En el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, se indica lo siguiente en relación con los criterios de acceso a las enseñanzas oficiales de Máster Universitario:

*“1. La posesión de un título universitario oficial de Graduada o Graduado español o equivalente es condición para acceder a un Máster Universitario, o en su caso disponer de otro título de Máster Universitario, o títulos del mismo nivel que el título*

*español de Grado o Máster expedidos por universidades e instituciones de educación superior de un país del EEES que en dicho país permita el acceso a los estudios de Máster.*

*2. De igual modo, podrán acceder a un Máster Universitario del sistema universitario español personas en posesión de títulos procedentes de sistemas educativos que no formen parte del EEES, que equivalgan al título de Grado, sin necesidad de homologación del título, pero sí de comprobación por parte de la universidad del nivel de formación que implican, siempre y cuando en el país donde se haya expedido dicho título permita acceder a estudios de nivel de postgrado universitario. En ningún caso el acceso por esta vía implicará la homologación del título previo del que disponía la persona interesada ni su reconocimiento a otros efectos que el de realizar los estudios de Máster.”*

## **B. Admisión**

Por otra parte, en el mismo artículo 18 del Real Decreto 822/2021, se indica lo siguiente en relación con los procedimientos de admisión a las enseñanzas oficiales de Máster Universitario:

*“3. Las universidades garantizarán una información transparente y accesible sobre los procedimientos de admisión, y deberán disponer de sistemas de orientación al estudiantado. Asimismo, asegurarán que dicha información y los procedimientos de admisión tengan en cuenta al estudiantado con discapacidad o con necesidades específicas, y dispondrán de servicios de apoyo y asesoramiento adecuados.*

*4. Las universidades podrán excepcionalmente establecer, a partir de normativas específicas aprobadas por sus órganos de Gobierno, procedimientos de matrícula condicionada para el acceso a un Máster Universitario. Esta consistirá en permitir que un o una estudiante de Grado al que le reste por superar el TFG y como máximo hasta 9 créditos ECTS, podrá acceder y matricularse en un Máster Universitario, si bien en ningún caso podrá obtener el título de Máster si previamente no ha obtenido el título de Grado. Las universidades garantizarán la prioridad en la matrícula de los y las estudiantes que dispongan del título universitario oficial de Graduada o Graduado. En este procedimiento podrán ser tenidos en cuenta los créditos pendientes de reconocimiento o transferencia en el título de Grado, o la exigencia de superación de un determinado nivel de conocimiento de un idioma extranjero para la obtención del título.*

*5. Las universidades o los centros regularán la admisión en las enseñanzas de Máster Universitario, estableciendo requisitos específicos y, en caso de ser necesarios, complementos formativos, cuya carga en créditos no podrá superar el equivalente al 20 por ciento de la carga crediticia del título. Los créditos de complementos formativos tendrán la misma consideración que el resto de los créditos del plan de estudios del título de Máster Universitario.*

*6. Las universidades reservarán, al menos, un 5 por ciento de las plazas ofertadas en los títulos universitarios oficiales de Máster Universitario para estudiantes que tengan reconocido un grado de discapacidad igual o superior al 33 por ciento, así como para estudiantes con necesidades de apoyo educativo permanentes asociadas a circunstancias personales de discapacidad, que en sus estudios anteriores hayan precisado de recursos y apoyos para su plena inclusión educativa”*

Como ya se ha indicado, de acuerdo con las previsiones del Art. 75 de la Ley 15/2003 Andaluza de Universidades, a los únicos efectos del ingreso en los centros universitarios, todas las Universidades públicas andaluzas se constituyen en un distrito único. En consecuencia, los procesos de admisión de alumnos se realizan de acuerdo con los criterios que establezca la Comisión de Distrito Único Andaluz, considerándose en los mismos la existencia de estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad. En la siguiente página web se puede consultar toda la documentación del proceso:

<https://www.juntadeandalucia.es/economiaconocimientoempresasyuniversidad/sguit/?q=masteres>

Según las disposiciones del Distrito Único Universitario de Andalucía por las que se establece el procedimiento para el ingreso en los Másteres universitarios, el criterio de prelación en la adjudicación de plazas tendrá en cuenta “los requisitos de admisión y los criterios en el orden de preferencia que para cada Máster se haya establecido en la correspondiente memoria de implantación, o en su defecto, por la Comisión Académica correspondiente”.

La Comisión Académica del Máster establecerá y aplicará los criterios de selección, siempre respetando los principios de mérito e igualdad de oportunidades.

Adicionalmente y en atención a lo dispuesto en el apartado 5 anterior la Comisión del Distrito Único Andaluz ha adoptado el siguiente acuerdo:

Resolución de 25 de mayo de 2022, de la Dirección General de Universidades, por la que se hace público el Acuerdo de 17 de mayo de 2022, de la Comisión del Distrito Único Universitario de Andalucía, por el que se regula el procedimiento de admisión en los estudios de máster universitario de las universidades públicas andaluzas, conforme a lo previsto en el artículo 18.4 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

Igualmente, en relación con el procedimiento de admisión en los másteres del ámbito de la Ingeniería y la Arquitectura, ha adoptado el siguiente acuerdo:

Resolución de 25 de mayo de 2022, de la Dirección General de Universidades, por la que se hace público el Acuerdo de 17 de mayo de 2022, de la Comisión del Distrito Único Universitario de Andalucía, por el que se regula el procedimiento de admisión en los estudios de grado y máster vinculados en los programas académicos con recorridos sucesivos aprobados en el seno de las universidades públicas de Andalucía, conforme a lo previsto en la disposición adicional novena del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad

### Perfil de ingreso

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

	DENOMINACIÓN	PREFER.
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
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.

### 3.2.- Criterios para el reconocimiento y transferencia de créditos

*(Se completará la tabla con los créditos aplicables al título y en %. En caso de no reconocer ECTS se completará con un 0)*

Tabla 4. Reconocimiento de créditos (%).

Tipos de reconocimiento	Mínimo	Máximo	Documento
Créditos cursados en Centros de formación profesional de grado superior	0	0	Adjuntar convenio
Créditos cursados en Títulos propios	0	9 – (15%)	Adjuntar documento título propio
Créditos cursados por Acreditación Experiencia Laboral y Profesional	0	9 – (15%)	Adjuntar documento indicando el tiempo y asignaturas que podrán ser objeto de reconocimiento

Enlace a la Normativa reguladora de Reconocimiento y Transferencia de Créditos en la Universidad de Sevilla: <https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/yKP4Fx4pyKCC848>

### 3.3.- Procedimiento para la organización de la movilidad de estudiantes propios y de acogida

La movilidad de estudiantes propios y de acogida en el Máster Universitario en Comunicación y Cultura se regirá por la normativa y convocatorias vigentes de la Universidad de Sevilla: <https://www.us.es/internacional/movilidad/estudiante-us/movilidad-internacional>

#### Movilidad específica del título

Este título no tiene movilidad específica.

## 4. Planificación de las Enseñanzas (ESG 1.3)

### 4.1.- Estructura del plan de estudios

<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/sq9t4bDxotjt6sG>

Tabla 5. Estructura del plan de estudios

Créditos de formación básica	0
Créditos obligatorios	25
Créditos optativos	25
Créditos de prácticas académicas externas	0
Créditos de Trabajo Fin de Máster	10
Total Créditos ECTS	60

Tabla 6. Resumen del plan de estudios (estructura semestral)

Cursos	Semestre	
	Semestre 1	Semestre 2
<b>Curso 1</b>	ECTS: 5 Asignatura: Teoría Crítica de la Cultura Tipología (carácter): Obligatoria Modalidad: presencial Lengua: española	ECTS: 5 Asignatura: Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación Tipología (carácter): Obligatoria Modalidad: presencial Lengua: española
	ECTS: 5 Asignatura: Introducción a la Investigación en Comunicación Tipología (carácter): Obligatoria Modalidad: presencial Lengua: española	ECTS: 5 Asignatura: Investigación en Comunicación Audiovisual Tipología (carácter): Obligatoria Modalidad: presencial Lengua: española
	ECTS: 5	ECTS: 10 Asignatura: Trabajo Fin de Máster Tipología (carácter): Trabajo Fin de Máster

Asignatura: Estructura de la Información y el Periodismo en el Contexto Digital Tipología (carácter): Obligatoria Modalidad: presencial Lengua: española	Modalidad: presencial Lengua: española
ECTS: 5 Asignatura: Literatura, Música y Comunicación Tipología (carácter): Optativa Modalidad: presencial Lengua: española	ECTS: 5 Asignatura: Estudios de Comunicación y Género Tipología (carácter): Optativa Modalidad: presencial Lengua: española
ECTS: 5 Asignatura: Fuentes e Información Científica en Comunicación Tipología (carácter): Optativa Modalidad: presencial Lengua: española	ECTS: 5 Asignatura: Estudios Visuales Tipología (carácter): Optativa Modalidad: presencial Lengua: española
ECTS: 5 Asignatura: Políticas de Comunicación para el Cambio Social Tipología (carácter): Optativa Modalidad: presencial Lengua: española	ECTS: 5 Asignatura: Tecnologías de la Cultura del Ocio Tipología (carácter): Optativa Modalidad: presencial Lengua: española
ECTS: 5 Asignatura: Historia Crítica de la Comunicación Tipología (carácter): Optativa Modalidad: presencial Lengua: española	ECTS: 5 Asignatura: Transformación Digital, Estrategias de Comunicación y Redes Sociales Tipología (carácter): Optativa Modalidad: presencial Lengua: española
ECTS: 5 Asignatura: Tecnopolítica y Activismo Digital Tipología (carácter): Optativa Modalidad: presencial Lengua: española	ECTS: 5 Asignatura: Investigar la Persuasión: Publicidad, Propaganda y Mediaciones Tipología (carácter): Optativa Modalidad: presencial Lengua: española
	ECTS: 5 Asignatura: Medios, Identidad, Migración e Interculturalidad Tipología (carácter): Optativa Modalidad: presencial Lengua: española

Tabla 7. Plan de estudios detallado

<b>MÓDULO 1.- EPISTEMOLOGÍA, TEORÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN (30 créditos)</b>	
<b>Materia /Asignatura 1:</b>	Teoría Crítica de la Cultura
<b>Número de créditos ECTS</b>	5
<b>Tipología</b>	Obligatoria
<b>Organización temporal</b>	Semestres 1
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	C01; C02; C03; C06; C07 HD01; HD02; HD03; HD06; HD08 COM01; COM02; COM03; COM04; COM05; COM06; COM08; COM09; COM10; COM11; COM15; COM16
<b>Asignaturas</b>	Teoría Crítica de la Cultura (semestre 1, 5 ECTS., español)
<b>Lenguas</b>	Española
<b>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</b>	1. Fundamentos de la teoría crítica. 2. Humanidades digitales y crítica cultural. 3. Estudio la memoria cultural: construcción y representación del pasado colectivo. 4. Cultura urbana y ciudadanía. 5. La agenda de los estudios culturales hoy.
<b>Actividades formativas/Metodologías docentes</b>	MD1, MD2, MD3 y MD4

  

Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)
AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100

	AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0
	AF3	Clases en Seminario	5	100
<b>Sistemas de evaluación</b>				
	<i>Cód.</i>	<i>Sistema de Evaluación</i>	<i>Ponderación mínima (%)</i>	<i>Ponderación máxima (%)</i>
	SE1	Prueba de duración corta para la evaluación continua	40	70
	SE2	Presentaciones orales	10	30
<b>Observaciones</b>				

<b>Materia/Asignatura 2: Introducción a la Investigación en Comunicación</b>																	
<b>Número de créditos ECTS</b>	5																
<b>Tipología</b>	Obligatoria																
<b>Organización temporal</b>	Semestre 1																
<b>Modalidad</b>	Presencial																
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	C01; C02; C03; C04; C07 HD02; HD06 COM01; COM02; COM04; COM05; COM06; COM07; COM08; COM10; COM11; COM12																
<b>Asignaturas</b>	Introducción a la Investigación en Comunicación (semestre 1, 5 ECTS, español).																
<b>Lenguas</b>	Española																
<b>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</b>	1. Definición de investigación en el campo de la Comunicación. 2. Planteamiento de un proyecto de investigación en el campo de la Comunicación. 3. Escuelas, tendencias y normativas. 4. Puesta en práctica de los conocimientos adquiridos.																
<b>Actividades formativas/Metodologías docentes</b>	MD1, MD2, MD3 y MD4																
	<table border="1"> <thead> <tr> <th><i>Cód.</i></th> <th><i>Actividad Formativa</i></th> <th><i>Nº Horas</i></th> <th><i>Presencialidad (%)</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AF1</td> <td>Clases Teórico-Prácticas</td> <td>40</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>AF2</td> <td>Trabajo autónomo del estudiante</td> <td>100</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>AF3</td> <td>Clases en Seminario</td> <td>10</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>	<i>Cód.</i>	<i>Actividad Formativa</i>	<i>Nº Horas</i>	<i>Presencialidad (%)</i>	AF1	Clases Teórico-Prácticas	40	100	AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0	AF3	Clases en Seminario	10	100
<i>Cód.</i>	<i>Actividad Formativa</i>	<i>Nº Horas</i>	<i>Presencialidad (%)</i>														
AF1	Clases Teórico-Prácticas	40	100														
AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0														
AF3	Clases en Seminario	10	100														
<b>Sistemas de evaluación</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th><i>Cód.</i></th> <th><i>Sistema de Evaluación</i></th> <th><i>Ponderación mínima (%)</i></th> <th><i>Ponderación máxima (%)</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE2</td> <td>Presentaciones orales</td> <td>5</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>SE3</td> <td>Trabajos e informes</td> <td>0</td> <td>80</td> </tr> </tbody> </table>	<i>Cód.</i>	<i>Sistema de Evaluación</i>	<i>Ponderación mínima (%)</i>	<i>Ponderación máxima (%)</i>	SE2	Presentaciones orales	5	20	SE3	Trabajos e informes	0	80				
<i>Cód.</i>	<i>Sistema de Evaluación</i>	<i>Ponderación mínima (%)</i>	<i>Ponderación máxima (%)</i>														
SE2	Presentaciones orales	5	20														
SE3	Trabajos e informes	0	80														
<b>Observaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar y diseñar una investigación en comunicación, haciendo hincapié en el planteamiento del problema, en la definición de los objetivos, en la formulación de las preguntas e hipótesis y en la construcción del marco teórico.</li> <li>- Aprender a escribir textos científicos de validez internacional, de acuerdo con los parámetros aceptados por la comunidad universitaria.</li> <li>- Saber organizar las fases y procesos de estos escritos, tanto en el momento previo a su desarrollo, como en el de la publicación y divulgación.</li> <li>- Llevar a la práctica la escritura de un artículo o capítulo de libro para una publicación científica real.</li> <li>- Desarrollar y exponer una comunicación científica a partir de un artículo preparado.</li> <li>- Trabajar de manera concreta, práctica y aplicada la divulgación, difusión y autopromoción de los resultados estudiados.</li> </ul>																

<b>Materia/Asignatura 3: Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación</b>	
<b>Número de créditos ECTS</b>	5
<b>Tipología</b>	Obligatoria
<b>Organización temporal</b>	Semestre 2
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	C01; C02; C03; C04; C05; C07; C09 HD02; HD06 COM01; COM02; COM05; COM06; COM08; COM09; COM10; COM11; COM12; COM14
<b>Asignaturas</b>	Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación (semestre 2, 5 ECTS, español)
<b>Lenguas</b>	Española
<b>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</b>	1. Principales métodos de la investigación cuantitativa y cualitativa 2. Herramientas informáticas de interpretación de datos cualitativos (NVivo, Atlas.ti). 3. Análisis de contenido y análisis crítico del discurso de textos mediáticos

<b>Actividades formativas/Metodologías docentes</b>	MD1, MD2, MD3 y MD4			
	<i>Cód.</i>	<i>Actividad Formativa</i>	<i>Nº Horas</i>	<i>Presencialidad (%)</i>
	AF1	Clases Teórico-Prácticas	40	100
	AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0%
	AF3	Clases en Seminario	10	100
<b>Sistemas de evaluación</b>	<i>Cód.</i>	<i>Sistema de Evaluación</i>	<i>Ponderación mínima (%)</i>	<i>Ponderación máxima (%)</i>
	SE2	Presentaciones orales	5	20
	SE3	Trabajos e informes	0	80
<b>Observaciones</b>				

<b>Materia/asignatura 4:</b> Políticas de Comunicación para el Cambio Social	
<b>Número de créditos ECTS</b>	5
<b>Tipología</b>	Optativa
<b>Organización temporal</b>	Semestre 1
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	C01; C03; C04; C06; C07 HD01; HD02; HD03; HD04; HD06; HD08 COM01; COM02; COM04; COM05; COM06; COM08; COM09; COM10; COM11; COM12; COM14; COM16
<b>Asignaturas</b>	Políticas de Comunicación para el Cambio Social (semestre 1, 5 ECTS, español)
<b>Lenguas</b>	Española
<b>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</b>	1. Políticas de la comunicación: concepto y variables. 2. Dinámicas entre los distintos agentes políticos y sociales. 3. Políticas de comunicación para la democracia y pluralismo. 4. Políticas de comunicación en la esfera virtual.

<b>Actividades formativas/Metodologías docentes</b>	MD1, MD2, MD3 y MD4			
	<i>Cód.</i>	<i>Actividad Formativa</i>	<i>Nº Horas</i>	<i>Presencialidad (%)</i>
	AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100
	AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0
	AF3	Clases en Seminario	5	100
<b>Sistemas de evaluación</b>	<i>Cód.</i>	<i>Sistema de Evaluación</i>	<i>Ponderación mínima (%)</i>	<i>Ponderación máxima (%)</i>
	SE2	Presentaciones orales	5	50
	SE3	Trabajos e informes	0	70
<b>Observaciones</b>				

<b>Materia/asignatura 5:</b> Medios, identidad, migración e interculturalidad				
<b>Número de créditos ECTS</b>	5			
<b>Tipología</b>	Optativa			
<b>Organización temporal</b>	Semestre 2			
<b>Modalidad</b>	Presencial			
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	C01; C03; C04; C05; C07; C09 HD01; HD03; HD04; HD05; HD06 COM01; COM02; COM04; COM05; COM06; COM08; COM09; COM10; COM11; COM12; COM14; COM16			
<b>Asignaturas</b>	Medios, identidad, migración e interculturalidad (semestre 2, 5 ECTS, español)			
<b>Lenguas</b>	Española			
<b>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</b>	1. Aproximaciones a las nociones de cultura(s), identidad, pertenencia y significación. 2. Interculturalidad, Multiculturalismo, Transculturalidad. 3. Formas de acción comunicativa en mediación, intervención e intermediación. 4. Perspectiva comunicativa de los procesos migratorios y globalizadores.			
<b>Actividades formativas/Metodologías docentes</b>	MD1, MD2, MD3 y MD4			
	<i>Cód.</i>	<i>Actividad Formativa</i>	<i>Nº Horas</i>	<i>Presencialidad (%)</i>
	AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100

AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0
AF3	Clases en Seminario	5	100

**Sistemas de evaluación**

Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
SE2	Presentaciones orales	5	20
SE3	Trabajos e informes	0	80

**Observaciones**

**Materia/asignatura 6:** Fuentes e Información Científica en Comunicación

**Número de créditos ECTS** 5

**Tipología** Optativa

**Organización temporal** Semestre 1

**Modalidad** Presencial

**Resultados del proceso de formación y aprendizaje** C01; C02; C03; C04; C07; C08  
HD06

COM01; COM02; COM05; COM06; COM08; COM09; COM10; COM11; COM14

**Asignaturas** Fuentes e información científica en comunicación (semestre 1, 5 ECTS, español)

**Lenguas** Española

**Contenidos propios del módulo/materia/asignatura**  
1. Introducción a la información científica en Comunicación.  
2. Las fuentes en la investigación científica en Comunicación: búsqueda y recuperación selectiva de información.

**Actividades formativas/Metodologías docentes** MD1, MD2, MD3 y MD4

Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)
AF1	Clases Teórico-Prácticas	17	100
AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0
AF3	Clases en Seminario	8	100

**Sistemas de evaluación**

Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
SE2	Presentaciones orales	0	40
SE3	Trabajos e informes	0	60

**Observaciones**

**MÓDULO II: TENDENCIAS DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN (35 créditos)**

**Materia/Asignatura 7:** Investigación en Comunicación Audiovisual

**Número de créditos ECTS** 5

**Tipología** Obligatoria

**Organización temporal** Semestre 2

**Modalidad** Presencial

**Resultados del proceso de formación y aprendizaje** C01; C02; C03; C04; C05; C07  
HD06; HD07; HD08

COM01; COM02; COM04; COM05; COM06; COM08; COM09; COM10; COM11; COM12; COM14; COM16

**Asignaturas** Investigación en Comunicación Audiovisual (semestre 2, 5 ECTS, español)

**Lenguas** Española

**Contenidos propios del módulo/materia/asignatura**  
1. La investigación en comunicación audiovisual. Protocolo y elementos básicos.  
2. Investigar el relato audiovisual. Corrientes y tendencias.

**Actividades formativas/Metodologías docentes** MD1, MD2, MD3 y MD4

Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)
AF1	Clases Teórico-Prácticas	40	100
AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0
AF3	Clases en Seminario	10	100

**Sistemas de evaluación**

Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
SE2	Presentaciones orales	0	100
SE3	Trabajos e informes	0	100

## Observaciones

### Materia/Asignatura 8: Estructura de la Información y el Periodismo en el Contexto Digital

Número de créditos ECTS	5
Tipología	Obligatoria
Organización temporal	Semestre 1
Modalidad	Presencial
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	C01; C02; C03; C04; C06; C07 HD01; HD02; HD03; HD04; HD06; HD08 COM01; COM02; COM03; COM04; COM05; COM06; COM08; COM09; COM10; COM11; COM12; COM14; COM16
Asignaturas	Estructura de la Información y el Periodismo en el Contexto Digital (semestre 1, 5 ECTS, español)
Lenguas	Española
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	1. Economía política de la comunicación y estructura de la información 2. Modelos teóricos, realidad de los medios y las estructuras de poder. 3. Pensamiento complejo, profesión periodística y contexto digital. 4. Interconexiones económicas, políticas y mediáticas

#### Actividades formativas/Metodologías docentes

MD1, MD2, MD3 y MD4

Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)
AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100
AF2	Trabajo Autónomo del estudiante	100	0
AF3	Clases en Seminario	5	100

#### Sistemas de evaluación

Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
SE1	Pruebas de duración corta para la evaluación continua	5	5
SE2	Presentaciones orales	55	75
SE3	Trabajos e informes	35	40

## Observaciones

### Materia/asignatura 9: Historia crítica de la comunicación

Número de créditos ECTS	5
Tipología	Optativa
Organización temporal	Semestre 1
Modalidad	Presencial
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	C01; C02; C03; C04; C05; C07; C10 HD06; HD12 COM01; COM02; COM04; COM05; COM06; COM08; COM09; COM10; COM11; COM12; COM13; COM14
Asignaturas	Historia crítica de la comunicación (semestre 1, 5 ECTS, español)
Lenguas	Española
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	1. Perspectivas historiográficas empleadas en la construcción de la Historia de la Comunicación 2. Procesos e hitos de la Historia de la Comunicación. 3. Metodologías, fuentes y recursos para una Historia Crítica de la Comunicación.

#### Actividades formativas/Metodologías docentes

MD1, MD2, MD3 y MD4

Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)
AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100
AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0
AF3	Clases en Seminario	5	100

#### Sistemas de evaluación

Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
SE2	Presentaciones orales	5	20
SE3	Trabajos e informes	0	80

## Observaciones

<b>Materia/asignatura 10:</b> Investigar la persuasión: publicidad, propaganda y mediaciones																			
<b>Número de créditos ECTS</b>	5																		
<b>Tipología</b>	Optativa																		
<b>Organización temporal</b>	Semestre 2																		
<b>Modalidad</b>	Presencial																		
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	C01; C02; C03; C04; C05; C07 HD04; HD05; HD06; HD11 COM01; COM02; COM03; COM04; COM05; COM06; COM08; COM09; COM10; COM11; COM12; COM13; COM14; COM16																		
<b>Asignaturas</b>	Investigar la persuasión: publicidad, propaganda y mediaciones (semestre 2, 5 ECTS, español)																		
<b>Lenguas</b>	Española																		
<b>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</b>	1. Comunicación persuasiva: delimitación conceptual, formas y herramientas. 2. Ideología, propaganda y publicidad. 3. Métodos y técnicas de investigación de la comunicación persuasiva. 5. Tendencias en comunicación persuasiva. 4. Análisis crítico de la comunicación persuasiva. Estudio de casos.																		
<b>Actividades formativas/Metodologías docentes</b>	MD1, MD2, MD3 y MD4																		
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cód.</th> <th>Actividad Formativa</th> <th>Nº Horas</th> <th>Presencialidad (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AF1</td> <td>Clases Teórico-Prácticas</td> <td>20</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>AF2</td> <td>Trabajo autónomo del estudiante</td> <td>100</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>AF3</td> <td>Clases en Seminario</td> <td>5</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>	Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)	AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100	AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0	AF3	Clases en Seminario	5	100		
Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)																
AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100																
AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0																
AF3	Clases en Seminario	5	100																
<b>Sistemas de evaluación</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cód.</th> <th>Sistema de Evaluación</th> <th>Ponderación mínima (%)</th> <th>Ponderación máxima (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE2</td> <td>Presentaciones orales</td> <td>0</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>SE3</td> <td>Trabajos e informes</td> <td>0</td> <td>60</td> </tr> </tbody> </table>	Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)	SE2	Presentaciones orales	0	40	SE3	Trabajos e informes	0	60						
Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)																
SE2	Presentaciones orales	0	40																
SE3	Trabajos e informes	0	60																
<b>Observaciones</b>																			

<b>Materia/asignatura 11:</b> Transformación Digital, Estrategias de Comunicación y Redes Sociales																			
<b>Número de créditos ECTS</b>	5																		
<b>Tipología</b>	Optativa																		
<b>Organización temporal</b>	Semestre 1																		
<b>Modalidad</b>	Presencial																		
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	C01; C02; C03; C05; C06; C07 HD01; HD02; HD06 COM01; COM02; COM03; COM05; COM06; COM07; COM08; COM09; COM11; COM13; COM14; COM16																		
<b>Asignaturas</b>	Transformación Digital, Estrategias de Comunicación y Redes Sociales (semestre 1, 5 ECTS, español)																		
<b>Lenguas</b>	Española																		
<b>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</b>	1. Nuevos canales y plataformas para conectar con los públicos. 2. Tendencias tecnológicas innovadoras en comunicación. 3. Big data y métricas para la retroalimentación y la prospectiva. 4. Redes sociales: tipologías y funcionamiento. 5. Amateurismo vs. profesionalización: nuevos perfiles y roles.																		
<b>Actividades formativas/Metodologías docentes</b>	MD1, MD2, MD3 y MD4																		
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cód.</th> <th>Actividad Formativa</th> <th>Nº Horas</th> <th>Presencialidad (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AF1</td> <td>Clases Teórico-Prácticas</td> <td>20</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>AF2</td> <td>Trabajo autónomo del estudiante</td> <td>100</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>AF3</td> <td>Clases en Seminario</td> <td>5</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>	Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)	AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100	AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0	AF3	Clases en Seminario	5	100		
Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)																
AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100																
AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0																
AF3	Clases en Seminario	5	100																
<b>Sistemas de evaluación</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cód.</th> <th>Sistema de Evaluación</th> <th>Ponderación mínima (%)</th> <th>Ponderación máxima (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE2</td> <td>Presentaciones orales</td> <td>5</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>SE3</td> <td>Trabajos e informes</td> <td>0</td> <td>80</td> </tr> </tbody> </table>	Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)	SE2	Presentaciones orales	5	20	SE3	Trabajos e informes	0	80						
Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)																
SE2	Presentaciones orales	5	20																
SE3	Trabajos e informes	0	80																
<b>Observaciones</b>																			

<b>Materia/asignatura 12:</b> Estudios de comunicación y género			
<b>Número de créditos ECTS</b>	5		

<b>Tipología</b>	Optativa																
<b>Organización temporal</b>	Semestre 2																
<b>Modalidad</b>	Presencial																
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	C01; C02; C03; C04; C07 HD01; HD02; HD03; HD04; HD05; HD06 COM01; COM02; COM03; COM04; COM05; COM06; COM07; COM08; COM09; COM10; COM11; COM12; COM13; COM14; COM16																
<b>Asignaturas</b>	Estudios de comunicación y género (semestre 2, 5 ECTS, español)																
<b>Lenguas</b>	Española																
<b>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</b>	1. Introducción conceptual: género/s, feminismo/s, patriarcado, androcentrismo, sexismo, desigualdad, equidad, violencia, violencia mediática. 2. La comunicación mediática desde un enfoque feminista 3. Principales corrientes en los estudios de comunicación y género 4. Periodismo y contenidos feministas en la actualidad 5. Apuntes sobre ficción, telerrealidad e igualdad.																
<b>Actividades formativas/Metodologías docentes</b>	MD1, MD2, MD3 y MD4																
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cód.</th> <th>Actividad Formativa</th> <th>Nº Horas</th> <th>Presencialidad (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AF1</td> <td>Clases Teórico-Prácticas</td> <td>20</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>AF2</td> <td>Trabajo autónomo del estudiante</td> <td>100</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>AF3</td> <td>Clases en Seminario</td> <td>5</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>	Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)	AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100	AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0	AF3	Clases en Seminario	5	100
Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)														
AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100														
AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0														
AF3	Clases en Seminario	5	100														
<b>Sistemas de evaluación</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cód.</th> <th>Sistema de Evaluación</th> <th>Ponderación mínima (%)</th> <th>Ponderación máxima (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE2</td> <td>Presentaciones orales</td> <td>0</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>SE3</td> <td>Trabajos e informes</td> <td>0</td> <td>60</td> </tr> </tbody> </table>	Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)	SE2	Presentaciones orales	0	40	SE3	Trabajos e informes	0	60				
Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)														
SE2	Presentaciones orales	0	40														
SE3	Trabajos e informes	0	60														
<b>Observaciones</b>																	

<b>Materia/asignatura 13: Tecnopolítica y Activismo Digital</b>																	
<b>Número de créditos ECTS</b>	5																
<b>Tipología</b>	Optativa																
<b>Organización temporal</b>	Semestre 1																
<b>Modalidad</b>	Presencial																
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	C01; C02; C03; C04; C05; C06; C07; C08; C09; C10; C11 HD01; HD02; HD03; HD04; HD05; HD06; HD07; HD08; HD09; HD10; HD11; HD12 COM01; COM02; COM03; COM04; COM05; COM06; COM07; COM08; COM09; COM10; COM11; COM12; COM13; COM14; COM15; COM16																
<b>Asignaturas</b>	Tecnopolítica y Activismo Digital (semestre 1, 5 ECTS, español)																
<b>Lenguas</b>	Española																
<b>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</b>	1. Tecnopolítica, nuevas definiciones y desarrollos teóricos. 2. Ciberactivismo: análisis de estrategias tecnopolíticas. 3. Videoactivismo y cambio social.																
<b>Actividades formativas/Metodologías docentes</b>	MD1, MD2, MD3 y MD4																
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cód.</th> <th>Actividad Formativa</th> <th>Nº Horas</th> <th>Presencialidad (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AF1</td> <td>Clases Teórico-Prácticas</td> <td>20</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>AF2</td> <td>Trabajo autónomo del estudiante</td> <td>100</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>AF3</td> <td>Clases en Seminario</td> <td>5</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>	Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)	AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100	AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0	AF3	Clases en Seminario	5	100
Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)														
AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100														
AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0														
AF3	Clases en Seminario	5	100														
<b>Sistemas de evaluación</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cód.</th> <th>Sistema de Evaluación</th> <th>Ponderación mínima (%)</th> <th>Ponderación máxima (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE2</td> <td>Presentaciones orales</td> <td>20</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>SE3</td> <td>Trabajos e informes</td> <td>30</td> <td>60</td> </tr> </tbody> </table>	Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)	SE2	Presentaciones orales	20	40	SE3	Trabajos e informes	30	60				
Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)														
SE2	Presentaciones orales	20	40														
SE3	Trabajos e informes	30	60														
<b>Observaciones</b>																	

<b>MÓDULO 3.- TEORÍA DE LA CULTURA Y EL ESPECTÁCULO (15 créditos)</b>	
<b>Materia/asignatura 14: Literatura, música y comunicación</b>	
<b>Número de créditos ECTS</b>	5
<b>Tipología</b>	Optativa
<b>Organización temporal</b>	Semestre 1
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	C01; C04; C05; C07; C09; C11 HD06 COM01; COM02; COM05; COM06; COM08; COM09; COM10; COM11; COM12; COM14 Literatura, música y comunicación (semestre 1, 5 ECTS, español)																		
<b>Asignaturas</b>	Española																		
<b>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</b>	1. La comunicación literaria 2. La comunicación musical 3. Relaciones entre música y literatura 4. Análisis de discursos literarios y musicales: implicaciones comunicativas 5. Propuestas creativas en los ámbitos comunicacionales, literarios y musicales.																		
<b>Actividades formativas/Metodologías docentes</b>	MD1, MD2, MD3 y MD4																		
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cód.</th> <th>Actividad Formativa</th> <th>Nº Horas</th> <th>Presencialidad (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AF1</td> <td>Clases Teórico-Prácticas</td> <td>20</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>AF2</td> <td>Trabajo autónomo del estudiante</td> <td>100</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>AF3</td> <td>Clases en Seminario</td> <td>5</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>	Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)	AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100	AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0	AF3	Clases en Seminario	5	100		
Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)																
AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100																
AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0																
AF3	Clases en Seminario	5	100																
<b>Sistemas de evaluación</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cód.</th> <th>Sistema de Evaluación</th> <th>Ponderación mínima (%)</th> <th>Ponderación máxima (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE2</td> <td>Presentaciones orales</td> <td>0</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>SE3</td> <td>Trabajos e informes</td> <td>0</td> <td>60</td> </tr> </tbody> </table>	Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)	SE2	Presentaciones orales	0	40	SE3	Trabajos e informes	0	60						
Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)																
SE2	Presentaciones orales	0	40																
SE3	Trabajos e informes	0	60																
<b>Observaciones</b>																			

<b>Materia/asignatura 15: Estudios Visuales</b>																			
<b>Número de créditos ECTS</b>	5																		
<b>Tipología</b>	Optativa																		
<b>Organización temporal</b>	Semestre 2																		
<b>Modalidad</b>	Presencial																		
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	C01; C02; C04; C05; C07; C09 HD02; HD06 COM01; COM02; COM03; COM05; COM08; COM09; COM10; COM11; COM14; COM16																		
<b>Asignaturas</b>	Estudios Visuales (semestre 2, 5 ECTS, español)																		
<b>Lenguas</b>	Española																		
<b>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</b>	1. Epistemología de la visualidad. 1.1. Nociones preliminares: Ver y mirar. 1.2. Teorías y enfoques sobre el estudio de la visualidad. 2. Análisis de imágenes artísticas y no artísticas: Estudios de caso. 2.1. La investigación visual con imágenes creadas. Métodos y estudio de casos 2.2. La investigación visual con la creación de imágenes. Métodos y estudio de casos																		
<b>Actividades formativas/Metodologías docentes</b>	MD1, MD2, MD3 y MD4																		
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cód.</th> <th>Actividad Formativa</th> <th>Nº Horas</th> <th>Presencialidad (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AF1</td> <td>Clases Teórico-Prácticas</td> <td>20</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>AF2</td> <td>Trabajo autónomo del estudiante</td> <td>100</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>AF3</td> <td>Clases en Seminario</td> <td>5</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>	Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)	AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100	AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0	AF3	Clases en Seminario	5	100		
Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)																
AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100																
AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0																
AF3	Clases en Seminario	5	100																
<b>Sistemas de evaluación</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cód.</th> <th>Sistema de Evaluación</th> <th>Ponderación mínima (%)</th> <th>Ponderación máxima (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE2</td> <td>Presentaciones orales</td> <td>10</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>SE3</td> <td>Trabajos e informes</td> <td>10</td> <td>80</td> </tr> </tbody> </table>	Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)	SE2	Presentaciones orales	10	20	SE3	Trabajos e informes	10	80						
Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)																
SE2	Presentaciones orales	10	20																
SE3	Trabajos e informes	10	80																
<b>Observaciones</b>																			

<b>Materia/asignatura 15: Tecnologías de la Cultura del Ocio</b>			
<b>Número de créditos ECTS</b>	5		
<b>Tipología</b>	Optativa		
<b>Organización temporal</b>	Semestre 2		
<b>Modalidad</b>	Presencial		
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	C01; C04; C05; C08; C09; C11 HD06; HD07 COM02; COM03; COM05; COM07; COM08; COM09; COM14; COM16		
<b>Asignaturas</b>	Tecnologías de la Cultura del Ocio (semestre 2, 5 ECTS, español)		
<b>Lenguas</b>	Española		

<b>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Una aproximación a la historia de los medios del tercer entorno.</li> <li>Procesos teóricos en relación con el panorama de la tecnología digital.</li> <li>Procesos teóricos del videojuego y de la ficción digital. Intermedialidad y transmedialidad.</li> <li>Praxis de las tecnologías del ocio digital.</li> </ol>
---	--

<b>Actividades formativas/Metodologías docentes</b>	MD1, MD2, MD3 y MD4
---	---------------------

Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)
AF1	Clases Teórico-Prácticas	20	100
AF2	Trabajo autónomo del estudiante	100	0
AF3	Clases en Seminario	5	100

<b>Sistemas de evaluación</b>	
-------------------------------	--

Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
SE2	Presentaciones orales	5	20
SE3	Trabajos e informes	0	80

<b>Observaciones</b>	
----------------------	--

#### MÓDULO 4.- TRABAJO FIN DE MÁSTER (10 créditos)

<b>Materia/asignatura 17:</b>	Trabajo Fin de Máster
-------------------------------	-----------------------

<b>Número de créditos ECTS</b>	10
--------------------------------	----

<b>Tipología</b>	Obligatoria
------------------	-------------

<b>Organización temporal</b>	Semestre 2
------------------------------	------------

<b>Modalidad</b>	Presencial
------------------	------------

<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	C01; C02; C03; C04; C05; C06; C08; C11 HD06; HD09; HD10 COM01; COM02; COM04; COM05; COM06; COM07; COM08; COM09; COM10; COM11; COM12; COM14
--	--

<b>Asignaturas</b>	Trabajo Fin de Máster (semestre 2, 10 ECTS, español)
--------------------	--

<b>Lenguas</b>	Española
----------------	----------

<b>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</b>	<p>El TFM comprende y se basa sobre cualquiera de los contenidos desarrollados a lo largo del máster. Por tanto, los Trabajos de Fin de Máster podrán tener como tema cualquier proyecto relacionado con aspectos teóricos o prácticos de procesos comunicativos con especial atención a su dimensión sociocultural.</p> <p>Esencialmente los TFM se articularán en torno a las líneas de investigación del profesorado del máster:</p> <p>Además de las líneas de investigación del máster, los trabajos podrán desarrollar propuestas específicas formuladas por un alumno o su director una vez haya sido supervisado por la Comisión Académica del Máster.</p>
---	--

<b>Actividades formativas/Metodologías docentes</b>	MD3 y MD5
---	-----------

Cód.	Actividad Formativa	Nº Horas	Presencialidad (%)
AF2	Trabajo autónomo del estudiante	232	0
AF4	Trabajos Académicamente Dirigidos	18	100

<b>Sistemas de evaluación</b>	
-------------------------------	--

Cód.	Sistema de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
SE4	Presentación y defensa del TFM	0	100

<b>Observaciones</b>	
----------------------	--

## 4.2.- Actividades y metodologías Docentes

Tabla 8. Actividades formativas y metodologías asociadas

Código	Actividades formativas	Metodologías asociadas y definición de la actividad	Presencialidad
AF1	Clases Teórico-Prácticas	<p>MD1. Clases expositivas/participativas</p> <p>MD2. Realización de proyectos en grupo</p> <p>En las clases expositivas se utiliza fundamentalmente como estrategia didáctica la exposición verbal por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio.</p> <p>Entre los objetivos más comunes que pueden orientar el desarrollo de una clase teórica destacan los siguientes: a) exponer los contenidos básicos relacionados con el tema objeto de estudio (narraciones, historias de casos, resúmenes de investigación, síntesis de resultados, etc.) b) explicar la relación entre los fenómenos para facilitar su comprensión y aplicación (generación de hipótesis, pasos en una explicación, comparación y evaluación de teorías, resolución de problemas, etc.) c) efectuar demostraciones de hipótesis y teoremas, (discusión de tesis, demostración de ecuaciones, etc.) y d) presentación de experiencias en las que se hace la ilustración de una aplicación práctica de los contenidos (experimentos, presentación de evidencias, aportación de ejemplos y experiencias, etc.)</p>	100%
AF2	Trabajo autónomo del estudiantado	<p>MD3. Estudio y trabajo autónomo del estudiante.</p> <p>El estudio y trabajo autónomo es una modalidad de aprendizaje en la cual el estudiante se responsabiliza de la organización de su trabajo y de la adquisición de las diferentes competencias según su propio ritmo. Implica por parte de quien aprende asumir la responsabilidad y el control del proceso personal de aprendizaje, y las decisiones sobre la planificación, realización y evaluación de la experiencia de aprendizaje.</p>	0%
AF3	Clases en Seminario	<p>MD4. Actividades de aprendizaje cooperativo.</p> <p>Las prácticas constituyen una actividad formativa en la que se desarrollan actividades de aplicación de los conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio. Esta denominación engloba a diversos tipos de organización, como pueden ser las prácticas de campo, clases de problemas, prácticas de informática, etc., puesto que, aunque presentan en algunos casos matices importantes, todas ellas tienen como característica común que su finalidad es mostrar a los estudiantes cómo deben actuar.</p> <p>El aprendizaje cooperativo es un enfoque interactivo de organización del trabajo en el aula según el cual los estudiantes aprenden unas personas de otras, así como del docente y del entorno. El éxito de cada estudiante depende de que el conjunto de sus compañeras/os alcance las metas fijadas. Los incentivos no son individuales sino grupales y la consecución de las metas del grupo requiere el desarrollo y despliegue de competencias relacionales que son clave en el desempeño profesional.</p>	100%

AF4.	Trabajos Académicamente Dirigidos	MD5. Dirección académica de trabajos Se trata de un actividad formativa en la que los estudiantes llevan a cabo la realización de un proyecto en un tiempo determinado para resolver un problema o abordar una tarea mediante la planificación, diseño y realización de una serie de actividades, y todo ello a partir del desarrollo y aplicación de aprendizajes adquiridos y del uso efectivo de recursos.	100%
------	-----------------------------------	--	------

### 4.3.- Sistemas de evaluación

Tabla 9. Sistemas de evaluación

Código	Prueba de evaluación	Descripción de la prueba
SE1	Pruebas de duración corta para la evaluación continua	Miden objetivos específicos por lo que se hace posible un muestreo más amplio de la materia. El estudiante no se extiende en su respuesta ya que se espera que éste entregue sólo los datos y la información que se le exige, por lo tanto el tiempo de desarrollo también se hace menor, permitiendo un mayor número de preguntas y la inclusión de contenidos más amplios.
SE2	Presentaciones orales	Son aquellas en que se pide al estudiante que defienda sus conocimientos mediante una exposición oral.
SE3	Trabajos e informes	Consiste en el diseño y desarrollo de un trabajo o proyecto que puede entregarse durante o al final de la docencia de la asignatura. Este tipo de evaluación también puede implementarse en grupos con un número reducido de estudiantes en el que cada uno de ellos se haga cargo de un proyecto o en grupos con un mayor número de estudiantes que quede dividido en pequeños equipos, cada uno de los cuales se responsabilice de un proyecto. Este formato puede ser especialmente interesante para fomentar el trabajo en grupo de los estudiantes.
SE4	Presentación y defensa del TFM	

### 4.4.- Estructuras curriculares específicas

*(Completar solo en caso de que el plan de estudios las contemple. Incluir enlace a documento pdf.)*

## 5. Personal académico y de apoyo a la docencia (ESG 1.5)

### 5.1.- Descripción de los perfiles de profesorado y otros recursos Humanos

Para la elaboración de los datos del profesorado disponible e implicado en la docencia del título, que se incluye en esta adaptación de la memoria de verificación del título (2023), dado que no se trata de un título nuevo, sino que viene impartándose desde el curso 2009/10 se han tenido en cuenta los Planes de Organización Docente del curso 2021/22 (el 2022/23 aún está en curso).

El informe está compuesto de 5 tablas, la tabla 1 muestra el total del profesorado disponible para la impartición del título. La tabla 2.1 muestra el profesorado por departamento/área disponible para impartir la docencia del título. La tabla 2.2 muestra la vinculación de las asignaturas con los departamentos/áreas responsables de la docencia (sólo departamento responsable, aunque puedan

participar más departamentos/área). La tabla 3 muestra el profesorado detallado (anonimizado) que imparte docencia en el título y la tabla 4 muestra el mismo profesorado con su carga docente en el título al que corresponde la memoria de verificación y la carga docente que tiene en otros títulos de Grado y Máster.

El informe completo se puede consultar en la dirección:

<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/RgGED8Jn9PFmtwk>

## Tutela de prácticas

*(Se tendrá en cuenta lo establecido en art. 10 del Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios)*

### 5.2.- Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios

El personal responsable de los procesos de matriculación y expedientes del alumnado será el de las secretarías de cada una de las facultades implicadas. Dicho personal contará con el apoyo de los responsables especializados del Rectorado de la Universidad de Sevilla.

La relación del Personal de Administración y Servicios de la Facultad de Comunicación es la siguiente:

**Tabla 14. Personal de Administración y Servicios de la Facultad de Comunicación**

Empleado	Puesto trabajo	Unidad
ALMISAS SALAS, ENRIQUE JOSE	TECNICO AUXILIAR DE LABORATORIO INFORMATICA	Facultad de Comunicación
ALVAREZ LABRADOR, MARIA VICTORIA	ASIMILABLE PUESTO SINGULARIZADO ADMINISTRACION	Facultad de Comunicación
ANDRADES ESCALANTE, MARIA DOLORES	TECNICO ESPECIALISTA DE BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS	Biblioteca Área Comunicación
BURGOS CANTOS, JUAN RAMON	TECNICO ESPECIALISTA DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Facultad de Comunicación
CARBONELL POSTIGO, JOAQUIN MARIO	ASIMILABLE AUXILIAR O ADMINISTRATIVO	Facultad de Comunicación
CONTRERAS PATRON, ARACELI	COORDINADOR SERVICIOS DE CONSERJERIA	Facultad de Comunicación
CORDERO SALAS, MARIA DEL ROCIO	ASIMILABLE AUXILIAR O ADMINISTRATIVO	Facultad de Comunicación
COTAN LOPEZ, MARIA DEL CARMEN	TECNICO AUXILIAR DE SERVICIOS DE CONSERJERIA	Facultad de Comunicación
DOMINGUEZ MARCHAN, MARIA DEL CARMEN	TECNICO ESPECIALISTA DE BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS	Biblioteca Área Comunicación

FERNANDEZ DE PABLO-BLANCO, JOSE LUIS	TITULADO GRADO MEDIO DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Facultad de Comunicación
FERNANDEZ RUIZ, ANTONIO	TECNICO ESPECIALISTA DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Facultad de Comunicación
FERNANDEZ RUIZ, JUAN ANTONIO	ENCARGADO DE EQUIPO APOYO TIC A LA DOCENCIA	Facultad de Comunicación
GALLO TORRES, CARMEN M.	AYUDANTE BIBLIOTECA	Biblioteca Área Comunicación
GARCIA GAMERO, LUIS	AUXILIAR O ADMINISTRATIVO	Facultad de Comunicación
GARDUÑO MATITO, FRANCISCO	ENCARGADO EQUIPO DE CONSERJERIA	Facultad de Comunicación
GOMEZ SOLIS, RAFAELA	GESTORA DEPARTAMENTO	Dpto. Comunicación Audiovisual y Publicidad
GUERRERO FABRA, CARLOS ALBERTO	ASIMILABLE PUESTO SINGULARIZADO ADMINISTRACION	Facultad de Comunicación
GUTIÉRREZ GUTIÉRREZ, MARÍA DEL ROSARIO	ASIMILABLE PUESTO SINGULARIZADO ADMINISTRACION	Facultad de Comunicación
JIMENEZ PI, MARIA NOEMI	GESTORA DEPARTAMENTO	Departamento Periodismo II
LEON CASADO, MARIA DOLORES	GESTORA DE CENTRO UNIVERSITARIO PRACTICAS	Facultad de Comunicación
LLANOS RODRIGUEZ, CRISTINA	AUXILIAR O ADMINISTRATIVO	Dpto. Comunicación Audiovisual y Publicidad
LOPEZ ESCUDERO, JUAN JOSE	TECNICO AUXILIAR DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Facultad de Comunicación
LUCAS MACIAS, YOLANDA	ASIMILABLE AYUDANTE BASE DE BIBLIOTECA	Biblioteca Área Comunicación
LUNA CHICA, MARIA JOSEFA	TECNICO ESPECIALISTA DE BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS	Biblioteca Área Comunicación
LUQUE HIERRO, NATALIA ISABEL	TECNICO ESPECIALISTA DE BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS	Biblioteca Área Comunicación
MARTIN DEL VILLAR, JOSE ANTONIO	TECNICO AUXILIAR DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Facultad de Comunicación
MARTIN SANCHEZ, AGUSTINA	TECNICO ESPECIALISTA DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Facultad de Comunicación

MARTINEZ FERNANDEZ, MARIA JOSE	TECNICO AUXILIAR DE LABORATORIO INFORMATICA	Facultad de Comunicación
MELENDEZ HIDALGO, JOSE MARIA	ADMINISTRADOR DE GESTION DE CENTRO UNIVERSITARIO	Facultad de Comunicación
MONTES SANCHEZ, MARIA REYES	GESTORA DEPARTAMENTO	Departamento Periodismo I
MORENO BENITEZ, JUAN ANTONIO	TECNICO AUXILIAR DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Facultad de Comunicación
MORENO BUJEZ, ISABEL MARIA	ASIMILABLE RESPONSABLE SECRETARIA CENTRO	Facultad de Comunicación
MORENTE BERRAQUERO, JUAN JOSE	TECNICO ESPECIALISTA DE LABORATORIO INFORMATICA	Facultad de Comunicación
MORGADO VICENTE, JOSE	ENCARGADO EQUIPO DE CONSERJERIA	Facultad de Comunicación
MUÑOZ GARCIA, MARIA DE LOS REYES	TECNICO AUXILIAR DE SERVICIOS DE CONSERJERIA	Facultad de Comunicación
NUÑEZ LOPEZ, ROSARIO DE FATIMA	TECNICO ESPECIALISTA DE INFORMACION/CONSERJERIA	Facultad de Comunicación
OBANDO ZAPATA, ISABEL MARIA	TECNICO ESPECIALISTA DE BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS	Biblioteca Área Comunicación
PEREZ FLORIDO, MARIA JOSE	ASIMILABLE PUESTO SINGULARIZADO ADMINISTRACION	Facultad de Comunicación
POZO ALCON, NINFA MARIA	ASIMILABLE AUXILIAR O ADMINISTRATIVO	Facultad de Comunicación
PRATS DE PRADO, ABEL	TECNICO AUXILIAR DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Facultad de Comunicación
PRIETO SANZ, PURIFICACION	ASIMILABLE AUXILIAR O ADMINISTRATIVO	Facultad de Comunicación
REYES VILLALTA, ANA INES	TECNICO AUXILIAR DE SERVICIOS DE CONSERJERIA	Facultad de Comunicación
RODRIGUEZ BRITO, MARIA DOLORES	JEFE SECCION AREA DE COMUNICACION	Biblioteca Área Comunicación
RODRIGUEZ GUTIERREZ, JOSE LUIS	ENCARGADO DE EQUIPO DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Facultad de Comunicación

RODRIGUEZ, LUIS MORENO	TECNICO ESPECIALISTA DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Facultad de Comunicación
ROMERO ARROYO, IRENE	ASIMILABLE AUXILIAR O ADMINISTRATIVO	Facultad de Comunicación
RUIZ DE VILLEGAS LOBATON, RODRIGO	TECNICO ESPECIALISTA DE BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS	Biblioteca Área Comunicación
RUIZ LOPEZ, ANA MARIA	TECNICO ESPECIALISTA DE BIBLIOTECAS, ARCHIVOS Y MUSEOS	Biblioteca Área Comunicación
SABORIDO MONGE, ANA	TECNICO AUXILIAR DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Facultad de Comunicación
SANCHEZ MARTIN, FLORENTINA	TECNICO ESPECIALISTA DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Facultad de Comunicación
TORREGLOSA HERRERA, ANTONIO ENRIQUE	TECNICO AUXILIAR DE LABORATORIO INFORMATICA	Facultad de Comunicación
TOSCANO BENITEZ, ENRIQUE	TECNICO AUXILIAR DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Facultad de Comunicación
VELA MORILLA, LUIS	TECNICO ESPECIALISTA DE LABORATORIO INFORMATICA	Facultad de Comunicación

## 6. Recursos para el aprendizaje: materiales e infraestructuras, prácticas y servicios (ESG 1.6)

### 6.1.- Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles

La Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla cuenta con unas infraestructuras sobradamente capaces y de tecnología punta para el desarrollo tanto de las clases presenciales como de los trabajos personales de los alumnos. La docencia será siempre multimedia. El equipamiento con el que se cuenta es:

- Aulas de clases teóricas equipadas con medios audiovisuales (micrófono, ordenador, proyector, vídeo, DVD, equipo de sonido, acceso a Internet): 20 Aulas con capacidad para 2.500 alumnos (125 alumnos c/u.), 9 Seminarios con capacidad para 190 alumnos.
- Aulas de Edición digital.
- Aulas de informática: 4 Aulas con capacidad para un total de 300 alumnos.
- Aulas de radio: 2 Aulas con capacidad para 20 alumnos c/u.
- 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.

La Biblioteca de la Facultad de Comunicación cuenta con fondos 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)

La Universidad de Sevilla cuenta con un Servicio de Mantenimiento centralizado, dependiente de la Dirección General de Espacio Universitario, cuyo objetivo prioritario y estratégico 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. Entre sus funciones figuran:

- Aseguramiento y control del correcto funcionamiento de las instalaciones que representan la infraestructura básica de los Centros y Departamentos.
- Acometer programas de mantenimiento preventivo.
- Realizar el mantenimiento correctivo de cualquier tipo de defecto o avería que se presente en la edificación y sus instalaciones.
- Promover ante los órganos correspondientes las necesidades en cuanto a obras de ampliación o reforma de instalaciones que sean necesarias.

Son responsabilidad de la Dirección General de Espacio Universitario (<http://institucional.us.es/viceinfra>) todas las actuaciones relativas a las infraestructuras universitarias: política y ejecución de obras, equipamiento, mantenimiento, así como la política de sostenibilidad y eficiencia energética de la Universidad.

Para ello cuenta con los Servicios de Equipamiento, Mantenimiento y Obras y Proyectos y con el Gabinete de Proyectos y Arquitecto de la Universidad de Sevilla.

Con todos estos recursos a su disposición, el objetivo prioritario y estratégico de la Dirección General de Espacio Universitario 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 continuará 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.

Más información sobre las infraestructuras de la Facultad de Comunicación:  
[https://alojawebapps.us.es/fichape/Doc/RRMM/rrmm\\_M071.pdf](https://alojawebapps.us.es/fichape/Doc/RRMM/rrmm_M071.pdf)

## 6.2.- Gestión de las Prácticas externas

El Máster Universitario en Comunicación y Cultura no cuenta con oferta de prácticas curriculares. No obstante, el alumnado puede disfrutar de prácticas extracurriculares, gestionadas por el Secretariado de Prácticas en Empresa y Empleo (<https://servicio.us.es/spee>).

Enlace a la Normativa de Prácticas Académicas Externas de la Universidad de Sevilla:  
[http://servicio.us.es/spee/sites/default/files/PE\\_Normativa\\_US.pdf](http://servicio.us.es/spee/sites/default/files/PE_Normativa_US.pdf)

El siguiente enlace contiene un documento con el procedimiento para la gestión de las prácticas externas en la Universidad de Sevilla: <https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/mNxxJc74JL9Cb8m>

**Tabla 15. Información sobre Prácticas externas**

Nº de créditos de prácticas académicas externas obligatorias:	0	Nº total de plazas ofertadas (desglosar en su caso, las plazas si se ofertan las prácticas en varios idiomas):	0
Nº de créditos de prácticas optativas (de especialidad, mención o itinerario):	0	Nº total de plazas ofertadas (desglosar en su caso, las plazas si se ofertan las prácticas en varios idiomas):	0

## 6.3.- Previsión de dotación de recursos materiales y servicios

*(Completar solo en caso de ser necesarios nuevos recursos y servicios para el correcto desarrollo e implantación del título)*

## 7. Calendario de implantación

### 7.1.- Cronograma de implantación

Curso de inicio: 2009/2010

La presente adaptación de la memoria al formato establecido por el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, así como las modificaciones que conlleva, será de aplicación a partir del curso 2023/24.

### 7.2.- Procedimiento de adaptación

Los estudiantes que no superen las asignaturas del plan de estudios actual, tendrán garantizada la posibilidad de terminar sus estudios por este plan, mediante los mecanismos de extinción previstos en el Reglamento General de Actividades Docentes, con la organización de tres convocatorias de examen en cada uno de los tres siguientes cursos a la extinción. Igualmente, tendrán la posibilidad de continuar sus estudios por el plan modificado mediante las adaptaciones oportunas, según la tabla siguiente:

<b>Tabla de Adaptación</b>					
<b>Plan Actual</b>			<b>Plan Nuevo</b>		
<i>Asignatura</i>	<i>Carácter</i>	<i>Créditos</i>	<i>Asignatura</i>	<i>Carácter</i>	<i>Créditos</i>

Epistemología, Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación	Obligatoria	6	<i>Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación</i>	Obligatoria	5
Investigación en Estructura de la Información Periodística	Obligatoria	4	<i>Estructura de la Información y el Periodismo en el Contexto Digital</i>	Obligatoria	5
Sociología y Antropología de la Comunicación	Obligatoria	5	<i>Teoría Crítica de la Cultura</i>	Obligatoria	5
Investigación en Comunicación Audiovisual	Obligatoria	7	<i>Investigación en Comunicación Audiovisual</i>	Obligatoria	5
--	--	--	<i>Introducción a la Investigación en Comunicación</i>	Obligatoria	5
Estética de la Comunicación	Optativa	4	--	--	--
Historiografía de la Comunicación y el Periodismo	Optativa	7	<i>Historia Crítica de la Comunicación</i>	Optativa	5
Literatura, Música y Comunicación	Optativa	5	<i>Literatura, Música y Comunicación</i>	Optativa	5
Mediación e Interculturalidad	Optativa	4	<i>Medios, Identidad, Migración e Interculturalidad</i>	Optativa	5
Políticas de Comunicación y Cambio Social	Optativa	4	<i>Políticas de Comunicación para el Cambio Social</i>	Optativa	5
Arte, Ciencia y Tecnología de la Comunicación	Optativa	5	<i>Estudios Visuales</i>	Optativa	5
Comunicación Publicitaria: Teorías, Análisis y Nuevas Tendencias	Optativa	6	<i>Investigar la Persuasión: Publicidad, Propaganda y Mediaciones</i>	Optativa	5
Estrategias de la Comunicación	Optativa	4	<i>Transformación Digital, Estrategias de Comunicación y Redes Sociales</i>	Optativa	5
Fuentes e Información Científica en Comunicación	Optativa	4	<i>Fuentes e Información Científica en Comunicación</i>	Optativa	5

--	--	--	<i>Estudios de Comunicación y Género</i>	Optativa	5
--	--	--	<i>Tecnopolítica y Activismo Digital</i>	Optativa	5
--	--	--	<i>Tecnologías de la Cultura del Ocio</i>	Optativa	5
Practicum	Optativa	6	--	--	--

### 7.3.- Enseñanzas que se extinguen

## 8. Sistema Interno de Garantía de la Calidad (ESG 1.1/1.7/1.8/1.9/1.10)

### 8.1.- Sistema interno de garantía de calidad

*(La universidad deberá incluir el enlace a la página web o documento público que contenga el SIGC que aplica al título que se propone y toda la documentación asociada a él)*

Información general sobre el sistema de garantía de calidad en la web de la Universidad de Sevilla: <http://at.us.es/sist-garantia-calidad-titulos>

Información sobre el sistema de garantía de calidad del Máster Universitario en Comunicación y Cultura en la web de la Universidad de Sevilla: <https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-masteres/master-universitario-en-comunicacion-y-cultura>

### 8.2.- Medios para la información pública

Enlace a la información sobre el título en la web Universidad de Sevilla: <https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-masteres/master-universitario-en-comunicacion-y-cultura>

Enlace a la información sobre el título en la web de la Facultad de Comunicación: <https://fcom.us.es/titulos/masteres-oficiales/master-en-comunicacion-y-cultura>

## A. Sistema de Orientación y Tutoría de la Universidad de Sevilla

El Plan de Orientación y Acción Tutorial (POAT) de la Universidad de Sevilla, está concebido como el conjunto de los POATs de sus centros propios, dado que la idiosincrasia de cada uno determina que la orientación y la acción tutorial se concrete en acciones ajustadas a las necesidades específicas del alumnado y de los títulos que se imparten en ellos.

Estos Planes ofrecen al estudiantado la ayuda, acompañamiento y herramientas necesarias para que puedan afrontar con éxito los retos académicos, personales y profesionales que plantea la vida universitaria.

Sus objetivos son: atraer a nuevos estudiantes, prevenir el abandono de los estudios, asesorar en todas aquellas cuestiones relacionadas con su trayectoria académica, facilitar el desarrollo de competencias transversales y fomentar el aprovechamiento de oportunidades formativas, favorecer la elaboración de un proyecto profesional y vital, fomentar la participación en todos los aspectos de la vida universitaria (formación, gestión, investigación, cultura, ...) y facilitar y acompañar el proceso de transición a estudios posteriores y/o al mundo laboral.

El POAT se define como un programa de acciones coordinadas que integra actividades de tutoría, información, orientación preuniversitaria, orientación académica, orientación personal y orientación

postuniversitaria para preuniversitarios, estudiantes de Grado, Máster y Doctorado, estudiantes entrantes de movilidad nacional e internacional y estudiantes con necesidades académicas especiales.

Dirección web: <https://www.us.es/estudiar/orientacion-universitaria>

### *Salón de estudiantes*

Es uno de los eventos de mayor relevancia que programa la Universidad de Sevilla con el objetivo de apoyar al alumnado universitario en la transición a sus estudios de posgrados. El Salón incluye información sobre la oferta de Máster y actividades vinculadas a los estudios de Posgrado, convirtiéndose así en herramienta estratégica global para la orientación universitaria.

### *Presentación de oferta Posgrado*

Los centros organizan actividades de promoción de su oferta de másteres oficiales facilitando información diferenciada de la oferta de másteres profesionalizantes y otros másteres orientados a la continuación de los estudios de doctorado.

### *Participación en ferias nacionales e internacionales:*

La Universidad de Sevilla, a través de los Vicerrectorados de Estudiantes y Proyección Institucional e Internacionalización, se acerca a los futuros estudiantes de posgrado en sus lugares de procedencia participando en eventos de orientación tanto en la Comunidad Autónoma Andaluza, en otras Comunidades y en el extranjero, tanto de manera presencial como virtual.

En estos eventos, además, se presentan los distintos servicios disponibles y todas las posibilidades de participación en la vida universitaria.

## **B. Información en Internet**

La Universidad de Sevilla tiene un Portal web de Máster Universitario, destinado a estudiantes potenciales de posgrado, que incluye información sobre acceso a las titulaciones de máster universitario de la Universidad, guía de titulaciones, planes de estudio y asignaturas, perfil esperado, criterios de acceso, especialidades, centros responsables, Trabajos Fin de Máster y prácticas, becas, alojamiento y actividades de orientación.

Dirección web: <https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-masteres>

Igualmente, en el Portal web de la Universidad existe un apartado de Acceso y Matrícula donde se puede obtener información actualizada sobre la reglamentación de aspectos relevantes para el futuro alumnado de másteres universitarios, como pueden ser los procesos de acceso, admisión y matrícula.

Dirección web <https://www.us.es/estudiar/acceso-matricula>

Asimismo, en el Portal web de la universidad existe un apartado con información específica sobre Acceso, Admisión y Matrícula, Becas y Ayudas y Premios y Distinciones.

Direcciones web:

<https://www.us.es/estudiar/acceso-a-la-us>

<https://www.us.es/estudiar/becas-ayudas>

Se destaca la existencia de un canal específico, telemático, centralizado en el Área de Orientación Universitaria y Participación Estudiantil, dedicado a la atención exclusiva a estudiantes. Se trata del Centro de Atención a Estudiantes (CAT), consistente en:

- Un Portal web con información al día sobre todas las materias ya mencionadas: Oferta Académica, Acceso, Admisión, Matrícula, POAT, Becas, y, sobre todo, con el despliegue para la Participación Estudiantil, Formación Transversal y actividades de diferente naturaleza planificadas para los estudiantes.  
Dirección web: <https://cat.us.es/>
- Un servicio telemático de respuesta a consultas para los estudiantes, atendido por un equipo de profesionales especializado, que reciben miles de consultas anualmente.  
Enlace <https://servicio.us.es/catdes/contacto>
- Un asistente virtual, chatbot CATi, basado en Inteligencia Artificial, que responde de forma inteligente a las consultas que realizan los estudiantes y es capaz de enviar consultas al propio CAT si el usuario lo desea.

Por otro lado, en el procedimiento P9 del Sistema de Garantía de Calidad del Título (apartado 9) se establecen los mecanismos que se deben seguir en la Universidad de Sevilla para publicar la información sobre el plan de estudios, su desarrollo y sus resultados, con el fin de que llegue a todos los grupos de interés (miembros de la comunidad universitaria, futuros estudiantes, agentes externos y la sociedad en general). 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.

### **C. Revista y folletos de orientación dirigidos a estudiantes potenciales**

El Vicerrectorado de Estudiantes de la Universidad de Sevilla edita folletos informativos de su amplia oferta de estudios de Máster. Sus contenidos se presentan en formato papel y en formato electrónico, accesibles en los diferentes portales indicados. Estos folletos detallan específicamente los criterios de acceso y admisión, así como las salidas profesionales y las posibilidades de continuar estudios en cada caso.

### **D. Información específica que pueda incluir el Centro**

La Facultad de Comunicación, a través de su sitio web, aporta información acerca de los títulos de máster que se cursan en el centro. En concreto, aparte de recoger datos que están presentes en la página del título alojada en la web de la Universidad de Sevilla, ofrece información actualizada en cuanto a calendario y horarios o el listado de tutoras/es asignadas/os para los Trabajos Fin de Máster.

### **E. Perfil de ingreso**

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.

#### **8.2.1. Apoyo y Orientación a Estudiantes, una vez matriculados**

##### **A. Procedimiento de acogida a estudiantes**

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.

## **B. Seguimiento y orientación de estudiantes**

El Área de Orientación Universitaria y Participación Estudiantil ofrece un servicio presencial y telefónico, personalizado, de orientación con el objetivo de apoyar a los estudiantes en su transición hacia estudios de niveles superiores y vida profesional.

También promueve la participación estudiantil en sus diferentes ámbitos: representación estudiantil, formación transversal, aula de debate, mentoría, asociacionismo, proyectos, divulgación, etc., todo ello conforme al Plan de Participación Estudiantil.

El Secretariado de Prácticas en Empresas y Empleo (<http://servicio.us.es/spee/>) dependiente del Vicerrectorado de Transferencia del Conocimiento, y con el Servicio de Prácticas en Empresas y la Unidad de Orientación e Inserción Profesional (<http://servicio.us.es/spee/empleo-servicio-orientacion>) como unidades dependientes del mismo, facilitan la conexión entre los estudiantes de la Universidad de Sevilla, de Grado y Máster, y los recién egresados con el mundo laboral. Para ello se tramitan las prácticas en empresas e instituciones, que son una primera aproximación al mismo. También es responsabilidad del Secretariado la coordinación con los Centros de los programas de prácticas en empresas curriculares, incluidos en los Planes de Estudio de los títulos oficiales y propios de la Universidad de Sevilla.

El Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria (<https://sacu.us.es/>) se ofrecen a los alumnos asesoramiento y asistencia técnica pedagógica (<https://sacu.us.es/spp-prestaciones-pedagogica>) y asesoría psicológica (<https://sacu.us.es/spp-prestaciones-psicologica>). Esta asesoría, además de atención individualizada para todos los miembros de la comunidad universitaria, desarrolla las siguientes actividades:

- Rendimiento Académico: Desde la Asesoría Psicológica se propone un curso para la mejora del rendimiento académico, donde se facilitarán las estrategias necesarias para optimizar el tiempo de estudio de los estudiantes. A lo largo del curso académico se imparten diversos seminarios en el Pabellón de Uruguay.
- Asesoramiento Vocacional: Este tipo de asesoramiento va dirigido a aquellos estudiantes que se encuentran en situación de incertidumbre respecto al desarrollo de su carrera universitaria. Su objetivo es clarificar las expectativas, metas y creencias que se tienen con respecto a la titulación (tanto de los estudios que se cursan como de los que se pretenden realizar) y la puesta en funcionamiento de actividades que puedan ayudar a la persona en el proceso de toma de decisión para una elección más realista y eficaz de los estudios a realizar en la Universidad de Sevilla.

La Universidad de Sevilla tiene como objetivo estratégico conseguir la integración plena y efectiva de todas aquellas personas de la comunidad universitaria que presenten algún tipo de discapacidad, tanto en el acceso y permanencia en la Institución como en su posterior integración en el mundo laboral y en la sociedad. Para ello dispone de un Plan Integral de Atención a la Necesidades de Apoyo para Personas con Discapacidad o con Necesidad de Apoyo por Situación de Salud Sobrevenida que puede consultarse en el siguiente enlace: <https://sacu.us.es/ne-plan-integral>.

Asimismo, la Universidad de Sevilla cuenta con una unidad de igualdad para el desarrollo de las funciones relacionadas con el principio de igualdad entre mujeres y hombres, así como con un Plan de Igualdad que sistematiza y concreta las medidas dirigidas, por un lado, a evitar cualquier tipo de discriminación por razón

de sexo y, por otro, a establecer acciones con las que promover la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, que puede consultarse en el siguiente enlace: [http://igualdad.us.es/?page\\_id=817](http://igualdad.us.es/?page_id=817).

### **8.3.- Anexos**

*(Se podrá incluir otra información relevante para el título)*

#### **Informe previo de la comunidad autónoma**