

# MÁSTER EN COMUNICACIÓN, CULTURA, SOCIEDAD Y POLÍTICA

## Memoria de verificación

Memoria aprobada con fecha: 03/07/2019

IMPRESO SOLICITUD PARA MODIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE	CENTRO	CÓDIGO CENTRO	
Universidad Nacional de Educación a Distancia	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología	28039645	
NIVEL	DENOMINACIÓN CORTA		
Máster	Comunicación, Cultura, Sociedad y Política		
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política por la Universidad Nacional de Educación a Distancia			
RAMA DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO		
Ciencias Sociales y Jurídicas	No		
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS	NORMA HABILITACIÓN		
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
JULIO ALFONSO DEL PINO ARTACHO	PTU		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF			
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
RICARDO MAIRAL USON	Rector		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF			
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
CONSUELO DEL VAL CID	Decana de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UNED		
Tipo Documento	Número Documento		
NIF			
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
Bravo Murillo, 38	28015	Madrid	
E-MAIL	PROVINCIA		FAX
	Madrid		



### 3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley 5-1999, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

	En: Madrid, AM 26 de marzo de 2019
	Firma: Representante legal de la Universidad



# 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

## 1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política por la Universidad Nacional de Educación a Distancia	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

### LISTADO DE ESPECIALIDADES

No existen datos

RAMA	ISCED 1	ISCED 2
Ciencias Sociales y Jurídicas	Sociología, antropología y geografía social y cultural	Periodismo e información

### NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

### AGENCIA EVALUADORA

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación

### UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad Nacional de Educación a Distancia

### LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
028	Universidad Nacional de Educación a Distancia

### LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

### LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

## 1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60	0	0
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
28	20	12
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS	
No existen datos		

## 1.3. Universidad Nacional de Educación a Distancia

### 1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
28039645	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

### 1.3.2. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

#### 1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	A DISTANCIA
No	Sí	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	



50	50	
	<b>TIEMPO COMPLETO</b>	
	<b>ECTS MATRÍCULA MÍNIMA</b>	<b>ECTS MATRÍCULA MÁXIMA</b>
<b>PRIMER AÑO</b>	20.0	60.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	16.0	38.0
	<b>TIEMPO PARCIAL</b>	
	<b>ECTS MATRÍCULA MÍNIMA</b>	<b>ECTS MATRÍCULA MÁXIMA</b>
<b>PRIMER AÑO</b>	4.0	48.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	4.0	38.0
<b>NORMAS DE PERMANENCIA</b>		
<a href="http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED_MAIN/OFERTA/POSGRADOSOFICIALES/NORMASPERMANENCIAMASTERES/NORMAS_DE_PERMANENCIA_DE_ESTUDIOS_OFICIALES_2019.PDF">http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED_MAIN/OFERTA/POSGRADOSOFICIALES/NORMASPERMANENCIAMASTERES/NORMAS_DE_PERMANENCIA_DE_ESTUDIOS_OFICIALES_2019.PDF</a>		
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	



## 2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

### 3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
<b>BÁSICAS</b>
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
<b>GENERALES</b>
CG01 - Que los estudiantes adquieran capacidades estratégicas para el análisis de los nuevos procesos comunicativos vertebradores de la política, la cultura y las relaciones socioeconómicas.
CG02 - Que los estudiantes puedan detectar y conocer problemáticas relevantes y necesidades de la comunicación en la sociedades industriales avanzadas
CG03 - Que el estudiante sea capaz de evaluar y diseñar estrategias actuales de comunicación en ámbito social, político y económico-social.
<b>3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES</b>
No existen datos
<b>3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.
CE2 - Ser capaz de observar y analizar comparativamente las relaciones sociales que se producen/reproducen en el espacio virtual y en campos como los debates sobre el medio ambiente, las relaciones de género, el consumo o la religión.
CE3 - Ser capaz de aplicar técnicas de investigación social, cuantitativas y cualitativas, en el campo comunicativo y referido a la aspectos concretos de la realidad política, cultural y socioeconómica.
CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económico-social.
CE5 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información webgráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.
CE6 - Ser capaz de analizar y evaluar encuestas de opinión, especialmente la referida a seguimiento de la intención de voto, con aplicación de análisis longitudinal de las mismas en el contexto de una campaña electoral.
CE7 - Ser capaz de interpretar los resultados de mediciones de audiencia, tanto derivadas de panel de audímetros en los medios de comunicación tradicionales, como en las que se llevan a cabo con relación al seguimiento de la audiencia de medios on-line.
CE8 - Ser capaz de buscar y analizar fuentes secundarias estadísticas (oficiales o públicas y privadas) que aborden la demanda cultural de la sociedad española y que, por lo tanto, establezcan el marco de consumos de bienes culturales y de medios de comunicación. En especial, la Encuesta de Hábitos Culturales, la Encuesta de Empleo del Tiempo, la Encuesta de Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares o el Estudio General de Medios.
CE9 - Ser capaz de realizar trabajos científicos. Por tanto, su objetivo principal es que el estudiante aplique los conocimientos adquiridos en las demás asignaturas del master mediante la realización, presentación y defensa de un trabajo realizado con un claro perfil investigador.

### 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES



#### 4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

#### 4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

4.2.1. La admisión de los alumnos a este Máster Universitario será resuelta por una Comisión formada por el Coordinador General, el Coordinador del Título en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, El Secretario del Máster y un profesor del Máster, atendiendo a los criterios de valoración que se detallan en el epígrafe 4.2.3.

4.2.2 Con carácter general, para tener acceso a este Programa Oficial de Master, la persona interesada deberá acreditar ser Licenciado o estar en posesión del título de Grado o del título de Doctor o enseñanzas equivalentes a cualquiera de las anteriores en alguna de las siguientes áreas: Sociología, Ciencia Política, Antropología, Psicología Social, Publicidad, Periodismo o cualquier otra área afín a las mencionadas.

4.2.3 Como se ha señalado anteriormente, la Comisión Académica será la responsable de llevar a cabo la labor de selección de los estudiantes que deban cursar el máster. Esta selección se realizará conforme a las disposiciones de la UNED y a los siguientes criterios:

- a).- Nota media expediente académico: 40%
- b).- Adecuación perfil académico: 20%
- c).- Adecuación perfil profesional: 20%
- e).- Conocimiento del idioma inglés (A1 SNMCE): 10%
- f).- Otros méritos: 10%

#### 4.3 APOYO A ESTUDIANTES

##### APOYO A ESTUDIANTES

La UNED ofrece los siguientes servicios a los estudiantes:

1. Orientación antes de matricularse.

La UNED proporciona al alumno orientación durante el periodo de matrícula para que se ajuste al tiempo real del que dispone para el estudio y a su preparación previa para los requerimientos de las materias. Con esto se pretende que no abandone y que se adapte bien a la Universidad. Para ello cuenta tanto con información en la web como con orientaciones presenciales en su Centro Asociado.

2. Guías de apoyo.

Para abordar con éxito los estudios en la UNED es necesario que el estudiante conozca su metodología específica y que desarrolle las competencias necesarias para estudiar a distancia de forma autónoma, y así, ser capaz de autorregular su proceso de aprendizaje. Para ello, se han elaborado una serie de guías de apoyo inicial al entrenamiento de estas competencias:

o Competencias necesarias para Estudiar a Distancia.

o Orientaciones para la Planificación del Estudio.

o Técnicas de estudio.

o Preparación de Exámenes en la UNED.

3. Jornadas de Bienvenida y de Formación para nuevos estudiantes en los Centros Asociados.

La UNED es consciente de la importancia que tiene para el estudiante nuevo, conocer su Universidad e integrarse en ella de la mejor forma posible.

Asimismo, está especialmente preocupada por poner a su alcance todos los recursos posibles para que pueda desarrollar las competencias necesarias para ser un estudiante a distancia. Por ello, le ofrece un Plan de Acogida para nuevos estudiantes. Este Plan tiene tres objetivos fundamentales:

¿ Brindarle la mejor información posible para que se integre de forma satisfactoria en la Universidad.

¿ Orientarle mejor en su decisión para que se matricule de aquello que más le convenga y se ajuste a sus deseos o necesidades.

¿ Proporcionarle toda una serie de cursos de formación, tanto presenciales como en-línea, sobre la metodología específica del estudio a distancia y las competencias que necesita para llevar a cabo un aprendizaje autónomo, regulado por él mismo. En definitiva, se trata de que logre una buena adaptación al sistema de enseñanza-aprendizaje de la UNED para que culmine con éxito sus estudios.

4. Cursos 0. Cursos de nivelación.

Los cursos 0 permiten actualizar los conocimientos de entrada a la titulación de los nuevos alumnos. Se ofertan asociados a una serie de contenidos presentes en diferentes titulaciones y materias impartidas. En la dirección electrónica <http://ocw.innova.uned.es/ocwuniversia>, se encuentra toda la información necesaria para la realización de estos cursos de nivelación.

5. Comunidad virtual de estudiantes nuevos.

El estudiante nuevo formará parte de la "Comunidad virtual de estudiantes nuevos" de su Facultad/Escuela, en la que se le brindará información y orientación precisas sobre la UNED y su metodología, así como sugerencias para guiarle en tus primeros pasos.

6. aLF.

aLF es una plataforma de e-Learning y colaboración que permite impartir y recibir formación, gestionar y compartir documentos, crear y participar en comunidades temáticas, así como realizar proyectos online. aLF facilita hacer un buen uso de los recursos de que disponemos a través de Internet para paliar las dificultades que ofrece el modelo de enseñanza a distancia. Para ello ponemos a su disposición las herramientas necesarias para que, tanto el equipo docente como el alumnado, encuentren la manera de compaginar el trabajo individual como el aprendizaje cooperativo.

Funcionalidades:

¿ Gestión de grupos de trabajo bajo demanda.

¿ Espacio de almacenamiento compartido.

¿ Organización de los contenidos.

¿ Planificación de actividades.

¿ Evaluación y autoevaluación.

¿ Servicio de notificaciones automáticas.

¿ Diseño de encuestas.

¿ Publicación planificada de noticias.

¿ Portal personal y público configurable por el usuario.

7. El Centro de Orientación, Información y Empleo de la UNED (COIE).

El Centro de Orientación, Información y Empleo de la UNED (COIE) es un servicio especializado de información y orientación académica y profesional que ofrece al alumno todo el soporte que necesita tanto para su adaptación académica en la UNED como para su promoción profesional una vez terminados sus estudios. La dirección web del COIE es: [http://portal.uned.es/portal/page?\\_pageid=93,569737&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,569737&_dad=portal&_schema=PORTAL) ¿Qué ofrece el COIE?:

¿ Orientación académica: formación en técnicas de estudio a distancia y ayuda en la toma de decisiones para la elección de la carrera.

¿ Orientación profesional: asesoramiento del itinerario profesional e información sobre las salidas profesionales de cada carrera.

¿ Información y autoconsulta:

o Titulaciones.

o Estudios de posgrado.

o Cursos de formación.

o Becas, ayudas y premios.

o Estudios en el extranjero.

¿ Empleo:

o Bolsa de empleo y prácticas: bolsa on-line de trabajo y prácticas para estudiantes y titulados de la UNED

o Ofertas de empleo: ofertas de las empresas colaboradoras del COIE y las recogidas en los diferentes medios de comunicación.

o Prácticas: podrá realizar prácticas en empresas siempre y cuando haya superado el 50% de los créditos de tu titulación.

8. Servicio de Secretaría Virtual



El servicio de Secretaría Virtual proporciona servicios de consulta y gestión académica a través de Internet de manera personalizada y segura desde cualquier ordenador con acceso a la red. Para utilizar el servicio, el estudiante deberá tener el identificador de usuario que se proporciona en la matrícula. Los servicios que ofrece la Secretaría Virtual son los siguientes:

¿ Cuenta de correo electrónico de estudiante: El usuario podrá activar o desactivar la cuenta de correo electrónico que ofrece la UNED a sus estudiantes.

¿ Cambio de la clave de acceso a los servicios: Gestión de la clave de acceso a la Secretaría Virtual.

¿ Consulta de expediente académico del estudiante y consulta de calificaciones.

¿ Consulta del estado de su solicitud de beca.

¿ Consulta del estado de su solicitud de título.

¿ Consulta del estado de su solicitud de matrícula.

#### 9. Tutoría Presencial en los Centros Asociados

La UNED es plenamente consciente de la importancia que la tutoría presencial tiene para sus estudiantes, por lo que los alumnos podrán resolver todas sus dudas y llevar a cabo actividades de aprendizaje durante las tutorías presenciales en su Centro Asociado más cercano, donde contará con tutores especializados. En la actualidad, la tutoría presencial se ha reforzado gracias a sistemas avanzados de videoconferencia y pizarras digitales interactivas (aulas AVIP), que permiten ofrecer, al tiempo, la tutoría en directo a distintos Centros Asociados a la vez optimizando, así, los recursos disponibles, tanto de los Centros grandes como de los pequeños. La plataforma AVIP pretende ser la clave del acceso a la educación para el siglo de Internet. Los Centros Asociados facilitan, además, la formación de grupos de trabajo y estudio constituidos por estudiantes pertenecientes al mismo Centro.

#### 10. Tutorías en línea

En el curso virtual el estudiante puede contar con el apoyo de su equipo docente y de un Tutor desde cualquier lugar y de forma flexible. Esta tipo de tutoría no impide poder acceder a la tradicional Tutoría Presencial en los Centros Asociados; es decir, se puede libremente utilizar, una, otra o las dos opciones a la vez. Como novedad, si el estudiante está matriculado en estudios con un número reducido de ellos, la UNED posibilita que la tutoría presencial se traslade al entorno virtual en lo que se denomina Tutoría Intercampus. A través de este medio el estudiante podrá ver y escuchar a sus profesores tutores y participar en las actividades que se desarrollen. Muchas de las tutorías desarrolladas mediante tecnología AVIP están disponibles en línea para que se puedan visualizar en cualquier momento, con posterioridad a su celebración.

#### 11. La Biblioteca

La Biblioteca de la UNED es un centro de recursos para el aprendizaje, la docencia, la investigación, la formación continua y las actividades relacionadas con el funcionamiento y la gestión de la Universidad en su conjunto. La Biblioteca se identifica plenamente en la consecución de los objetivos de la Universidad y en su proceso de adaptación al nuevo entorno de educación superior. La estructura del servicio de Biblioteca la constituyen las Bibliotecas: Central, Psicología e IUED (Instituto Universitario de Educación a Distancia), Ingenierías, y la biblioteca del Instituto Universitario ¿Gutiérrez Mellado¿.

Esta estructura descentralizada por campus está unificada en cuanto a su política bibliotecaria, dirección, procesos y procedimientos normalizados.

Los servicios que presta son:

¿ Información y atención al usuario.

¿ Consulta y acceso a la información en sala y en línea.

¿ Adquisición de documentos.

¿ Préstamo y obtención de documentos (a domicilio e interbibliotecario).

¿ Publicación científica en abierto: la Biblioteca gestiona el repositorio institucional e-SpacioUNED donde se conservan, organizan y difunden los contenidos digitales resultantes de la actividad científica y académica de la Universidad, de manera que puedan ser buscados, recuperados y reutilizados con más facilidad e incrementando notablemente su visibilidad e impacto.

¿ Reproducción de materiales: fotocopiadoras de autoservicio, equipos para consulta de microfomas, descargas de documentos electrónicos, etc.

#### 12. La Librería Virtual

La Librería Virtual es un servicio pionero que la UNED pone a disposición de sus estudiantes, con el fin de que éstos puedan adquirir los materiales básicos recomendados en las guías de las distintas titulaciones. Asimismo facilita a cualquier usuario de internet la adquisición rápida y eficaz del fondo de la Editorial UNED, la mayor editorial universitaria española.

#### 13. UNIDIS

El Centro de Atención a Universitarios con Discapacidad (Unidis) es un servicio dependiente del Vicerrectorado de Estudiantes, Empleo y Cultura, cuyo objetivo principal es que los estudiantes con discapacidad que deseen cursar estudios en esta Universidad, puedan gozar de las mismas oportunidades que el resto de estudiantes de la UNED. Con este fin, UNIDIS coordina y desarrolla una serie de acciones de asesoramiento y apoyo a la comunidad universitaria que contribuyan a suprimir barreras para el acceso, la participación y el aprendizaje de los universitarios con discapacidad.

#### 14. Representación de estudiantes.

Los representantes de estudiantes desarrollan en la UNED una función de gran importancia para nuestra Universidad. Los Estatutos de la UNED y el Estatuto del Estudiante Universitario subrayan el carácter democrático de la función de representación y su valor en la vida universitaria. En el caso de la UNED, los órganos colegiados de nuestra Universidad en los que se toman las decisiones de gobierno cuentan con representación estudiantil. Los representantes desarrollan sus funciones en las Facultades y Escuelas, en los Departamentos, en los Centros Asociados y en otras muchas instancias en las que es necesario tener en cuenta las opiniones y sugerencias de los colectivos de estudiantes. Desde el Vicerrectorado de Estudiantes, Empleo y Cultura, así como desde los Centros Asociados, se facilita esta labor de representación defendiendo sus intereses en las distintas instancias, apoyando sus actividades con recursos económicos y reconociendo su actividad desde el punto de vista académico. Nuestra comunidad universitaria está reforzando la participación de estudiantes en los procesos de decisión que, sin duda, redundan en beneficio de la vida universitaria tanto en las Facultades y Escuelas como en los Centros Asociados.

### 4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

#### Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

#### Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

#### Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

#### Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
4	8

### NORMAS Y CRITERIOS GENERALES DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS PARA LOS MASTER





## PREÁMBULO

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establecía la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales indica en su artículo sexto que, al objeto de hacer efectiva la movilidad de estudiantes, dentro y fuera del territorio nacional, las universidades elaborarán y harán pública su normativa sobre el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos, con sujeción a los criterios generales establecidos en el mismo; este precepto ha sido modificado por el Real Decreto

861/2010, de 2 de julio, que da una nueva redacción al citado precepto para, según reza su exposición de motivos, ¿introducir los ajustes necesarios a fin de garantizar una mayor fluidez y eficacia en los criterios y procedimientos establecidos¿.

Con la finalidad de adecuar la normativa interna de la UNED en el ámbito de los Másteres a estas modificaciones normativas y en cumplimiento de lo establecido en el párrafo 1º del artículo sexto del citado Real Decreto 861/2010, y con objeto de hacer efectiva la movilidad de estudiantes, tanto dentro del territorio nacional como fuera de él, procede la aprobación de las siguientes normas y criterios generales de reconocimiento y transferencia de créditos para los Másteres.

### Capítulo I. Reconocimiento de créditos.

#### Artículo 1. Ámbito de aplicación.

Esta normativa será de aplicación a las enseñanzas universitarias oficiales de Posgrado reguladas por el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, que se impartan en la UNED.

#### Artículo 2. Conceptos básicos.

1. Se entiende por reconocimiento de créditos la aceptación por la universidad de créditos que son computados para la obtención de un título oficial de Master y que no se han obtenido cursando las asignaturas incluidas en su plan de estudios.

2. Las unidades básicas de reconocimiento son los créditos, las competencias y los conocimientos derivados de las enseñanzas y actividades laborales y profesionales acreditados por el estudiante.

#### Artículo 3. Ámbito objetivo de reconocimiento.

3.1. Serán objeto de reconocimiento:

- Enseñanzas universitarias oficiales, finalizadas o no, de Master o Doctorado.
- Enseñanzas universitarias no oficiales.
- Experiencia laboral o profesional relacionada con las competencias inherentes al título.

3.2. También podrán ser reconocidos como créditos los estudios parciales de doctorado superados con arreglo a las distintas legislaciones anteriores, siempre que tengan un contenido afín al del Master, a juicio de la Comisión Coordinadora de éste.

#### Artículo 4. Órganos competentes

1. El órgano competente para el reconocimiento de créditos será la "Comisión de Coordinación del Título de Master" establecida en cada caso para cada título con arreglo a la normativa de la UNED en materia de organización y gestión académica de los Másteres que en cada momento esté vigente.

2. La Comisión delegada de Ordenación Académica de la UNED actuará como órgano de supervisión y de resolución de dudas que puedan plantearse en las Comisiones de coordinación del título de Master y establecerá los criterios generales de procedimiento y plazos.

#### Artículo 5. Criterio general para el reconocimiento de créditos.

1. El reconocimiento de créditos deberá realizarse teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios.

2.- El reconocimiento de los créditos se realizara conforme al procedimiento descrito en el Anexo I.

#### Artículo 6. Reconocimientos entre estudios universitarios oficiales.

1. A los efectos de esta normativa, se entiende por reconocimiento la aceptación por la UNED de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en ésta u otra Universidad, son computados en otras enseñanzas distintas a efectos de la obtención de un título oficial de Máster Universitario.



2. No podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes al trabajo fin de Máster necesario para obtener el correspondiente título.

#### **Artículo 7. Reconocimientos de enseñanzas universitarias no oficiales y experiencia laboral.**

1. Podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en otras enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos, a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, siempre que el nivel de titulación exigido para ellas sea el mismo que para el Master.
2. La experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención del título oficial de Máster, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título o periodo de formación.
3. El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de la experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios. El reconocimiento de estos créditos no incorporará calificación de los mismos por lo que no computarán a efectos de baremación del expediente.

Los créditos procedentes de títulos propios podrán, excepcionalmente, ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al señalado en el párrafo anterior o, en su caso, ser objeto de un reconocimiento en su totalidad siempre que el correspondiente título propio haya sido extinguido y sustituido por un título oficial.

A tal efecto, en la memoria de verificación del nuevo plan de estudios propuesto y presentado a verificación se hará constar tal circunstancia y se deberá acompañar a la misma, además de lo dispuesto en el anexo I de este real decreto, el diseño curricular relativo al título propio, en el que conste: número de créditos, planificación de las enseñanzas, objetivos, competencias, criterios de evaluación, criterios de calificación y obtención de la nota media del expediente, proyecto final de Grado o de Máster, etc., a fin de que la Agencia de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) o el órgano de evaluación que la Ley de las comunidades autónomas determinen, compruebe que el título que se presenta a verificación guarda la suficiente identidad con el título propio anterior y se pronuncie en relación con el reconocimiento de créditos propuesto por la universidad.

#### **Capítulo II. Transferencia de créditos.**

##### **Art. 8- Definición.**

1. Se entiende por transferencia la inclusión en el expediente del estudiante de la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la UNED o en otra Universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

##### **Art. 9. Requisitos y Procedimiento para la transferencia de créditos**

Los estudiantes que se incorporen a un nuevo título deberán indicar si han cursado otros estudios oficiales no finalizados, y en caso de no tratarse de estudios de la UNED, aportar los documentos requeridos. Para hacer efectiva la transferencia de créditos el estudiante deberá realizar traslado de expediente. Una vez presentados los documentos requeridos, se actuará de oficio, incorporando la información al expediente del estudiante pero sin que, en ningún caso, puedan ser tomados en consideración para terminar las enseñanzas de Master cursadas, aquellos créditos que no hayan sido reconocidos..

##### **Art. 10. Documentos académicos**

Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursados en cualquier Universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente título, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título, regulado en el Real Decreto 1044/2003 de 1 de agosto, por el que se establece el procedimiento para la expedición por las Universidades del Suplemento Europeo al Título.

#### **ANEXO I**

1. El procedimiento se inicia a petición del interesado una vez que aporte en la Facultad o Escuela correspondiente la documentación necesaria para su tramitación. Este último requisito no será necesario para los estudiantes de la UNED cuando su expediente se encuentre en la Universidad. La Facultad/Escuela podrá solicitar a los interesados información complementaria al Certificado Académico, en caso de que lo considere necesario, para posibilitar el análisis de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las asignaturas cursadas y los previstos en el plan de estudios de la enseñanza de ingreso.
2. Una vez resueltos y comunicados los reconocimientos al estudiante, este deberá abonar el importe establecido en la Orden Ministerial, que anualmente fija los precios públicos por este concepto, para hacer efectivos estos derechos, incorporararlos a su expediente y poner fin al procedimiento.



3. No obstante, y de acuerdo a lo dispuesto en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, modificada por la Ley 4/1999, de 13 de enero, si el estudiante no estuviera de acuerdo con la resolución de la Comisión de reconocimiento podrá presentar en el plazo de un mes recurso de alzada ante el Rector.

4. En virtud de las competencias conferidas en el artículo 4º de la normativa para reconocimientos, la Comisión delegada de Ordenación Académica podrá establecer anualmente plazos de solicitud de reconocimiento de créditos para cada Facultad o Escuela, con el objeto de ordenar el proceso, de acuerdo con los períodos de matrícula anual.

5. El plazo máximo para resolver el procedimiento es de 3 meses. El procedimiento permanecerá suspenso por el tiempo que medie entre la petición de documentación por parte de la universidad al interesado y su efectivo cumplimiento.

6. Se autoriza al Vicerrectorado de Investigación a realizar cuantas modificaciones sean necesarias en este procedimiento para su mejor adecuación a posibles cambios normativos.

#### **NOTA SOBRE TÍTULOS EXTRANJEROS**

Los estudiantes que estén en posesión de un título de educación superior extranjero podrán acceder a este Programa previa homologación de aquel al título español que habilite para dicho acceso, de conformidad con el procedimiento previsto en la normativa vigente al respecto. No obstante se podrán admitir, sin la preceptiva homologación, previa comprobación, alumnos que acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos españoles de grado y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a estudios de postgrado. Esta admisión no implicará, en ningún caso, la homologación del título.

#### **4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS**



## 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

<b>5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS</b>		
Ver Apartado 5: Anexo 1.		
<b>5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.		
Realización de trabajos que reflejen estudios empíricos de casos.		
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.		
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.		
Debates colectivos de carácter dialógico sobre los temas de la materia.		
Formación en la redacción de trabajos científicos: Desarrollo y presentación del Trabajo Fin de Máster		
Seguimiento y análisis de acontecimientos políticos culturales y socioeconómicos recogidos por los medios de comunicación.		
Seguimiento y análisis de procedimientos participativos para comprender sus presupuestos teóricos implícitos, su dinámica y desarrollo.		
<b>5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación		
Todas las actividades realizadas en el trabajo Fin de Máster se concretarán en cada uno de los trabajos elegidos. Éstas se desarrollarán sobre la base de la metodología a distancia propia de la UNED. Para ello el alumno tendrá a su disposición un campus virtual, en la plataforma de aprendizaje aLF, donde el alumno dispondrá de las siguientes herramientas: foro, tutoría on line, documentación, orientaciones, etc.		
<b>5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
Prueba presencial: examen final realizado presencialmente en un centro asociado de la Uned, dentro del calendario de exámenes de la Universidad.		
Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).		
Trabajo en equipo: trabajo realizado en equipo por los estudiantes a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo realización de trabajos finales.		
Participación en foros: participación en actividades a través de los foros.		
Preparación del Trabajo Fin de Máster: El profesor tutor del trabajo evaluará la memoria final presentada por el estudiante en la que, de forma crítica y razonada, exponga el trabajo realizado y las conclusiones a las que ha llegado.		
Presentación y defensa pública del Trabajo Fin de Máster: El tribunal de los trabajos fin de máster, formados por tres profesores, evaluará la presentación y defensa pública del estudiante del trabajo de investigación realizado (esta presentación será presencial o, en casos muy excepcionales, a distancia a través de videoconferencia). La presentación y defensa del trabajo fin de máster se realizará al final de mismo, una vez que el estudiante haya cursado y aprobado todas las materias del máster, y su presentación sea informada favorablemente por el profesor tutor del trabajo fin de máster.		
Evaluación Continua: actividades realizadas durante el curso, planificadas como hitos en el logro de los resultados de aprendizaje.		
<b>5.5 NIVEL 1: Comunicación y política</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Medios de comunicación y política</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>



4		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
El curso proporciona las herramientas analíticas y, en su caso, los medios empíricos para una adecuada comprensión de la comunicación política en las democracias avanzadas, así como de su influencia sobre el comportamiento político y electoral.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Democracia, medios de comunicación y política</li> <li>2. El estudio de la esfera pública en la democracia avanzada</li> <li>3. Las noticias y la opinión pública</li> <li>4. Medios, política e influencia</li> <li>5. Sistemas de medios y sistemas políticos comparados</li> <li>6. El modelo pluralista polarizado: España</li> <li>7. Las campañas electorales a través de los medios</li> <li>8. El estudio de las agendas: agenda ciudadana, agenda política y agenda mediática</li> <li>9. El proceso de tematización en el estudio de las agendas</li> <li>10. El voto de los españoles en democracia (1977-2012)</li> <li>11. Las campañas electorales y los medios de comunicación en la democracia española (1977-2012)</li> </ol>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.		
CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económico-social.		
CE5 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información webgráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.		
CE8 - Ser capaz de buscar y analizar fuentes secundarias estadísticas (oficiales o públicas y privadas) que aborden la demanda cultural de la sociedad española y que, por lo tanto, establezcan el marco de consumos de bienes culturales y de medios de		



comunicación. En especial, la Encuesta de Hábitos Culturales, la Encuesta de Empleo del Tiempo, la Encuesta de Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares o el Estudio General de Medios.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	46	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	48	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación

#### 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Prueba presencial: examen final realizado presencialmente en un centro asociado de la Uned, dentro del calendario de exámenes de la Universidad.	0.0	100.0
Evaluación Continua: actividades realizadas durante el curso, planificadas como hitos en el logro de los resultados de aprendizaje.	0.0	50.0

#### NIVEL 2: Comunicación política en las democracias

##### 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
4		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

#### LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	



No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Capacidad de análisis de textos y de los mecanismos comunicativos. Evaluación de las tácticas comunicativas en campañas electorales y difusión de los logros de los distintos niveles de las administraciones y las instituciones. Familiarización con los mecanismos de comunicación en internet, redes sociales y ciberpolítica.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Democracia, opinión pública y audiencias.</li> <li>2. Metodología, medidas y técnicas de análisis.</li> <li>3. Contextos para el análisis de la comunicación política: los efectos.</li> <li>4. Liderazgo político y gobernación retórica.</li> <li>5. El discurso político: noticias, anuncios, campañas.</li> <li>6. Los sistemas políticos y los medios.</li> <li>7. Los medios, la política y su influencia mutua.</li> <li>8. Comunicación política y cognición.</li> <li>9. Comunicación política interpersonal y en pequeños grupos.</li> <li>10. El alterado entorno de la comunicación política.</li> <li>11. Propaganda y persuasión.</li> <li>12. Propaganda: estrategias y tácticas.</li> </ol>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.		
CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económicosocial.		
CE6 - Ser capaz de analizar y evaluar encuestas de opinión, especialmente la referida a seguimiento de la intención de voto, con aplicación de análisis longitudinal de las mismas en el contexto de una campaña electoral.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	40	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	44	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100
Seguimiento y análisis de acontecimientos políticos culturales y socioeconómicos	10	0



recogidos por los medios de comunicación.		
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba presencial: examen final realizado presencialmente en un centro asociado de la Uned, dentro del calendario de exámenes de la Universidad.	50.0	100.0
Evaluación Continua: actividades realizadas durante el curso, planificadas como hitos en el logro de los resultados de aprendizaje.	0.0	50.0
<b>NIVEL 2: Culturas políticas, ciudadanía y democracia: procesos de transformación</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
4		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3</b>		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Interpretar las principales transformaciones que se están produciendo en las cultruas políticas de las sociedades democráticas actuales Discutir las insuficiencias del modelo clásico de ciudadanía y las nuevas formulaciones que existen en la literatura especializada Conocer las características y potencialidades del análisis cultural de la vida política Identificar las características de la cultura política española y discutir sus cambios mas significativos.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
1.- La dimensión cultural de la vida política. De 'la cultura cívica' a la visión interpretativista. Cultura en acción. El análisis cultural: implicaciones metodológicas 2.- Ciudadanía y cultura política. El modelo clásico de ciudadanía y sus marcos culturales. La ruptura de los marcos culturales en un contexto de cambio sociopolítico. Las fronteras de la ciudadanía: nuevos temas, nuevas identidades y nuevos actores. 3.- Los rasgos político culturales de		





las democracias contemporáneas. Los significados de la política: entre la desafección y el activismo. Las culturas de resistencia y alternativas 4.- El caso español. La matriz cultural de la democracia española. Principales tendencias de cambio político cultural: crisis y polarización.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG02 - Que los estudiantes puedan detectar y conocer problemáticas relevantes y necesidades de la comunicación en la sociedades industriales avanzadas

CG03 - Que el estudiante sea capaz de evaluar y diseñar estrategias actuales de comunicación en ámbito social, político y económicosocial.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.

CE2 - Ser capaz de observar y analizar comparativamente las relaciones sociales que se producen/reproducen en el espacio virtual y en campos como los debates sobre el medio ambiente, las relaciones de género, el consumo o la religión.

CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económicosocial.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	46	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	48	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación

#### 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).	0.0	50.0



Evaluación Continua: actividades realizadas durante el curso, planificadas como hitos en el logro de los resultados de aprendizaje.	0.0	50.0
<b>NIVEL 2: Encuestas y campañas: líderes políticos y ciudadanos</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
4		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Se pretende que al finalizar el curso los alumnos hayan adquirido los conocimientos conceptuales básicos, metodológicos e instrumentales que les permitan enfrentarse de forma autónoma tanto al análisis de las relaciones entre partidos políticos y ciudadanos como a la identificación de los canales e instrumentos de comunicación política empleados por los actores políticos. Por tanto el objetivo general de la asignatura es, que los alumnos sean capaces de conocer y comprender en su complejidad el proceso que subyace en la vinculación entre políticos y ciudadanos a partir de la utilización de instrumentos de comunicación, así como las características, elementos y efectos que su uso generan.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>Bloque 1: Actores políticos: partidos y líderes 1. El reclutamiento de candidatos, la elección y el ejercicio del poder político. 2. La organización de los partidos, los cargos políticos y los líderes. Bloque 2: Instrumentos de comunicación política 1. Instrumentos de comunicación política y su evolución hasta nuestros días. 2. Las campañas electorales, las campañas institucionales y los medios de comunicación. Bloque 3: Relación entre partidos y ciudadanos 1. Relaciones entre líderes, partidos y ciudadanos en el proceso político. 2. Cultura política, opinión pública, preferencias de los votantes y factores de liderazgo.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		



No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.		
CE5 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información webgráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.		
CE6 - Ser capaz de analizar y evaluar encuestas de opinión, especialmente la referida a seguimiento de la intención de voto, con aplicación de análisis longitudinal de las mismas en el contexto de una campaña electoral.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	44	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	44	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100
Debates colectivos de carácter dialógico sobre los temas de la materia.	6	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Prueba presencial: examen final realizado presencialmente en un centro asociado de la Uned, dentro del calendario de exámenes de la Universidad.	50.0	100.0
Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).	0.0	50.0
<b>NIVEL 2: Movimientos sociales y comunicación</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
4		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>Lenguas en las que se imparte</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>En periodos de crisis, la actividad de los movimientos sociales es más perceptible, errática e imprevisible. Todo ello en un contexto de creciente concentración del poder mediático. Se estudia el poder agencial de los movimientos sociales como motores del cambio social, resaltando su potencialidad para acelerar, en unos casos, o retrasar, en otros, el cambio social (valores, propuestas, utopías, éxitos y fracasos), en las sociedades contemporáneas. El objeto del curso viene dado por la importancia emergente que tienen los movimientos sociales (históricos y nuevos) en el actual contexto global, tanto en el ámbito local, como en el contexto de ¿sociedad mundial¿. Seguidamente se estudian casos concretos (actores, repertorios de la acción y reivindicaciones) con la aplicación de metodologías empíricas que nos ayuden a descifrar las tendencias de estas formas participativas en el contexto global. Se refuerza el análisis de la comunicación social (opinión pública) y la propaganda (vanguardias) de los movimientos sociales con la importancia que cobra la información/manipulación con el uso de las nuevas tecnologías.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>I- Movimientos sociales y acción colectiva 1- Movimientos sociales: principales teorías, características y tipologías - El cambio político y social. Las estructuras de oportunidad política. - Los recursos y los movimientos. - El enfoque culturalista. La teoría general de marcos de significado. - Las teorías del comportamiento: del contagio, la reacción circular y el conductismo. - Teorías de la revolución; salida, voz y lealtad. - La investigación-acción participativa, análisis de redes, catástrofe y auto-organización. 2- Los procesos de acción colectiva: la elección racional - Una introducción a la Elección Racional. - La paradoja de la acción colectiva. ¿Por qué participar en una acción coordinada? - Los fundamentos para la acción colectiva. Incentivos para la participación y el free-rider. - La masa crítica y el umbral de la participación. 3- La protesta social como indicador de malestar - La movilización como indicador de la acción colectiva: metodología. - Variables estudiadas: ¿quiénes, por qué, cómo, cuándo, dónde y para qué? - Ritualización y significados de la protesta. - Manifestómetro y ciclos de protesta. 4- Participación y movimientos sociales en la sociedad de la información - La participación institucional y la participación ciudadana a través de Internet. - Deliberación, voto e instituciones. La participación digital. - Los movimientos sociales en la era de la comunicación. - La participación como información, coordinación y formación. Nuevas estrategias participativas a través de Internet. II- Movimientos sociales y comunicación 5- Movimientos sociales y visibilidad - Los Movimientos sociales y comunicación social: de los micromix a internet. - Los medios de comunicación y la cobertura del conflicto sociopolítico. 6- Comunicación política y cohesión social en contextos de crisis - Los movimientos sociales en contextos de crisis: características - Movilización por la paz interna (terrorismo) - Movilización por la paz externa (guerra) 7- Análisis de campañas concretas de los movimientos sociales.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG01 - Que los estudiantes adquieran capacidades estratégicas para el análisis de los nuevos procesos comunicativos vertebradores de la política, la cultura y las relaciones socioeconómicas.		
CG03 - Que el estudiante sea capaz de evaluar y diseñar estrategias actuales de comunicación en ámbito social, político y económico-social.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		



CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.

CE2 - Ser capaz de observar y analizar comparativamente las relaciones sociales que se producen/reproducen en el espacio virtual y en campos como los debates sobre el medio ambiente, las relaciones de género, el consumo o la religión.

CE5 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información webgráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	44	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	44	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100
Debates colectivos de carácter dialógico sobre los temas de la materia.	6	0

#### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarlos y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación

#### 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Prueba presencial: examen final realizado presencialmente en un centro asociado de la Uned, dentro del calendario de exámenes de la Universidad.	50.0	100.0
Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).	0.0	50.0

#### 5.5 NIVEL 1: Procesos sociocomunicativos

##### 5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

#### NIVEL 2: Sociedad mundial: procesos de construcción

##### 5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	4	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Se pretende con este curso repensar la aparición de estructuras y procesos mundiales que desbordan los estrechos límites del estado-nación. Entre los dos polos de la globalización y la mundialización, el objetivo es capacitar a los estudiantes para que profundicen en la idea de sociedad mundial.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
1. Las teorías del desarrollo económico y de la dependencia. 2. El planteamiento del <i>¿world system¿</i> de I. Wallerstein. 3. La teoría de la <i>¿world polity¿</i> de J. W. Meyer 4. La concepción de la <i>¿sociedad mundial¿</i> en N. Luhmann.		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG02 - Que los estudiantes puedan detectar y conocer problemáticas relevantes y necesidades de la comunicación en la sociedades industriales avanzadas		
CG03 - Que el estudiante sea capaz de evaluar y diseñar estrategias actuales de comunicación en ámbito social, político y económicosocial.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.		
CE2 - Ser capaz de observar y analizar comparativamente las relaciones sociales que se producen/reproducen en el espacio virtual y en campos como los debates sobre el medio ambiente, las relaciones de género, el consumo o la religión.		
CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económicosocial.		
CE5 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información webgráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>



Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	42	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	48	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
<p>La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación</p>		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).	0.0	100.0
<b>NIVEL 2: Nuevas necesidades de información ciudadana</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	4	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		



El alumnado será capaz de generar, transmitir, interpretar y criticar los datos de tal manera que responda a las nuevas necesidades de información ciudadana. En este sentido, será capaz de desempeñar el doble rol de, por un lado, productor de información a través de un riguroso manejo de los datos; y por otro, de receptor crítico y consciente de la información difundida por los medios de comunicación. Este aprendizaje no sólo será válido para el mundo de la comunicación o para la formación de una ciudadanía bien informada, sino para el desempeño profesional de cualquier ocupación que requiera manejo de datos, transmisión de información o generación de conocimiento.

#### 5.5.1.3 CONTENIDOS

1. Los datos y su tratamiento: los fundamentos para una ciudadanía bien informada.
2. Los mass media y la transmisión de la información: evaluación y crítica de la comunicación en la era del conocimiento.
3. La sociedad a través de los medios: la comunicación de la estructura social.
4. La política y la economía a través de los medios

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG01 - Que los estudiantes adquieran capacidades estratégicas para el análisis de los nuevos procesos comunicativos vertebradores de la política, la cultura y las relaciones socioeconómicas.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.

CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económico-social.

CE5 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información webgráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.

##### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	42	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	48	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100

##### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías





en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).	0.0	100.0
NIVEL 2: Opinión pública y participación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	4	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>El estudio de los contenidos teóricos permitirá al alumno: - Entender el origen y trayectoria del concepto de opinión pública como proceso social - Analizar desde un enfoque sociológico la vinculación entre sondeos, opinión pública y medios de comunicación - Desarrollar un espíritu crítico para analizar las técnicas de medición de la opinión pública - Plantear enfoques alternativos respecto al contenido, expresión y funciones de la opinión pública - Plantear y analizar la vinculación entre la opinión pública y la participación ciudadana - Conocer los métodos participativos más relevantes y sus posibilidades para el análisis de la opinión pública - Explorar y descubrir dispositivos, formatos y canales de expresión pública, con potencial interés para la participación ciudadana Para ello, el alumno tendrá la oportunidad de desarrollar una actividad práctica relacionada con una de estas actividades: - Seguimiento y análisis de un proceso participativo para comprender sus presupuestos teóricos implícitos, dinámica y desarrollo - Análisis de la evolución de un tema actual de opinión pública observando su tratamiento en los distintos mecanismos formales y no formales de expresión ciudadana.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>1. El concepto de opinión pública como proceso social. Se trata de analizar el origen y la trayectoria histórica del concepto de opinión pública desde los condicionantes sociopolíticos de su desarrollo. 2. Los métodos tradicionales para el estudio de la opinión pública: una revisión crítica. El tema planteará la problemática relación opinión pública-sondeos-medios de comunicación, así como las dificultades de la medición de la opinión a través de las encuestas. 3. Métodos participativos de investigación social y opinión pública. Desde el planteamiento de enfoques alternativos para entender el concepto de opinión pública, se explorarán los métodos que han implementado dinámicas participativas más relevantes en distintas instituciones públicas durante las últimas décadas, analizando sus posibilidades para el estudio de la opinión pública. 4. Retos metodológicos para el estudio de la opinión pública: canales emergentes para la participación Este tema plantea la necesidad de explorar y descubrir dispositivos y canales de expresión pública que, tal como ocurre con los formatos on-line, muestran especial interés para el análisis de opinión pública y participación.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		



5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG02 - Que los estudiantes puedan detectar y conocer problemáticas relevantes y necesidades de la comunicación en la sociedades industriales avanzadas		
CG03 - Que el estudiante sea capaz de evaluar y diseñar estrategias actuales de comunicación en ámbito social, político y económicosocial.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Ser capaz de observar y analizar comparativamente las relaciones sociales que se producen/reproducen en el espacio virtual y en campos como los debates sobre el medio ambiente, las relaciones de género, el consumo o la religión.		
CE3 - Ser capaz de aplicar técnicas de investigación social, cuantitativas y cualitativas, en el campo comunicativo y referido a la aspectos concretos de la realidad política, cultural y socioeconómica.		
CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económicosocial.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	40	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	42	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100
Seguimiento y análisis de procedimientos participativos para comprender sus presupuestos teóricos implícitos, su dinámica y desarrollo.	12	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Prueba presencial: examen final realizado presencialmente en un centro asociado de la Uned, dentro del calendario de exámenes de la Universidad.	0.0	50.0
Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos	0.0	50.0



finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).		
<b>NIVEL 2: Género y medios de comunicación</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	4	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
No existen datos		
<b>NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3</b>		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Los principales resultados de aprendizaje se corresponden con lo que el/la estudiante debe saber hacer al final del cuatrimestre, si tiene éxito en la asignatura: Podrá conocer la relevancia que tienen los medios de comunicación en la construcción de la imagen de hombres y mujeres. Podrá comprender, describir y explicar la dimensión social de la identidad de género construida a través de los medios, identificando el funcionamiento de normas, valores, pautas de conductas y expectativas de lo social y culturalmente considerado como adecuado. Podrá realizar aportaciones sociológicas y establecer debate en torno a cómo los medios crean y reproducen modelos masculinos y femeninos que se insertan en el imaginario colectivo. Podrá explicar el diagnóstico e interpretar la influencia de los medios en la imagen de género que ofrecen, incorporando una dimensión crítica, en base a cualquier información empírica (medios de comunicación, revistas profesionales u otra información documental) y modificar su forma de conceptualizarlos.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
El género como categoría de análisis en la investigación social. Los medios de comunicación y la construcción de la identidad de género. Los medios de comunicación y el reflejo de la realidad de hombres y mujeres. Medios tradicionales. Medios on line. Redes Sociales.		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG02 - Que los estudiantes puedan detectar y conocer problemáticas relevantes y necesidades de la comunicación en la sociedades industriales avanzadas		
CG03 - Que el estudiante sea capaz de evaluar y diseñar estrategias actuales de comunicación en ámbito social, político y económicosocial.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		



No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.		
CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económico-social.		
CE5 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información webgráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	40	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	48	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100
Debates colectivos de carácter dialógico sobre los temas de la materia.	6	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).	50.0	100.0
Trabajo en equipo: trabajo realizado en equipo por los estudiantes a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo realización de trabajos finales.	0.0	50.0
<b>NIVEL 2: Estructuras, marcos y modelos culturales de la comunicación pública</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
4		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Conocer y aplicar la teoría de los marcos culturales de la comunicación a casos empíricos. Distinguir y analizar las estrategias de comunicación en el terreno del cambio climático y la alimentación.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>1. La noción de "marco" y "modelo cultural", a partir de las obras de Goffman y Lakoff.</p> <p>1.1. La aplicación del "framing" a los problemas científicos y ambientales: Gans y Modigliani, Nisbet. 1.2. La aplicación del "framing" a los movimientos sociales: Snow y Benford. 1.3. La comunicación estratégica en interacción con los "modelos culturales": FrameWorks Institute. 1.4. Esquemas morales y discursos en la comunicación pública.</p> <p>2. Análisis de la prensa deportiva desde la perspectiva del "framing". 2.1. Descripción del vocabulario metafórico en las crónicas deportivas. 2.2. Discurso performativo en la prensa deportiva.</p> <p>3. Análisis y seguimiento de los marcos del cambio climático en la prensa general. 3.1. Individualización y medio ambiente. 3.2. La producción frente al consumo en la obra de Schnaiberg. 3.3. Marcos eficaces en la representación del calentamiento global.</p> <p>4. Análisis de las representaciones de la alimentación. 4.1. Visibilidad e invisibilidad del sistema alimentario. 4.2. Estudio de caso: la crisis por contaminación de E. Coli como nacionalización de los problemas globales. 4.3. Estudio de caso: la posición del experto y consumidor en las recomendaciones alimentarias.</p> <p>5. La noción de "marco alternativo" como herramienta epistemo-metodológica.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG01 - Que los estudiantes adquieran capacidades estratégicas para el análisis de los nuevos procesos comunicativos vertebradores de la política, la cultura y las relaciones socioeconómicas.		
CG02 - Que los estudiantes puedan detectar y conocer problemáticas relevantes y necesidades de la comunicación en las sociedades industriales avanzadas		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE2 - Ser capaz de observar y analizar comparativamente las relaciones sociales que se producen/reproducen en el espacio virtual y en campos como los debates sobre el medio ambiente, las relaciones de género, el consumo o la religión.		



CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económico-social.

CE5 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información webgráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.

**5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS**

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	42	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	48	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100
Debates colectivos de carácter dialógico sobre los temas de la materia.	6	0

**5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES**

La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación

**5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN**

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Trabajo en equipo: trabajo realizado en equipo por los estudiantes a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo realización de trabajos finales.	50.0	100.0
Evaluación Continua: actividades realizadas durante el curso, planificadas como hitos en el logro de los resultados de aprendizaje.	0.0	50.0

**NIVEL 2: Comunicación e instituciones totales**

**5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2**

<b>CARÁCTER</b>	Optativa
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4

**DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral**

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	4	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

**LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE**

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No



FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Los estudiantes aprenderán a reconocer, interpretar y comprender las principales estrategias de comunicación que utilizan las cuatro instituciones totales más importantes: hospitales, cárceles, escuelas y ejército. De este proceso de aprendizaje también podrán extraer los efectos sociales que estos modos de comunicar tienen tanto dentro de los espacios que controlan estas instituciones como en el exterior de las mismas.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>1. Introducción a la noción de Institución Total 2. Comunicación y castigo: las cárceles como límite. 3. Comunicación y disciplina: Ejército como profesión y vida. 4. Comunicación y educación: escuela, disciplina y socialización. 5 Comunicación y salud: hospitales y control social de los cuerpos. Los cinco capítulos plantean una reflexión sobre los efectos que la comunicación interna y externa de estas instituciones tienen sobre la construcción social de los conceptos de castigo, disciplina, educación y salud.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.		
CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económico-social.		
CE8 - Ser capaz de buscar y analizar fuentes secundarias estadísticas (oficiales o públicas y privadas) que aborden la demanda cultural de la sociedad española y que, por lo tanto, establezcan el marco de consumos de bienes culturales y de medios de comunicación. En especial, la Encuesta de Hábitos Culturales, la Encuesta de Empleo del Tiempo, la Encuesta de Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares o el Estudio General de Medios.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	46	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	48	0



Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).	50.0	100.0
Evaluación Continua: actividades realizadas durante el curso, planificadas como hitos en el logro de los resultados de aprendizaje.	0.0	50.0
<b>NIVEL 2: Religión on line. La comunicación de la religión en la red</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	4	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Los estudiantes conocerán aspectos decisivos del fenómeno religioso en su manifestación en internet, tales como sus actores principales, las formas de comunidad/comunicación de los contenidos religiosos así como en modos de participación como el rito, la eucaristía o el misticismo. Podrán llegar a conocer algunas de las principales concepciones del fenómeno religioso: Durkheim , Weber, Berger, Luckman. - Identificar tipos de praxis religiosa - Identificar los tipos de comunidad y la relación con la estructura social de procedencia de los fieles - Analizar el efecto de la red como medio de comu-		





nicación de la religión en relación con la extensión y afianzamiento de comunidades religiosas - Analizar el efecto de la red como medio de comunicación de la religión en relación con las variaciones que introducen en la misma.

#### 5.5.1.3 CONTENIDOS

1- Principales concepciones del fenómeno religioso: Durkheim , Weber, Berger, Luckman. 2- Tipos de praxis religiosa - Identificación de los tipos de comunidad y la relación con la estructura social de procedencia de los fieles 3- El efecto de la red como medio de comunicación de la religión en relación con la extensión y afianzamiento de comunidades religiosas 4- El efecto de la red como medio de comunicación de la religión en relación con las variaciones que introducen en la misma.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG01 - Que los estudiantes adquieran capacidades estratégicas para el análisis de los nuevos procesos comunicativos vertebradores de la política, la cultura y las relaciones socioeconómicas.

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.

CE2 - Ser capaz de observar y analizar comparativamente las relaciones sociales que se producen/reproducen en el espacio virtual y en campos como los debates sobre el medio ambiente, las relaciones de género, el consumo o la religión.

CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económico-social.

CE5 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información webgráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.

##### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	46	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	48	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100

##### 5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación

##### 5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
-----------------------	--------------------	--------------------



Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).	0.0	100.0
<b>5.5 NIVEL 1: Metodología y procesos comunicativos</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Análisis sociológico para campañas de comunicación social</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
4		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
La asignatura quiere desarrollar las capacidades de incorporación de datos sociales para perfilar y ajustar las estrategias de comunicación con fines sociales. El curso tiene como objetivo la presentación de la información sociológica para que sea utilizada por los creativos de la campaña.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
El curso es eminentemente práctico. Se trabajará preferentemente en grupos. Cada grupo se centrará en una dimensión de la campaña. Se abordarán las técnicas de recogida de información tanto estadística, como documental y discursiva. Se potenciará el análisis deliberativo y la presentación gráfica e icónica de la información. Para la evaluación los equipos elaboraran un panel con sus recomendaciones para los creativos y planificadores que será expuesto y debatido públicamente.		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG02 - Que los estudiantes puedan detectar y conocer problemáticas relevantes y necesidades de la comunicación en la sociedades industriales avanzadas		
CG03 - Que el estudiante sea capaz de evaluar y diseñar estrategias actuales de comunicación en ámbito social, político y económicosocial.		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		



CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE3 - Ser capaz de aplicar técnicas de investigación social, cuantitativas y cualitativas, en el campo comunicativo y referido a la aspectos concretos de la realidad política, cultural y socioeconómica.		
CE5 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información webgráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.		
CE6 - Ser capaz de analizar y evaluar encuestas de opinión, especialmente la referida a seguimiento de la intención de voto, con aplicación de análisis longitudinal de las mismas en el contexto de una campaña electoral.		
CE8 - Ser capaz de buscar y analizar fuentes secundarias estadísticas (oficiales o públicas y privadas) que aborden la demanda cultural de la sociedad española y que, por lo tanto, establezcan el marco de consumos de bienes culturales y de medios de comunicación. En especial, la Encuesta de Hábitos Culturales, la Encuesta de Empleo del Tiempo, la Encuesta de Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares o el Estudio General de Medios.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	10	0
Realización de trabajos que reflejen estudios empíricos de casos.	62	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	10	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100
Debates colectivos de carácter dialógico sobre los temas de la materia.	6	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).	0.0	100.0
<b>NIVEL 2: Relaciones de comunicación en investigación</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>



	4	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
El presente curso pretende formar al estudiante en la importancia teórica y empírica que tienen las relaciones de comunicación para el análisis y aplicación de las distintas técnicas de investigación social.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
1.- Procesos comunicativos en las técnicas de investigación social. - Enfoques teóricos. - Prácticas de investigación y prácticas sociales. 2.- Procesos comunicativos y producción mediada de información estadística. - La aplicación del cuestionario como medio de observación. - Implicaciones de la observación cuantitativa medida en la producción de información. 3.- Procesos comunicativos y producción mediada de información discursiva. - La aplicación de las técnicas cualitativas: la entrevista y el grupo como medio de observación. - Implicaciones de la observación cualitativa mediada en la producción de información. 4.- Procesos comunicativos y producción mediada de información visual. - La aplicación de la mirada como medio de observación visual. - Implicaciones de la observación visual mediada en la producción de información. 5.- La comunicación de la investigación social. La comunicación de los hallazgos cuantitativos y cualitativos. Nuevos medios de comunicación en investigación social.		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG03 - Que el estudiante sea capaz de evaluar y diseñar estrategias actuales de comunicación en ámbito social, político y económicosocial.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.		
CE2 - Ser capaz de observar y analizar comparativamente las relaciones sociales que se producen/reproducen en el espacio virtual y en campos como los debates sobre el medio ambiente, las relaciones de género, el consumo o la religión.		



CE3 - Ser capaz de aplicar técnicas de investigación social, cuantitativas y cualitativas, en el campo comunicativo y referido a la aspectos concretos de la realidad política, cultural y socioeconómica.		
CE5 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información webgráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	46	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	48	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).	0.0	100.0
<b>NIVEL 2: Retórica, comunicación y sociedad: metáfora y marcos cognitivos</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
4		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	



No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Dominio de los conceptos sociológicos, hermenéuticos y retóricos básicos para el curso. Desarrollo de un trabajo de investigación. Práctica en técnicas de análisis del discurso y de la imagen basadas en ciertas estrategias retóricas.		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
Tema 1. El lenguaje, ¿representa o construye la realidad? El giro lingüístico. Tema 2. Algunos conceptos sociológicos fundamentales (imaginario, ideología, legitimidad, marco). Tema 3. La construcción lingüística de la realidad: gramática y retórica. Tema 4. La metáfora como analizador social. Tema 5. Metáfora y lenguaje ordinario. Tema 6. La metáfora en el discurso científico. Tema 7. Metáfora e imagen.		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG01 - Que los estudiantes adquieran capacidades estratégicas para el análisis de los nuevos procesos comunicativos vertebradores de la política, la cultura y las relaciones socioeconómicas.		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.		
CE2 - Ser capaz de observar y analizar comparativamente las relaciones sociales que se producen/reproducen en el espacio virtual y en campos como los debates sobre el medio ambiente, las relaciones de género, el consumo o la religión.		
CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económico-social.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	46	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	48	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías		



en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).	0.0	100.0
NIVEL 2: El estudio de las audiencias		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
4		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>El estudiante conocerá el proceso de construcción de las técnicas de medición y análisis de las audiencias. En primer lugar desde una perspectiva histórica, las encuestas americanas y europeas para el recuento de la audiencia y la fijación de las tarifas publicitarias. En segundo lugar, el estudio de las audiencias en televisión y otros medios. Y, por último, la investigación social on-line: el estudio de los usuarios de internet, las redes sociales y la investigación sociológica. Se realizará una investigación on-line concreta sobre la repercusión y/o actividad social que genera una noticia en las redes.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>La asignatura tiene por objeto el estudio de las distintas mediciones de audiencia y se desarrolla en los siguientes apartados:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. De la medición de oyentes en la radio a la medición de usuarios en la red</li> <li>2. Las operacionalizaciones del recuento de usuarios</li> <li>3. Las técnicas de medición de audiencia en televisión: el audímetro</li> <li>4. La medición de audiencias en Internet</li> <li>5. Las redes sociales: retos para el estudio de las audiencias</li> </ol>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		



5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG01 - Que los estudiantes adquieran capacidades estratégicas para el análisis de los nuevos procesos comunicativos vertebradores de la política, la cultura y las relaciones socioeconómicas.		
CG03 - Que el estudiante sea capaz de evaluar y diseñar estrategias actuales de comunicación en ámbito social, político y económicosocial.		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.		
CE3 - Ser capaz de aplicar técnicas de investigación social, cuantitativas y cualitativas, en el campo comunicativo y referido a la aspectos concretos de la realidad política, cultural y socioeconómica.		
CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económicosocial.		
CE7 - Ser capaz de interpretar los resultados de mediciones de audiencia, tanto derivadas de panel de audímetros en los medios de comunicación tradicionales, como en las que se llevan a cabo con relación al seguimiento de la audiencia de medios on-line.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	46	0
Realización de trabajos que reflejen estudios empíricos de casos.	8	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	40	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Prueba presencial: examen final realizado presencialmente en un centro asociado de la Uned, dentro del calendario de exámenes de la Universidad.	0.0	50.0
Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o	0.0	50.0





más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).		
<b>NIVEL 2: La recepción en el sistema de comunicación mediada</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	4	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
4		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3</b>		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Los estudiantes aprenderán a juzgar el conjunto del sistema de comunicación mediada desde la perspectiva de la demanda. Es decir, tras la definición del propio concepto de recepción se trata de ver su articulación en distintos procesos: hábitos, usos e interpretación de los mensajes que llevan a cabo los sujetos cuando se sitúan en la posición de receptores de los medios insituacionales de comunicación. Tras la aproximación teórica, los estudiantes conocerán la prácticas de investigación social más utilizadas para la observación de los procesos de recepción.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cultura, consumo cultural y consumo de medios de comunicación: los marcos de la recepción</li> <li>2. La industria cultural en el proceso histórico de conformación de consumidores</li> <li>3. La demanda de consumo cultural</li> <li>4. Las fuentes estadísticas para el análisis de la demanda cultural en España</li> <li>5. Estilos de vida, consumos culturales y dietas mediáticas</li> <li>6. El sistema de comunicación mediada institucional</li> <li>7. Modelos teóricos para el análisis de la recepción</li> <li>8. La investigación empírica sobre el sentido de la recepción de mensajes mediáticos</li> <li>9. Principales retos actuales en el análisis empírico de la recepción: fragmentación de la recepción, usos multimediáticos y participación de los receptores en el mensaje.</li> </ol>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CG01 - Que los estudiantes adquieran capacidades estratégicas para el análisis de los nuevos procesos comunicativos vertebradores de la política, la cultura y las relaciones socioeconómicas.		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		



5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Ser capaz de diferenciar y discutir conceptos que dan cuenta de las transformaciones sociales y culturales de las sociedades avanzadas en los últimos decenios. Entre ellos, cobran especial relevancia conceptos centrales como: sociedad post-industrial, sociedad red, sociedad mundo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, democracia de audiencias, audiencias activas, fragmentación de las audiencias, sociedad de los individuos, ciberpolítica y comunidad on-line. Conceptos centrales en la discusión actual en las ciencias sociales, así como en las políticas de los países avanzados y sus organizaciones supraestatales (Unión Europea). Conceptos que, a su vez, ofrecen visión del futuro y que pueden guiar normativamente las acciones políticas.		
CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económico-social.		
CE5 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información webgráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.		
CE7 - Ser capaz de interpretar los resultados de mediciones de audiencia, tanto derivadas de panel de audímetros en los medios de comunicación tradicionales, como en las que se llevan a cabo con relación al seguimiento de la audiencia de medios on-line.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lectura y comprensión de los textos que aparecen en la guía de estudio de la materia.	46	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	48	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
La materia está planteada para su realización a través de la metodología general de la UNED, basada en los siguientes elementos: 1) Materiales de estudio. 2) Participación y utilización de las herramientas del Aula Virtual. 3) Asignación de tutor/a: a cada estudiante le será asignado individualmente un/a Tutor/a, para orientarle durante la realización del trabajo, supervisarle y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. La asignación de tutor se realizará a partir de sus líneas de investigación y de especialización en relación con la temática de cada TFM y será coordinado y supervisado por la Comisión del Máster. 4) Tutorías en línea y telefónica. 5) Evaluación continua y sumativa: actividades prácticas, interacción con el profesorado, lectura analítica de bibliografía, búsqueda y exploración de fuentes y recursos, obtención de información relevante, planificación y elaboración del trabajo, redacción del informe final y preparación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Trabajo individual: trabajo realizado por el estudiante a través de una o más actividades a lo largo del curso, incluyendo la realización de trabajos finales o exámenes no presenciales (a través de herramientas informáticas).	50.0	100.0
Evaluación Continua: actividades realizadas durante el curso, planificadas como hitos en el logro de los resultados de aprendizaje.	0.0	50.0
5.5 NIVEL 1: Trabajo Fin de Master		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Trabajo Fin de Master		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual		



ECTS Anual 1	ECTS Anual 2	ECTS Anual 3
12		
ECTS Anual 4	ECTS Anual 5	ECTS Anual 6
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Se pretende que el estudiante sea capaz de plantear un problema de investigación, a la par que presentar unas hipótesis y objetivos sobre los cuales operar empíricamente con la finalidad de obtener resultados para su presentación y comunicación. Los resultados del aprendizaje previstos corresponden a los del desarrollo de todas las competencias generales establecidas en el Máster. En concreto, conforme a la orientación formativas que introudce el EEES, los resultados del aprendizaje propios del Trabajo Fin de Máster previstos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Dominar y aplicar técnicas y recursos de búsqueda y análisis de información científica.</li> <li>2.- Demostrar la capacidad de planificación y gestión de actividades relacionadas con el conocimiento.</li> <li>3.- Controlar y aplicar técnicas y recursos para la elaboración y exposición de informes científicos.</li> <li>4.- Demostrar capadad para diseñar y aplicar un proyecto de investigación.</li> </ol>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Los contenidos del Trabajo de Fin de Máster serán guiados por el profesor tutor que lo supervise. Dicho profesor deberá ser docente en el Máster y será asignado por la Coordinación del Máster a partir de la coincidencia del campo de observación propuesto por el estudiante y de la trayectoria de investigación del docente. La función del tutor será supervisar la correcta realización del Trabajo Fin de Máster con los canones de redacción científica, asegurando que dicho trabajo incluya como mínimo los siguientes contenidos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Formulación de un problema de investigación a partir de un objeto que relacione los cuatro campos de este máster (Cultura, Comunicación, Política y Sociedad).</li> <li>2.- Marco teórico de referencia y revisión bibliográfica sobre el tema objeto de estudio.</li> <li>3.- Elaboración de hipótesis y objetivos.</li> <li>4.- Diseño metodológico con justificación de las técnicas de investigación utilizadas.</li> <li>5.- Descripción de la realización de un trabajo de campo.</li> <li>6.- Analisis de resultados.</li> <li>7.- Conclusiones y potencial continuación de la investigación.</li> </ol>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG02 - Que los estudiantes puedan detectar y conocer problemáticas relevantes y necesidades de la comunicación en la sociedades industriales avanzadas		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Ser capaz de observar y analizar comparativamente las relaciones sociales que se producen/reproducen en el espacio virtual y en campos como los debates sobre el medio ambiente, las relaciones de género, el consumo o la religión.		



CE3 - Ser capaz de aplicar técnicas de investigación social, cuantitativas y cualitativas, en el campo comunicativo y referido a la aspectos concretos de la realidad política, cultural y socioeconómica.		
CE4 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción política, la acción cultural y las acciones en el ámbito económicosocial.		
CE5 - Ser capaz de encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información webgráfica para el estudio de la opinión pública, imágenes de partidos, candidatos, actores políticos y sociales, y prácticas socioeconómicas de diverso tipo.		
CE9 - Ser capaz de realizar trabajos científicos. Por tanto, su objetivo principal es que el estudiante aplique los conocimientos adquiridos en las demás asignaturas del master mediante la realización, presentación y defensa de un trabajo realizado con un claro perfil investigador.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Realización de trabajos que reflejen estudios empíricos de casos.	90	0
Realización de trabajos que reflejen la comprensión del contenido teórico de la materia.	72	0
Asistencia a conferencias impartidas por especialistas de relevancia.	6	100
Formación en la redacción de trabajos científicos: Desarrollo y presentación del Trabajo Fin de Máster	132	0
Seguimiento y análisis de acontecimientos políticos culturales y socioeconómicos recogidos por los medios de comunicación.	0	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Todas las actividades realizadas en el trabajo Fin de Máster se concretarán en cada uno de los trabajos elegidos. Éstas se desarrollarán sobre la base de la metodología a distancia propia de la UNED. Para ello el alumno tendrá a su disposición un campus virtual, en la plataforma de aprendizaje aLF, donde el alumno dispondrá de las siguientes herramientas: foro, tutoría on line, documentación, orientaciones, etc.		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Presentación y defensa pública del Trabajo Fin de Máster: El tribunal de los trabajos fin de máster, formados por tres profesores, evaluará la presentación y defensa pública del estudiante del trabajo de investigación realizado (esta presentación será presencial o, en casos muy excepcionales, a distancia a través de videoconferencia). La presentación y defensa del trabajo fin de máster se realizará al final de mismo, una vez que el estudiante haya cursado y aprobado todas las materias del máster, y su presentación sea informada favorablemente por el profesor tutor del trabajo fin de máster.	0.0	100.0



## 6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Nacional de Educación a Distancia	Otro personal docente con contrato laboral	4	0	3
Universidad Nacional de Educación a Distancia	Profesor Contratado Doctor	4	100	6,1
Universidad Nacional de Educación a Distancia	Profesor Colaborador o Colaborador Diplomado	8.5	100	9,1
Universidad Nacional de Educación a Distancia	Profesor Titular de Universidad	47.5	100	45,5
Universidad Nacional de Educación a Distancia	Catedrático de Universidad	27.5	100	30,3
Universidad Nacional de Educación a Distancia	Ayudante Doctor	8.5	100	6,1
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

## 7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

## 8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
40	25	85
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>La valoración queda garantizada como consecuencia de la suma de las valoraciones de las diferentes materias que configuran el Plan de Estudios de este máster. Los resultados obtenidos por los alumnos en las distintas materias son analizados y se transforman en las correspondientes acciones de mejora siguiendo los diferentes procesos que configuran el sistema de calidad aprobado por la UNED, y gestionado por el Vicerrectorado de Coordinación, Calidad e Innovación, accesible en el siguiente link: <a href="http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,489724,93_20535992&amp;_dad=portal&amp;_schema=PORTAL">http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,489724,93_20535992&amp;_dad=portal&amp;_schema=PORTAL</a> Además, la exigencia de que todos los alumnos realicen un Trabajo Fin de Máster, que es defendido en audiencia pública y presencial, juzgado por una Comisión de tres profesores del Master, permite valorar las competencias asociadas al título.</p>		

## 9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	<a href="http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,22103018,93_22103019&amp;_dad=portal&amp;_schema=PORTAL">http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,22103018,93_22103019&amp;_dad=portal&amp;_schema=PORTAL</a>
--------	---

## 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2014
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
No se contempla la existencia de un curso de adaptación.	
10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	



CÓDIGO		ESTUDIO - CENTRO	
<b>11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD</b>			
<b>11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO</b>			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
	CONSUELO	DEL VAL	CID
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Obispo Trejo s/n	28040	Madrid	Madrid
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
			Decana de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UNED
<b>11.2 REPRESENTANTE LEGAL</b>			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
	RICARDO	MAIRAL	USON
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Bravo Murillo, 38	28015	Madrid	Madrid
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
			Rector
<b>11.3 SOLICITANTE</b>			
El responsable del título no es el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
	JULIO ALFONSO	DEL PINO	ARTACHO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
FACULTAD DE CC. POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA DE LA UNED	28040	Madrid	Madrid
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
			PTU



## JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO PROPUESTO

### Introducción

La puesta en marcha del Máster Universitario en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política, tiene para la Universidad Nacional de Educación a Distancia la finalidad de cubrir un campo de notable interés académico con proyección en el Doctorado en Sociología: Cambio Social en Sociedades Contemporáneas (coordinado en Departamento de Sociología I de la UNED), y para el que tiene suficientes recursos, ofreciéndolo especialmente a los alumnos egresados de los Grados en el ámbito de las ciencias sociales que actualmente imparte

El campo de la comunicación está estrechamente relacionado con disciplinas como la Sociología, la Ciencia Política, la Antropología o la Psicología, entre las que se imparten en la UNED, abriéndose como campo de especial atención en la investigación básica y avanzada en estas áreas..

El desarrollo de la investigación básica sobre el papel de los procesos de comunicación en las áreas científicas referidas viene, además, urgido de la demanda de investigación de carácter aplicado en actividades profesionales como Asesoría en Comunicación Política, Investigación de Audiencias, Investigación de la Opinión Pública, Dirección de Departamento de Comunicación, Dirección de Comunicación Interna, Diseño de Estrategias Comunicativas o Asesor de Campañas Comerciales o Políticas, que se han ido abriendo hueco durante los últimos años en una sociedad en la que el sistema de comunicación se ha situado en un lugar preferente, donde todo tipo de instituciones (públicas y privadas, comerciales y no comerciales, mediáticas y no mediáticas, colectivas e incluso individuales (individuos-marca)) se han convertido en receptores y, sobre todo, emisores de información y comunicación, siendo la observación del papel de la interactividad comunicativa en las acciones políticas y sociales uno de los principales retos teóricos y empíricos de esta propuesta de master. Es más, todo fragmento de la realidad social, donde actúan tales instituciones, está atravesada de comunicaciones, siendo necesaria la formación de investigadores de la misma. Ya no se trata sólo de saber interpretar los mensajes que emite la realidad social, sino de establecer estrategias de investigación que den cuenta de las transformaciones del sistema social, sistema político y sistema cultural a partir de las nuevas formas de comunicación.

Unas investigaciones que exigen unos buenos fundamentos de carácter generalista en ciencias sociales, asequibles en el nivel de las enseñanzas de Grado tanto en sus aspectos teóricos como metodológicos, y una específica formación en la interpretación e investigación empírica de las acciones comunicativas en los procesos culturales, sociales y políticos.

La justificación y fundamento académico de este Máster se puede delimitar en distintas áreas cognitivas de las ciencias sociales y de la comunicación. De esta forma, se trata tanto de acercar a los egresados de disciplinas como sociología o ciencia política (fundamentalmente de la UNED) al ámbito de la Comunicación; como de proponer a los egresados de disciplinas de ciencias

de la comunicación (de otras Universidades) los conocimientos fundamentales llevar a cabo sus investigaciones en las áreas referidas.

Los alumnos egresados de la UNED: principal demanda

Desde que la UNED puso en marcha los Grados de Sociología y Ciencia Política y de la Administración (curso 2009/2010), que conforman el núcleo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, el número de alumnos ha tendido a crecer, hasta alcanzar alrededor de los seis mil.

DATOS DE MATRÍCULA GRADOS					
		1º GRADO	2º GRADO	3º GRADO	4º GRADO
CÓD.	PLAN ESTUDIOS	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013
6901	Grado en Ciencia Política y de la Administración	2.397	3.747	3.747	3.996
6902	Grado en Sociología	1.143	1.143	2.023	2.171

LOS DATOS CURSO 2012/2013 son provisionales. Última actualización 05/02/2013

Un alumnado que conoce a la perfección la metodología de la enseñanza universitaria a distancia y que, en la medida que realiza el recorrido completo de este primer ciclo de su formación universitaria, desea continuarla en cursos de postgrado con la misma metodología, que, en muchos casos, les ha permitido articular los estudios con ocupaciones laborales o familiares. Un alumnado que, en buena parte, está ocupado en grandes instituciones (empresas y Administración), y que, si bien los estudios de grado tienden a permitir alguna movilidad dentro de sus instituciones, la complementación de unos estudios de postgrado como los que se proponen les daría la oportunidad de un salto profesional radical, con la profundización en los mismos; pero, sobre todo, daría la posibilidad de iniciar una carrera como investigadores en los campos estudiados, motivados principalmente por el interés en la propia investigación; sin que, en la actualidad, estos alumnos encuentren salidas adecuadas a esa demanda de continuación de estudios y desarrollo de una carrera investigadora.

Interés de la propuesta

El interés profesional se articula con el interés académico, ya que el Máster en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política profundiza, tomando como columna vertebral la comunicación, en buena parte de los conocimientos adquiridos durante los Grados de Sociología y Ciencia Política. Lo hace desde una particular filosofía, tratándose tanto de aproximar la investigación social empírica a los procesos de comunicación como, a la inversa, plantear los problemas que generan los procesos de comunicación en la producción empírica de la investigación social. Siendo, desde este último punto de vista, novedoso. El relativamente original espacio del Máster en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política deriva en que se centra en la formación de analistas de los procesos de comunicación, ya sea para insertar tales análisis en la investigación básica (inserción



académica), ya sea para hacerlo en la investigación aplicada, ya sea proyectada en instituciones, corporaciones o empresas

El Máster en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política se articula sobre dos ejes, que recogen el anterior punto. El principal eje es el de la capacitación investigadora de sus alumnos. Un eje secundario lo conforma la reflexión teórica sobre las principales líneas de investigación en torno al papel de la comunicación en los procesos sociales y políticos.

- Capacitación investigadora de los alumnos en el campo de los procesos comunicativos en la sociedad, las acciones culturales, la acción política y las organizaciones

La mayor parte de los cursos de postgrado en comunicación en España se centran en el desarrollo de las capacidades profesionales de quienes se han formado en disciplinas del ámbito de la propia comunicación (Periodismo, Publicidad, Audiovisual) siendo su principal misión el desarrollo de habilidades en la producción de contenidos o mensajes, lo que puede ir desde el Periodismo de Viajes a la Creación de Videojuegos, por citar dos de los existentes, y, casi siempre vinculados a un desarrollo de la trayectoria profesional en medios de comunicación, más o menos institucionalizados. Pero son menos los destinados a la formación en la observación metódica y análisis de los procesos de comunicación, ya sea para su aplicación a procesos sociales (a través de instituciones, Administración, ONGs, movimientos sociales o partidos políticos), a procesos políticos (campañas electorales) o a procesos económicos (a través de empresas), en unos momentos en que las nuevas tecnologías permiten convertirse en emisor, sin pasar por el filtro de los medios de comunicación más institucionalizados. Por ejemplo, en la propia UNED se oferta el Máster en Comunicación Audiovisual de Servicio Público, con el que se comparte filosofía y se pretende compartir recursos (profesorado). Pues bien, se trata de un Máster destinado a la capacitación de profesionales que desarrollen su labor en instituciones mediáticas de carácter público.

- Orientación hacia la reflexión teórica y la investigación

El Máster en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política pretende ser un foro de reflexión e investigación en torno a procesos sociocomunicativos concretos, especialmente vinculados a la actualidad social y política del entorno cultural cercano (países desarrollados). Por lo tanto, procesos a los que se necesita dar respuesta y que, sin embargo, se incardinan en debates teóricos y metodológicos vigentes como: relación entre modelo del sistema político y modelo del sistema de comunicación mediada, el papel de los distintos tipos de medios de comunicación (tradicionales y nuevos) en la conformación del voto electoral, el lugar de las nuevas tecnologías de la información en el surgimiento y organización de los actuales movimientos sociales, el significado de los procesos de recepción cuando los receptores pueden convertirse fácilmente en emisores, el significado del concepto de audiencia y las posibilidades de registrarla cuantitativamente en procesos de constante fragmentación de la misma, la mediación de los mensajes producidos por los medios de comunicación institucionales y no

institucionales en las propias aproximaciones de la investigación empírica politológica o sociológica. Desde esta concepción como foro de debate e investigación, el Máster en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política adquiere el compromiso de realizar periódicas (mensuales) sesiones públicas en las que tanto los docentes, como los alumnos, planteen de forma abierta tales debates y las líneas alternativas de respuestas a los mismos; por lo que el desarrollo del Máster adquiere una característica semipresencial.

Señalar también que este Máster tiene por función servir de apoyo, especialmente en la formación metodológica, para *el Doctorado en Sociología: Cambio Social en Sociedades Contemporáneas*, que es coordinado desde el Departamento de *Sociología I: Teoría, Metodología y Cambio Social*, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UNED. De hecho, una parte importante de profesores de este Máster forman parte también de la relación de docentes del referido doctorado, incluyendo la Comisión Académica del mismo.

A modo de síntesis, los objetivos del Máster son los siguientes:

- Ofrecer una formación avanzada de carácter interdisciplinario en el ámbito de las Ciencias Sociales.
- Formar expertos en el análisis de los procesos sociocomunicativos, en unos momentos en que las transformaciones en la comunicación son protagonistas de los cambios sociales más profundos.
- Formar asesores de instituciones y empresas en el ámbito de la comunicación
- Formar personal docente e investigador en el ámbito del análisis de los procesos de comunicación en las áreas de la ciencia política, la sociología y la antropología.
- Dar a los estudiantes la formación metodológica necesaria para poder acceder al doctorado en Sociología.
- Formar expertos en políticas de comunicación.
- Formar pensadores estratégicos en el ámbito de la comunicación.

#### Equivalencia en el contexto internacional

El conjunto de ofertas de cursos de postgrado que se encuentran en el mismo ámbito del Máster aquí ofrecido pueden dividirse en tres grandes categorías: a) Cursos que, con un alto contenido teórico, desarrollan programas analíticos clasificables en la corriente de los denominados Estudios Culturales; b) Cursos con alta proyección profesional, destinados a desarrollar habilidades profesionales de alumnos provenientes de los grados de Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad; c) Cursos con alta implicación en el conocimiento e investigación de los procesos de comunicación en las sociedades contemporáneas, con especial interés en

recoger el impacto de las denominadas nuevas tecnologías. El carácter interdisciplinar e integral que tiene el Máster que aquí se propone, con el relevante lugar dado a la investigación empírica, se incrusta preferentemente en el tercer tipo mostrado de esta clasificación, sosteniendo, por lo tanto, equivalentes en nuestro contexto más próximo. Entre las ofertas existentes, cabe destacar las siguientes como las más afines a los contenidos de éste: Master of Science in Strategic Communications (Columbia University), Master of Arts in Media, Culture, and Communication (New York University), Politics and Communication (London School of Economics and Political Science). Instituciones de relevancia que ponen en evidencia la pertinencia de los contenidos que aquí se ofrecen. El Máster que aquí se propone toma del primero de ellos, impartido por la Columbia University, la relevancia dada a la reflexión crítica y teórica a la hora de abordar los procesos de comunicación, así como el objetivo de crear un importante grupo de investigadores en los procesos de comunicación aplicada, teniendo también en común que se imparte de modo semipresencial. En cuanto a los contenidos, se comparte el interés por el estudio de las audiencias (tres materias de nuestro Máster directamente vinculadas a este contenido) y la investigación de las estrategias de persuasión (tres materias vinculadas).

Con el segundo de los Cursos de Postgrado referido, impartido por la New York University, encuadrable entre las categorías a y c de nuestra clasificación, se comparte la relevancia dada a la enseñanza y reflexión sobre los más avanzados métodos de investigación aplicados a la investigación de los procesos de comunicación en nuestra sociedad (cinco materias de nuestro Máster, encuadradas en el Módulo 3). Desde el punto de vista formal, se comparte el estar dirigido principalmente a la elaboración de tesis doctorales, como su carácter semipresencial.

El Máster Comunicación, Cultura, Sociedad y Política y el MS Politics and Communication, ofrecido por la LSE, tienen en común el situar su objeto principal de investigación y docencia en la articulación entre la política y la comunicación, como campos que interactúan, así como la relevancia dada al horizonte de que los alumnos lleven a cabo sus tesis doctorales, ya sea en el área de la Ciencia Política, de la Comunicación o de la Sociología, siendo uno de sus objetivos promover el encuentro entre tales áreas. Desde la perspectiva de los contenidos, se comparte la relevancia dada a la Comunicación Política (tres materias en nuestro Máster), la relación entre Democracia y Comunicación Mediada (cuatro materias en nuestro Máster) y a los Métodos de Investigación, tanto cuantitativos (dos materias específicas), como cualitativos (tres materias específicas).

Al ser semipresencial, el potencial atractivo para titulados y graduados del mundo de habla hispana. Desde este punto de vista, los contenidos del Máster convergen parcialmente con algunas propuestas de postgrado ya en marcha en Latinoamérica, como el Magíster en Comunicación Social (Universidad de Chile), concentrado en la formación de investigadores empíricos de la comunicación, Maestría en Comunicación Estratégica (Universidad Nacional de Rosario), proyectado en la construcción teórica. Tal vez el más cercano sea la Maestría en Comunicación ofertado por la Universidad Javeriana de Bogotá, con más de 20 años de funcionamiento. Convergencias que hablan de una demanda de este tipo de estudios producida y

existente, y que con una oferta de estudios a distancia, como los ofrecidos desde la Universidad Nacional de Educación a Distancia, se le da una posible salida.

Hay que subrayar que el plan de estudios del Master se ha llevado a cabo mediante un doble procedimiento, interno y externo, de consulta. El primero, de carácter interno, se hizo de forma paralela a la propia aprobación del Título por parte de la Junta de Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Se consultó previamente a los distintos Departamentos de la Facultad, con la doble finalidad de que manifestaran el sentido general del Título, en cuanto a su estructura y contenidos principales, así como señalaran ya qué materias, entre las propuestas, podrían ser impartidas por profesorado de los respectivos Departamentos. Consecuencia de esta consulta fue la discusión del mismo en dos ámbitos institucionalmente distintos: a) en la propia Junta de Facultad, con intervención favorable de los representantes de alumnos (curso 2009/2010); b) entre el conjunto de miembros del equipo docente, con dos reuniones realizadas, marcando los principios y objetivos del mismo (curso 2010/2011), conformando su estructura definitiva y la forma de su desarrollo (curso 2012/2013).

Los procedimientos de consulta externos empleados para la elaboración del plan de estudios del Máster en Comunicación, Cultura, Sociedad y Política han sido los siguientes:

- Consulta a expertos y asesoramiento de profesionales: el diseño del título propuesto también fue objeto de consulta con expertos del ámbito académico (profesores y/o gestores docentes de universidades). En este sentido, se contó con la opinión de los profesores Armand Mattelart, catedrático de la Universidad de París VIII, Enrique Bustamante, catedrático de Comunicación Audiovisual de la Universidad Complutense de Madrid.
- Javier Callejo y Jesús Gutiérrez, responsables de la coordinación del Máster, asistieron a las sesiones del Congreso Internacional sobre Educación Mediática y Competencia Digital, celebrado en Segovia entre el 13 y el 15 de octubre de 2011, y el Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación, celebrado en la sede de Segovia de la Universidad de Valladolid, entre el 2 y el 3 de mayo de 2013, donde se discutió especialmente el papel y desarrollo de los másteres destinados a la formación de investigadores en el área de Comunicación.
- Revisión y debate del proyecto con organizaciones relacionadas con la investigación y gestión de Procesos de Comunicación en la política, la cultura y la acción social, tales como: AE-IC (Asociación Española de Investigación de la Comunicación) y Fundación Alternativas.
- Consulta a expertos y asesoramiento de profesionales: el diseño del título propuesto también fue objeto de consulta con expertos del ámbito académico (profesores y/o gestores docentes de universidades). En este sentido, se contó con la opinión de los

profesores Armand Mattelart, ex catedrático de la Universidad de París VIII, Enrique Bustamante, catedrático de Comunicación Audiovisual de la Universidad Complutense de Madrid.

## Perfil de ingreso recomendado

El perfil de ingreso recomendado al este máster, es el de estudiantes que se encuentren en posesión del título de Licenciatura o de Grado, o en su defecto acreditar el título de Doctor o enseñanzas equivalentes a cualquiera de las anteriores en alguna de las siguientes áreas: Sociología, Ciencia Política, Psicología Social, Publicidad, Periodismo o cualquier otra área afín a las mencionadas.

### 4.1. SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Los canales de difusión sobre la titulación y el proceso de matriculación incluyen:

- por una parte la publicación en formato impreso de una Guía Docente de la Facultad en la que se recoge toda la información disponible sobre las titulaciones que se imparten en ella.
- por otra parte, la publicación en formato electrónico, a través de la página web, de toda la información concerniente a las características del título de master y de los procedimientos de matrícula. En la página web se resaltarán todos aquellos aspectos que faciliten a los estudiantes una comprensión de los aspectos más novedosos del nuevo título.

Dada la importancia que se otorga a la puesta en marcha del nuevo sistema adaptado al EEES, la UNED ofrece un **Plan de Acogida institucional** que permite desarrollar acciones de carácter global e integrador. El Rectorado y sus servicios, las Facultades y Escuelas, así como el Instituto Universitario de Educación a Distancia (IUED) y el Centro de Orientación e Información al Estudiante (COIE) se comprometen en un programa conjunto y coordinado con tres fases:

- a. Información al estudiante potencial y orientación a la matrícula
- b. Información y orientación al estudiante nuevo
- c. Entrenamiento en el uso de recursos y competencias para ser un estudiante de educación superior a distancia, con seguimiento de los estudiantes con más dificultades.

Todas estas acciones están diseñadas para proporcionar la necesaria información, orientación, formación y apoyo que una persona necesita para integrarse en las mejores condiciones y abordar, con éxito, sus estudios.

El Plan de Acogida pretende llegar al estudiante en función de sus necesidades con medidas diseñadas para el estudiante más autónomo, para el que requiere apoyo inicial, para el que es más dependiente o necesita más ayuda y orientación y para el que presenta especiales condiciones.

La UNED dispone de un programa para estudiantes discapacitados a través del Centro de Atención a Universitarios con Discapacidad (UNIDIS) que depende del Vicerrectorado de Estudiantes y Desarrollo Profesional. Su objetivo principal es que los estudiantes con discapacidad que deseen cursar estudios en esta Universidad puedan gozar de las mismas oportunidades que el resto del alumnado de la UNED.

### Fases y Acciones del Plan de Acogida

### **a. Fase de Información al estudiante potencial y orientación a la matrícula**

Esta primera fase tiene como objetivo que cualquier estudiante potencial obtenga, de forma fácil y clara, toda aquella información necesaria para iniciar sus estudios de master en la universidad. El plan proporciona, además, orientación en su proceso de matrícula. Para lograr este objetivo se contemplan las siguientes acciones:

#### **Objetivos:**

1. Que los estudiantes potenciales dispongan de toda la información necesaria acerca de qué es la UNED, quién puede estudiar en la Universidad, cuál es su metodología específica, qué estudios se ofertan, dónde pueden cursarse, etc.
2. Que los estudiantes potenciales dispongan de toda la información necesaria para conocer el perfil profesional de cada titulación, el perfil académico o programa de formación en función de este perfil, el desarrollo de prácticas externas, medios y recursos específicos de cada Facultad y Escuela, tipo de evaluación, etc.
3. Que los estudiantes potenciales dispongan de toda la información y orientación necesarias para llevar a cabo su matrícula y realizar una matrícula ajustada a sus características personales y disponibilidad de tiempo.

#### **Medios:**

- **A distancia:**

- 1) Folletos informativos.
- 2) Información específica en la web para “Futuros Estudiantes” con material multimedia disponible acerca de la universidad, su metodología, sus Centros Asociados y recursos, así como de cada una de sus titulaciones con presentaciones multimedia a cargo de los responsables de cada Centro.
- 3) Orientaciones en la web para la realización de la matrícula.
- 4) Oficina de Atención al Estudiante, con enlace desde la web al correo electrónico y asistencia telefónica.
- 5) Emisión de programas de radio y televisión con posterior digitalización para su acceso a través de Internet con información relevante para el estudiante potencial.
- 6) Asistencia del COIE central, en línea y telefónica.
- 7) Oficinas de Atención al Estudiante en cada Centro Asociado, a través de

dirección de correo electrónico, directamente desde la web y mediante apoyo telefónico.

- **Presencial en los Centros Asociados:**

- 1) Atención presencial en las Oficinas de Atención al Estudiante en cada Centro Asociado.
- 2) Orientación presencial para la realización de la matrícula, tanto a cargo del PAS de Centros como de los COIE.

### **b. Información y orientación al estudiante nuevo**

La segunda fase tiene lugar al comienzo de cada curso académico. Con ella se pretende prevenir el abandono y el fracaso, orientando y guiando al nuevo estudiante desde el inicio del curso, proporcionándole toda la información necesaria, tanto presencial como en línea, para una integración y adaptación eficientes a la universidad.

#### **Medios:**

- **A distancia:**

- 1) Información en la web “**nuev@ en la UNED**” con material multimedia para el estudiante nuevo, tanto de la Universidad en general como de su Facultad y titulación, en particular, así como de su Centro Asociado. El estudiante recibe la bienvenida audiovisual del Rector y del responsable de su Centro. Este apartado de la web dispone, asimismo, de guías prácticas que pueden descargarse con el objetivo de familiarizar al estudiante con la metodología propia de la UNED y los recursos que tiene a su disposición, introduciéndole en los requisitos básicos del aprendizaje autónomo y autorregulado.
- 2) Oficina de Atención al Estudiante, mediante enlace desde la web al correo electrónico y asistencia telefónica.
- 3) Emisión de programas de radio y televisión con posterior digitalización para su acceso a través de Internet con información relevante para el estudiante potencial
- 4) Correo electrónico del Rector al matricularse con la bienvenida y la información práctica necesaria para comenzar sus estudios.
- 5) Asistencia del COIE central, en línea y telefónica.
- 6) Comunidad Virtual de Acogida, que dispone de información multimedia, actividades prácticas, encuestas, foros y chats, organizados modularmente.



Se pretende guiar y orientar convenientemente al estudiante nuevo durante el primer año en el conocimiento de la universidad, su metodología y recursos, así como en el desarrollo del aprendizaje autónomo y autorregulado. Asimismo, se pretende promover la identidad de grupo, disminuyendo el potencial sentimiento de lejanía del estudiante a distancia, y alentar la formación de grupos de estudio en línea.

- **Presenciales:**

En los Centros Asociados también se desarrollan actividades para el estudiante recién matriculado:

- 1) Atención presencial en las Oficinas de Atención al Estudiante en cada Centro Asociado.
- 2) Orientación presencial individualizada a cargo de los COIE de los Centros Asociados.

**c. Entrenamiento en el uso de recursos y competencias para ser un estudiante de educación superior a distancia, con seguimiento de los estudiantes con más dificultades.**

La UNED ofrece programas de formación especialmente dirigidos a sus estudiantes nuevos, destinados a entrenar las competencias para ser un estudiante a distancia mediante el desarrollo de cursos en línea y presenciales. Asimismo ofrece apoyo personalizado al estudiante, tanto presencial como en línea.

**Objetivos:** Los objetivos de esta fase son que el estudiante nuevo logre, a través de los medios de formación que la universidad le proporciona:

- Formación para el buen desempeño con la metodología de la UNED.
- Entrenamiento de estrategias de aprendizaje autónomo y autorregulado.
- Desarrollo, en general, de competencias genéricas necesarias para el estudio superior a distancia.
- Desarrollo de competencias instrumentales de apoyo al aprendizaje
- Habilidades en el uso de las TIC aplicadas al estudio en la UNED
- Habilidades en la gestión de la información (búsqueda, análisis y organización) aplicadas al estudio.

Asimismo, se pretende que el estudiante nuevo con más dificultades pueda tener apoyo a través de los programas de orientación del COIE.

**Medios:**

- **A distancia:**

- 1) Curso en línea para el entrenamiento de las competencias para ser un estudiante de educación superior a distancia a cargo del Instituto Universitario de Educación a Distancia (IUED) y el COIE. El curso hace especial énfasis en el aprendizaje autorregulado y en el desarrollo de muchas de las competencias genéricas del mapa propio de la UNED. Este curso, de carácter modular, comporta la realización de actividades prácticas, seguimiento tutorial y evaluación continua.
- 2) Oferta de programas de nivelación o “cursos 0” en línea preparados por las Facultades. Actualmente disponemos de cursos elaborados por las Facultades de Ciencias, Económicas y Empresariales y las Escuelas de Ingeniería Industrial e Ingeniería Técnica Superior de Informática. Estos programas constan de pruebas de autoevaluación previa, módulos temáticos con actividades prácticas y pruebas de autoevaluación fina y están a disposición de los estudiantes en las comunidades de acogida correspondientes.
- 3) Todos los materiales de los apartados anteriores se encuentran disponibles en el apartado de recursos abiertos (OCW) de la UNED para que puedan ser utilizados en cualquier momento por cualquier persona interesada, tanto con carácter previo como posterior a la matrícula.
- 4) Programas de orientación del COIE, con el apoyo de los COIE de los Centros, basados en el uso de la e-mentoría.

- **Presenciales en los Centros Asociados:**

- 1) Programas de orientación y apoyo a través de los COIE de los Centros.

La UNED ofrece a los estudiantes un servicio especializado en información y orientación académica y profesional, Centro de Orientación, Información y Empleo (COIE), para proporcionarles información y orientación a lo largo de sus estudios.

El COIE depende del Vicerrectorado de Estudiantes y Desarrollo Profesional y ejerce sus funciones en coordinación con los Centros Asociados adscritos.

Su objetivo es ofrecer ayuda para la adaptación e integración académica del alumnado, así como para la inserción y promoción profesional.

El COIE ofrece a los estudiantes ayuda personalizada tanto durante la realización de sus estudios universitarios como una vez finalizados:

- **Al inicio de sus estudios**

El COIE proporciona una ayuda para conocer mejor cómo es la metodología específica de estudio en la UNED, qué recursos están disponibles para ello, y cómo puede planificar y autorregular sus tareas de estudio con un mejor aprovechamiento. En definitiva, le puede ayudar a tomar decisiones para la secuenciación y regulación de sus esfuerzos y cómo organizarlos de forma realista, de acuerdo con sus intereses y su situación personal.

- **Durante sus estudios**

El estudiante puede acudir al COIE para aprender a rentabilizar mejor los recursos a su alcance, a utilizar ciertas técnicas de estudio autorregulado, gestionar su tiempo de estudio, afrontar mejor los exámenes y superar dificultades de aprendizaje en el sistema a distancia. También, para tener acceso a numerosas informaciones y recursos adicionales para su formación, como son becas, cursos complementarios, oportunidades de estudiar en el extranjero, o de realizar prácticas de trabajo en empresas, entre otros aspectos.

- **Una vez terminados los estudios**

El COIE puede proporcionar ayuda personalizada en la organización de su plan de búsqueda de empleo y en el desarrollo de su carrera profesional. Los titulados disponen de una bolsa de trabajo de la UNED, a partir de la cual se preseleccionan candidatos de acuerdo con las ofertas de empleo o de prácticas recibidas por parte de las empresas. También puede recibir orientación para proseguir su formación y acceder a la información sobre una amplísima oferta formativa de posgrado y especializada existente en nuestro país y en el extranjero.

Para proporcionar este apoyo, el COIE ha puesto en marcha un sistema de **Orientación e información personalizada**: actualmente están disponibles 31 puntos de consulta en su Sede Central y Centros Asociados. En estos COIE se proporciona:

- a. INFORMACIÓN: carreras, estudios de postgrado, estudios en el extranjero, cursos de formación, becas, ayudas, y premios.
- b. ORIENTACIÓN ACADÉMICA:
  - Formación en técnicas de estudio a distancia y ayuda en la toma de decisiones para la elección de la carrera profesional.

- Asesoramiento del itinerario profesional

c. EMPLEO:

- Difusión de la oferta de prácticas y empleo público y privado en España.
- Direcciones útiles de organismos relacionados con el empleo y directorio de empresas.
- Técnicas de búsqueda de empleo: redacción del currículum, preparación de la entrevista de selección, etc.
- Gestión de convenios para la realización de prácticas.
- Base de datos de currículos de titulados de la UNED demandantes de empleo.

d. OTRAS ACTIVIDADES:

- Un fondo documental con guías laborales y de estudio, manuales, libros y revistas especializadas.
- Difusión de la información propia de este servicio a través del Boletín Interno de Coordinación Informativa (BICI), radio educativa e Internet.
- Además de la atención personalizada que se ofrece en nuestro centro, la sede del COIE situada en la Biblioteca de la UNED dispone también de un servicio de autoconsulta con acceso a bases de datos con información académica y laboral.

[www.uned.es](http://www.uned.es)

Para acceder a los servicios del COIE, el estudiante deberá identificarse y entrar en "Orientación personalizada (COIE)".

Para solicitar orientación personalizada el estudiante sólo tiene que contactar a través de la dirección electrónica [coie@adm.uned.es](mailto:coie@adm.uned.es) o bien a través de los teléfonos 912987884 y 913988275. Igualmente, puede acudir al Centro Asociado más cercano con servicio de COIE.

## PLAN DE ESTUDIOS

El presente Máster oferta en un único curso académico los 60 ECTS que exige para su realización, aunque al estudiante no está obligado a cursar un número mínimo de créditos cada año.

El plan formativo del Máster establece la obligatoriedad de cursar 32 créditos ECTS (procedentes de las asignaturas obligatorias y el Trabajo Fin de Máster), quedando los restantes créditos, hasta 60 ECTS, repartidos entre las distintas asignaturas optativas que se ofertan. El plan de estudios queda ofertado en dos semestres:

<p><b>El presente master consta de 3 módulos y Trabajo Fin de Master:</b></p> <p><b>MÓDULO 1: COMUNICACIÓN Y POLÍTICA Total: 16 ECTS (3 Asignaturas Obligatorias + 1 Asignatura Optativa)</b></p> <p><b>MÓDULO 2: PROCESOS SOCIOCOMUNICATIVOS Total: 16 ECTS (1 Asignatura Obligatoria + 3 Asignaturas Optativas)</b></p> <p><b>MÓDULO 3: METODOLOGÍA Y PROCESOS SOCIOCOMUNICATIVOS Total: 16 ECTS (1 Asignatura Obligatoria + 3 Asignaturas Optativas)</b></p> <p><b>TRABAJO FIN DE MASTER 12 ECTS</b></p>		
<p><b>MÓDULO 1: COMUNICACIÓN Y POLÍTICA</b></p> <p><b>Total: 16 ECTS (3 Asignaturas Obligatorias + 1 Asignatura Optativa)</b></p>		
<p><b>EL MÓDULO 1 SE COMPLETA SELECCIONANDO 3 ASIGNATURAS OBLIGATORIAS Y 1 ASIGNATURA OPTATIVA</b></p>	<p>ASIGNATURA: <b>Medios de comunicación y política</b></p> <p>TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTS)</p>	PRIMER SEMESTRE
	<p>ASIGNATURA: <b>Comunicación política en las democracias</b></p> <p>TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTS)</p>	PRIMER SEMESTRE
	<p>ASIGNATURA: <b>Culturas políticas, ciudadanía y democracia: procesos de transformación</b></p> <p>TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTS)</p>	PRIMER SEMESTRE
	<p>ASIGNATURA: <b>Encuestas y campañas, líderes políticos y ciudadanos</b></p> <p>TIPO: OPTATIVA (4 ECTS)</p>	PRIMER SEMESTRE
	<p>ASIGNATURA: <b>Movimientos sociales y comunicación</b></p> <p>TIPO: OPTATIVA (4 ECTS)</p>	PRIMER SEMESTRE
	<p><b>MÓDULO 2: PROCESOS SOCIOCOMUNICATIVOS</b></p> <p><b>Total: 16 ECTS (1 Asignatura Obligatoria + 3 Asignaturas Optativas)</b></p>	
<p><b>EL MÓDULO 2 SE COMPLETA SELECCIONANDO 1 ASIGNATURA OBLIGATORIA Y 3 ASIGNATURAS OPTATIVAS</b></p>	<p>ASIGNATURA: <b>Sociedad mundial: procesos de construcción</b></p> <p>TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTS)</p>	SEGUNDO SEMESTRE
	<p>ASIGNATURA: <b>Nuevas necesidades de información ciudadana</b></p> <p>TIPO: OPTATIVA (4 ECTS)</p>	SEGUNDO SEMESTRE
	<p>ASIGNATURA: <b>Opinión pública y participación</b></p> <p>TIPO: OPTATIVA (4 ECTS)</p>	SEGUNDO SEMESTRE

	ASIGNATURA: <b>Género y medios de comunicación</b> TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	SEGUNDO SEMESTRE
	ASIGNATURA: <b>Estructura, marcos y modelos culturales de la comunicación pública</b> TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	PRIMER SEMESTRE
	ASIGNATURA: <b>Comunicación e instituciones totales</b> TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	SEGUNDO SEMESTRE
	ASIGNATURA: <b>Religión on line. La comunicación de la religión en la red</b> TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	SEGUNDO SEMESTRE
<b>MÓDULO 3: METODOLOGÍA Y PROCESOS SOCIOCOMUNICATIVOS</b>		
<b>Total: 16 ECTs (1 Asignatura Obligatoria + 3 Asignaturas Optativas)</b>		
<b>EL MÓDULO 3 SE COMPLETA SELECCIONANDO 1 ASIGNATURA OBLIGATORIA Y 3 ASIGNATURAS OPTATIVAS</b>	ASIGNATURA: TIPO: <b>La recepción en el sistema de comunicación mediada</b> OBLIGATORIA (4 ECTs)	PRIMER SEMESTRE
	ASIGNATURA: <b>Relaciones de comunicación en investigación</b> TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	SEGUNDO SEMESTRE
	ASIGNATURA: <b>Retórica, comunicación y sociedad: metáfora y marcos cognitivos</b> TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	PRIMER SEMESTRE
	ASIGNATURA: <b>El estudio de las audiencias</b> TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	PRIMER SEMESTRE
	ASIGNATURA: <b>Análisis sociológico para campañas de comunicación y social</b> TIPO: OPTATIVA (4 ECTs)	PRIMER SEMESTRE
	<b>TRABAJO FIN DE MASTER 12 ECTs</b>	

TRABAJO FIN DE MÁSTER (Está programado para iniciarse a principio de curso, 12 ECTs).

#### MECANISMOS DE COORDINACIÓN DOCENTE:

El master cuenta con un equipo de coordinación formado por el Coordinador del Master: Julio del Pino Artacho y la Secretaria: Yolanda Agudo Arroyo. El equipo de coordinación mantendrá reuniones con el equipo docente durante el curso con el fin de coordinar, evaluar y fijar calendarios. En las sesiones presenciales repartidas durante el curso se contempla la reunión con estudiantes del master con el fin de coordinar actividades en curso, y recoger evaluaciones y demandas de dichos estudiantes.

El núcleo básico de este master está formado por 6 Catedráticos de Universidad y 10 Profesores Titulares de Universidad. Entre los primeros suman 22 sexenios de investigación y 30 quinquenios de docencia. Entre los segundos suman 26 sexenios de investigación y 41 quinquenios de docencia. Dicho núcleo demuestra una reconocida experiencia investigadora en las áreas abordadas en el máster, y principalmente en ciencias políticas y sociología. También demuestran una contrastada trayectoria como docentes, y muy especialmente en el desarrollo de la enseñanza a distancia.

#### PROFESORADO:

El profesorado se encuentra especificado en el Plan de Estudios con nombres apellidos, Departamento, Facultad y Universidad a la que pertenece cada docente. También se indica en dicho Plan la correspondiente asignatura que impartiría cada docente, así como el número de créditos ECTS a impartir. El porcentaje total aproximado de profesorado que tiene quinquenios y sexenios es de un 85%.

## OTRO PERSONAL

La facultad cuenta con Personal de Administración y Servicios (PAS), propio de la facultad, pero además participan en la gestión del Máster otros departamentos administrativos de la UNED.

Por lo que respecta al personal de Administración y Servicios que se ocupará de las tareas de gestión correspondientes al Programa, hay que distinguir entre dos niveles de actuación:

1. El *Servicio de Postgrado de la Universidad*, una unidad centralizada cuya función principal consiste en coordinar las tareas que desarrollan las Unidades de Postgrado de las distintas Facultades / Escuelas.
  - El Servicio de Posgrados Oficiales dispone de:
    - Una jefatura de Servicio cuya función principal es coordinar y dirigir las unidades administrativas y de gestión relativas a todos los másteres que se imparten en la UNED (personal funcionario grupo A2).
    - Dos Jefaturas de Sección (Másteres I y Másteres II) (grupos C1).
    - Dos Negociados dependientes de las secciones anteriores (grupos C1 y C2).
2. La *Unidad de Postgrado de la Facultad de Políticas y Sociología*, que tiene como función principal gestionar todos los trámites administrativos relativos a los Programas de Postgrado, atender a los estudiantes y apoyar al profesorado. Tiene las siguientes funciones concretas:
  - Atención administrativa a los estudiantes de Postgrado:
    - Atención de las consultas, reclamaciones y sugerencias de los estudiantes de Postgrado.
    - Mantenimiento actualizado de los datos de la aplicación informática para la gestión de los Programas de Postgrado.
    - Tramitación de las certificaciones académicas relativas a los estudiantes de Postgrado.
    - Tramitación de los traslados de expedientes de los Programas de Postgrado.
    - Tramitación de las solicitudes para cursar estudios de Postgrado por parte de estudiantes con títulos académicos extranjeros.



- Tramitación de las solicitudes de admisión en el Postgrado.
- Gestión de las matrículas de Postgrado.
- Gestión de las tesis doctorales.
- Tramitación de las solicitudes de títulos de Postgrado.
- Tramitación de las solicitudes y expedientes de reconocimiento y convalidación de estudios previos.
- Gestión de los expedientes académicos de los estudiantes de Postgrado.
- Apoyo a la docencia:
  - Tramitación de los tribunales de examen: trabajos de fin de Máster y tesis doctorales.
  - Tramitación de las calificaciones.

La Unidad de Postgrado de la Facultad de Políticas y Sociología cuenta para el desarrollo de sus tareas con la experiencia acumulada a lo largo de muchos años en la gestión administrativa de los estudios de Tercer Ciclo y Doctorado, y estará atendida por el personal que actualmente se integra en el Negociado de Tercer Ciclo de la Facultad, que se verá reforzado en diversas circunstancias concretas por el personal de las secretarías administrativas de los distintos Departamentos de la Facultad, principalmente para el desarrollo de las tareas relativas al proceso de preinscripción y admisión de estudiantes, así como para las gestiones relativas al proceso de defensa de trabajos de fin de Máster y tesis doctorales.

La Facultad de Políticas y Sociología dispone de:

1. Una Administradora cuya función principal es coordinar y dirigir las unidades administrativas y de gestión relativas a estudiantes y personal académico (personal funcionario grupo A2).
2. Dos Jefaturas de Sección (alumnos y secretaría) (personal funcionario grupo C1).
3. Negociado de alumnos de depende de la Jefatura de Sección de alumnos, y que cuenta con un Servicio de Apoyo a la Docencia, en el que se cuenta con personal suficiente para atender las necesidades de los estudiantes en el Máster y con una Unidad de Convalidaciones (personal funcionario grupos C1 y C2).
4. Tres Negociados de Secretaría (Secretaría, Departamentos y Académico) (grupos C1 y C2).
5. Por otra parte, la Facultad de Políticas y Sociología dispone de dos técnicos informáticos que prestan un servicio directo y permanente a los profesores

en la utilización del sistema informático y en la gestión de los cursos virtuales.

Otro personal que colabora en la puesta en marcha y desarrollo del Máster:

- En la elaboración de materiales didácticos, tanto escritos como audiovisuales (programación radiofónica, seminarios en línea, etc.), se contará con la colaboración de diversos profesionales e investigadores especialistas en determinados temas tratados en el Master. Se trata de personal funcionario de carrera, funcionario interino y laboral fijo. La experiencia laboral en todo el personal es de más de 3 años.
- Personal del Centro de Orientación, Información y Empleo (COIE): Se trata de personal funcionario de carrera, funcionario interino y laboral fijo. La experiencia laboral en todo el personal es de más de 3 años. Además se cuenta con un plantel de becarios nombrados anualmente.
- Personal del Centro de Atención a Universitarios con Discapacidad (UNIDIS). Se trata de personal funcionario de carrera, funcionario interino y laboral fijo. La experiencia laboral en todo el personal es de más de 3 años.
- Personal de Biblioteca: bibliotecarios funcionarios de carrera y becarios de apoyo.
- Personal de los centros asociados. Se trata de personal laboral con diferentes categorías profesionales.
- Personal del Centro de Servicios Informáticos. Son personal funcionario y laboral en diversas categorías profesionales. También se dispone de personal externo de empresas contratadas para la realización de diferentes servicios.

## **JUSTIFICACIÓN DE LOS MEDIOS MATERIALES**

### **Infraestructuras y equipamientos disponibles para el programa:**

Básicamente las infraestructuras y equipamientos disponibles son los existentes en los distintos departamentos que participan en él y especialmente la de aquellos que asumen la mayor parte de su carga docente.

También se podrá disponer de las infraestructuras y equipamientos disponibles en las diferentes facultades a las que pertenecen los distintos departamentos participantes en el postgrado.

Asimismo serán infraestructuras y equipamientos al servicio del postgrado los que se encuentran en los distintos Centros Asociados de la UNED.

Los servicios básicos de que dispone la UNED son:

- **Servicio de Infraestructura**

Para garantizar la revisión y mantenimiento de los materiales y servicios disponibles, la UNED dispone del Servicio de Infraestructuras que se encarga del mantenimiento, reparación y puesta a punto del equipamiento e instalaciones de los espacios.

- **Red de Centros Asociados**

La red de Centros Asociados de la UNED está integrada por 61 Centros, 2 centros institucionales y un centro adscrito. Esta red constituye un elemento clave del modelo de la UNED ya que a través de ellos los estudiantes reciben servicios de tutoría y tienen acceso a los siguientes recursos de apoyo al aprendizaje.

Los Centros Asociados proporcionan a los estudiantes los siguientes servicios:

- Orientación y asesoramiento en el proceso de matrícula.
- Tutorías presenciales cuando el número de estudiantes inscritos en el Centro lo permiten
- Tutorías en línea
- Aulas de informática.
- Bibliotecas
- Laboratorios

- Salas de Videoconferencia
- Aulas AVIP (dotadas se sistemas de conferencia y pizarras interactivas)
- Servicios de Orientación para el empleo a través de delegaciones del COIE.
- Servicio de librería, que facilita la adquisición de los materiales didácticos.
- Salas de exámenes para la realización de pruebas presenciales dotadas de un sistema de valija virtual.

- **Centros de apoyo en el extranjero:**

La UNED cuenta con 13 de Centros de Apoyo radicados en Berlín, Berna, Bruselas, Frankfurt, Paris, Londres, Buenos Aires, Caracas, Lima, México, Sao Paulo, Bata y Malabo. En estos Centros los estudiantes reciben orientación para la matrícula, acceso a servicios telemáticos y realización de pruebas presenciales.

La UNED organiza asimismo pruebas presenciales para apoyar a los estudiantes en su proceso de matrícula y para examinar a sus estudiantes en Roma, Munich, Colonia y Nueva York.

- **Infraestructura Informática de comunicaciones:**

La Red UNED da soporte a las comunicaciones entre la Sede Central y los Centros Asociados y constituye así mismo la infraestructura de comunicaciones entre equipos docentes, profesores tutores y estudiantes.

El Centro de Proceso de Datos dispone de un sistema de servidores (14 máquinas para la web y un servidor de 16 procesadores para la base de datos de expediente de alumnos) que dan soporte a la intranet de la universidad y al web externo. El sistema dispone de atención de 24 horas 7 días por semana.

- **Centro de Diseño y Producción de Medios Audiovisuales (CEMAV)**

El CEMAV, Centro de Diseño y Producción de Medios Audiovisuales de la UNED, ofrece una variada selección de soportes y formatos en plena convergencia tecnológica, con el fin de apoyar las tareas docentes e investigadoras del profesorado, facilitando a los estudiantes el acceso a contenidos, medios y servicios audiovisuales que les puedan ser útiles en sus actividades académicas, y para la transmisión, difusión o adquisición de conocimientos científicos, tecnológicos y culturales:

- Audios y Radio.
- Vídeos, DVD de autoría y Televisión.
- Videoconferencias.

- CD–Rom y plataformas de comunicación en línea por Internet.

Estos medios facilitan una relación docente más directa entre profesores y estudiantes, haciendo posible una permanente actualización de los contenidos vinculados con el currículum de los diversos cursos y asignaturas.

El CEMAV ofrece a los profesores de la UNED, responsables de la programación y contenidos académicos, asesoramiento para la elaboración del material didáctico audiovisual y de las guías de apoyo, de acuerdo con las características de los medios y recursos que tienen a su disposición, trabajando en equipo con especialistas en medios, responsables de la producción y realización técnico-artística.

Los medios más importantes son:

- **Radio UNED**

La programación de radio de la UNED se concibe como la extensión universitaria dirigida a cualquier persona interesada en ampliar su formación en el ámbito de la educación permanente y a lo largo de toda la vida, contribuyendo así a la difusión de la cultura y el conocimiento, sin descuidar el apoyo al estudiante de la UNED y a la comunidad universitaria en general, como complemento de otras herramientas y medios que la universidad pone a su disposición.

Se emite en Radio 3 FM (RNE), de lunes a viernes de 06:00 a 07:00 horas, y los sábados y domingos de 06:00 a 09:00 horas, durante el curso lectivo de octubre a mayo.

Todos los programas se pueden escuchar y descargar en Canal UNED.

- **Televisión**

El programa UNED de Televisión Educativa se emite en la 2 de TVE y a través del Canal Internacional.

La colaboración de la UNED con RTVE se inició en 1993 y continúa hasta nuestros días, aunque con diferentes horarios.

Los programas pretenden ser en todo momento un vehículo de difusión del conocimiento, la cultura, y la información, y establecer una conexión con la actualidad desde una perspectiva universitaria.

El primer tema desarrollado a lo largo de 20' suele apoyarse en Congresos, Exposiciones, Encuentros, Jornadas...y cuenta con la intervención de varios invitados especialistas. A continuación se emite un informativo que contiene un reportaje de actualidad sobre acontecimientos académicos generados por la UNED.

El segundo tema tiene un carácter más documental y monográfico, y responde a una cierta investigación estética de la imagen. Aborda contenidos relacionados directamente con la enseñanza e investigación.

La programación semanal detallada de televisión educativa se informa a la comunidad universitaria a través del *BICI* de la UNED y también en el apartado "Programación Semanal" de la web del CEMAV.

Otra misión fundamental en el CEMAV, es realizar, producir y editar contenidos educativos audiovisuales, trabajando en equipo con los profesores interesados en el soporte vídeo digital, ya sea para producir y realizar tele o videoclases, las cuales una vez grabadas se pueden utilizar en línea para cursos virtuales o sitios WEB específicos. También se producen y se realizan vídeos reproducidos en soportes interactivos CD – Rom o en DVD de autoría para una adquisición y consulta independiente. Actualmente, existe un catálogo en el Servicio de Publicaciones de la UNED con más de 150 vídeos, y el cual conforma una de las videotecas educativas más completas de España y del mundo, ya que los vídeos educativos de la UNED han sido galardonados con numerosos premios nacionales e internacionales. Asimismo, estos vídeos se pueden solicitar en préstamo o visionar en la propia Biblioteca de la UNED.

○ **Documentación y Mediateca:**

Este departamento es responsable de la gestión, registro, catalogación, tratamiento, archivo, conservación, difusión y préstamo de todos los fondos documentales, propios y ajenos, que se generan en las diferentes áreas operativas del CEMAV. Y si bien el fondo de producción propia lo compone el material audiovisual y bibliográfico producido por los departamentos de Radio y Audio y de Televisión y Vídeo, el de producción ajena engloba tanto el material impreso (libros, revistas, informes) como los contenidos audiovisuales (vídeos, cintas de radio, discos, CDs, CDRoms, DVDs etc.) que se adquieren por y para el centro de documentación.

Además, se encarga de la reproducción, copiado y/o repicado de sus fondos audiovisuales en los distintos formatos o soportes preestablecidos en cinta, casete analógico electromagnético, discos digitales electrópticos (CD o DVDs), producidos o custodiados por el CEMAV. Asimismo existe, dentro del departamento, una unidad dedicada a convertir, editar, volcar o transferir vía FTP, los contenidos audiovisuales, emisiones de radio y de televisión y videoclases que emite actualmente la UNED. De hecho, con este departamento, el CEMAV se ha responsabilizado de reproducir y ofrecer sus contenidos audiovisuales, con las imágenes y sonidos que los integran, tanto para un uso interno de producción y difusión de los centros asociados, como para otros organismos externos colaboradores de la UNED.

Por otra parte, y en tanto que tarea fundamental de documentación, también se recopila y se archiva toda la documentación especializada en temas audiovisuales, especialmente en educación a distancia. Además, posee el material necesario para la ambientación o ilustración musical de las producciones audiovisuales que se realizan en el CEMAV.

○ **Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico**

La UNED, en consonancia con el Ministerio y las directivas europeas al respecto, está actuando decididamente para lograr **la adecuada utilización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en todos los ámbitos** con el fin último de “contribuir al éxito de un modelo de crecimiento económico basado en el incremento de la competitividad y la productividad, la promoción de la igualdad social y regional y la mejora del bienestar y la calidad de vida de los ciudadanos”.

En este sentido, desde el año 1999 se ha producido una intensificación notable en el uso de las TIC en nuestra Universidad, tanto como soporte a los procesos de gestión y administración educativa como en lo referido a las propias actividades de enseñanza y aprendizaje. Esta realidad ha permitido desmitificar lo que dicho uso supone, facilitando la comprensión más real de las ventajas y limitaciones existentes. Unido a este proceso se han desarrollado nuevas herramientas y estándares de educación que están permitiendo ampliar los servicios ofrecidos para **potenciar los propios procesos de enseñanza y aprendizaje**. Esto nos permite, por un lado y de forma general, abordar nuevas soluciones a los retos planteados por la llamada sociedad del conocimiento y, por otra parte y de forma más específica, dar respuesta a los nuevos objetivos de la Universidad en el denominado Espacio Europeo de Educación Superior, mucho más **centrado en las necesidades individuales de los estudiantes**.

Para abordar estos retos, la UNED no sólo se basa en una tradición de **33 años en el uso de los distintos medios** disponibles para facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje, sino que más recientemente ha establecido el **Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico (cInDeTEC)**. El Centro nace para dar respuesta a los siguientes retos esenciales:

Mejorar el uso eficiente de las TIC en la UNED en todos los ámbitos: **investigación, gestión y enseñanza / aprendizaje**

Responder a la disposición adicional segunda de la LOU en la que se señala la “**creación de un Centro Superior para la Enseñanza Virtual**”

Facilitar la **colaboración, el desarrollo conjunto y la provisión de servicios TIC para otras entidades e instituciones**

Garantizar la **innovación continua en el uso de las TIC aplicadas a los procesos de enseñanza y aprendizaje**, mediante sistemas centrados en las necesidades del usuario que consideren la accesibilidad como requisito básico, así como el desarrollo abierto y basado en estándares

- **Biblioteca Central y bibliotecas de los Centros Asociados.**

La Biblioteca Central está compuesta por:

- 1 Biblioteca Central
- 2 Bibliotecas sectoriales: Psicología e Ingenierías
- 2 Bibliotecas de Institutos Universitarios: Instituto Universitario de Educación a Distancia (IUED) e Instituto Universitario Gutiérrez Mellado (IUGM).

Cuenta con unas instalaciones de 9.000 m<sup>2</sup>. El catálogo colectivo de la biblioteca integra los fondos de la biblioteca central y las bibliotecas de los centros asociados y está integrado por las siguientes colecciones:

- Materiales impresos:
  - Monografías 411.062
  - Publicaciones periódicas en papel 5.502 (3.062 en curso – 2.440 cerradas)
  - Prensa española y extranjera (principales periódicos de tirada nacional e internacionales: Financial Times, Herald Tribune, Le Monde, Time, Nouvel Observateur, The Economist, News Week)
  - Tesis y memorias de investigación 3.700
- Recursos electrónicos:

Desde la UNED se proporciona acceso en línea a una importante colección de recursos electrónicos multidisciplinares: alrededor de 15.000 libros y revistas de las más importantes editoriales (Elsevier, Kluwer, Springer, Wiley, JSTOR, IEEE, Westlaw, Vlex, etc.) y 74 bases de datos, de las cuales 33 son suscripciones en curso, muchas de ellas también a texto completo.
- Mediateca con material audiovisual:
  - Vídeos y DVDs: 5.284
  - CDs de música y educativos: 4.975



- Casetes: 6.035
- Microformas: 6.398 de prensa histórica, revistas, tesis doctorales, etc.
- Servicios que presta la biblioteca
  - Acceso web al Catálogo (OPAC)

El OPAC es también un verdadero portal personalizado e interactivo de prestaciones y servicios, con múltiples funcionalidades donde se puede consultar ficha de usuario, renovar préstamos, reservar documentos, hacer solicitudes de compra o de búsquedas bibliográficas, sugerencias, todo con interfaces sencillas y formularios electrónicos.

Desde el acceso directo al catálogo se puede realizar y acceder a:

- Búsqueda en una o en todas las Bibliotecas
- Búsqueda simple: por autor, título, materia, por todos los campos, por título de revista
- Búsqueda avanzada con operadores booleanos
- Búsqueda de recursos electrónicos
- Búsqueda de material audiovisual
- Acceso a las Bibliografías recomendadas por asignaturas de todas las titulaciones
- Consulta de las nuevas adquisiciones
- Acceso a catálogos colectivos (por ejemplo, CBU, REBIUN)
- Acceso a otros catálogos (nacionales e internacionales de interés)

Se cuenta con guías de uso del catálogo, ayudas, etc.

- Servicios de la biblioteca

También se accede directamente a la amplia gama de servicios que ofrece la biblioteca, presenciales y a distancia:

- Obtención de documentos
- Préstamo, renovaciones y reservas
- Préstamo interbibliotecario

- Desideratas
- Reprografía
- Servicios de apoyo al aprendizaje:
  - Servicio de consulta en sala. 450 puestos de lectura. Todo el fondo documental está en libre acceso en todas las bibliotecas.
  - Estaciones de trabajo para consulta de Internet y/o para realización de trabajos
  - Préstamo de ordenadores portátiles para uso en la Biblioteca
  - Salas de trabajo en grupo
  - Fotocopiadoras en régimen de autoservicio
  - Servicios especiales (por ejemplo, para usuarios con discapacidad)
  - Apertura extraordinaria de la Biblioteca en época de exámenes
  - Guías BibUned con enlaces a recursos culturales, recursos locales, etc.
  - Enlace al Club de lectura de la UNED
- Formación de usuarios: presencial y a distancia:
  - Sesiones informativas de orientación general sobre recursos y servicios: “Descubre la Biblioteca”. Se imparten a lo largo de todo el año.
  - Sesiones programadas de formación en el uso de los principales recursos de información, especialmente bases de datos, revistas electrónicas y el catálogo de la biblioteca.
  - Sesiones especializadas “a la carta”: profesores y grupos de usuarios tienen la posibilidad de solicitar sesiones de formación relacionadas con un tema específico o un recurso concreto (por ejemplo, funcionamiento de una base de datos determinada). Existe un formulario electrónico de solicitud.
- Repositorio de materiales en línea.

La Biblioteca de la UNED cuenta con un repositorio institucional o archivo digital llamado e-espacio (<http://e-espacio.uned.es/>). El repositorio institucional es un servicio que la Universidad ofrece a la comunidad universitaria para guardar, organizar y gestionar los contenidos digitales

resultantes de su actividad científica y académica, de manera que puedan ser buscados, recuperados y reutilizados más fácilmente.

La biblioteca de la UNED mantiene redes de colaboración y cooperación con otras bibliotecas universitarias mediante su pertenencia a las siguientes redes y consorcios:

- Consorcio Madroño.
- REBIUM
- DIALNET
- DOCUMAT

### **Mecanismos para su mantenimiento, revisión y actualización.**

- **Gestión de la tecnología**

- Existe un plan tecnológico, conocido y consensuado por los colectivos implicados, que apoya los objetivos del máster.
- Los recursos tecnológicos se adecuan y se actualizan de acuerdo a las necesidades de aprendizaje, docentes, investigadoras y de gestión de la universidad.
- Existen indicadores que permiten evaluar el uso y el impacto de los recursos tecnológicos y mejorar su gestión.
- Existe cooperación y/o convergencia con los servicios informáticos, multimedia y de soporte a la docencia.
- Se realizan acciones formativas que faciliten el uso de las nuevas tecnologías a usuarios y personal.
- El Máster se apoya en la tecnología para innovar y llevar a cabo la mejora continua.

- **Gestión de edificios, equipos y materiales.**

- La gestión de los edificios, equipos y materiales se realiza de acuerdo a los objetivos y servicios de la facultad.
- La facultad participa activamente en la planificación y el desarrollo de sus nuevos edificios y de las reformas necesarias.
- El mobiliario y los equipos se adecuan a las necesidades de los usuarios y a los servicios que presta la facultad y sus departamentos.

- Los recursos bibliográficos, en sus distintos soportes, se adecuan a las necesidades docentes, de aprendizaje, de investigación y de gestión de la universidad.
- Los procesos de compra de recursos se adecuan a la normativa vigente.

Se introducen las mejoras necesarias en los procesos mediante la innovación, a fin de satisfacer plenamente a usuarios y otros grupos de interés, generando cada vez mayor valor.

## JUSTIFICACIÓN DE LOS INDICADORES PROPUESTOS

En la interpretación y valoración de los indicadores, se han de tener en cuenta los factores singulares que implica la modalidad de enseñanza a distancia, así como las circunstancias específicas del alumnado de la UNED. Es preciso señalar que la mayoría de nuestros estudiantes tiene una edad superior al del resto de las universidades, y suele compatibilizar su trabajo con los estudios elegidos; ello se traduce en un gran interés por su formación, pero también justifica que intente adaptar el número de asignaturas en las que se matricula en cada curso a su disponibilidad temporal para el estudio. En sentido estricto, el término "Tasa de Abandono" y las cifras de "Tasa de Abandono" no son, pues, exactamente adecuados para explicar y justificar las características señaladas de nuestros alumnos.

Nuestra universidad se adapta, por consiguiente, a dichos condicionamientos, tanto desde el punto de vista académico como administrativo. En esta línea de adaptación, la UNED tiene además en consideración otros factores especiales como la discapacidad.

**Tasa de graduación:** Dado que se espera que en su mayoría estos estudiantes realicen sus estudios con una dedicación parcial, se estima que el 40 % de los estudiantes se graduarán en uno o dos años tras su primera matrícula.

Por lo motivos anteriormente explicados sobre el perfil general de nuestros estudiantes como el de personas adultas con otras ocupaciones profesionales y personales, para la realización de un Máster de un curso académico (60 ECTS) suelen emplear dos años, y esto se considera una pauta normal.

**Tasa de abandono:** Se considera que cerca de un 25% abandonará sus estudios, considerando en esta situación aquellos estudiantes de nuevo ingreso que debieron obtener el título el año académico anterior y que no se han matriculado ni en ese año académico ni el posterior. Como señalan los expertos en enseñanza a distancia, el mayor reto de esta modalidad educativa, es, in duda, el abandono de los estudios, debido a la enorme disciplina que supone el estudio continuado con la ausencia física habitual del profesor y los compañeros, etc. Este hecho, que ha sido profusamente estudiado y constatado en multitud de publicaciones por parte de los profesores de las Facultad de Ciencias de la Educación de la UNED, no ha de verse como un problema inherente a la educación a distancia, sino como un reto de ésta en el que las TIC tienen un papel muy importante que jugar.

**Tasa de eficiencia:** En el caso del estudiante con dedicación parcial al estudio, se estima una tasa del 85% de eficiencia. Considerando el perfil del alumnado de la UNED, es recomendable para el estudiante la planificación del tiempo y de las tareas principales de estudio con anterioridad a la matrícula, de acuerdo con el tiempo real disponible.

# 1. Calendario de Implantación: Cronograma de implantación

En el Curso 2014/2015 se implantará los dos primeros módulos del máster.

## PRIMER CUATRIMESTRE

ASIGNATURA: <b>Medios de comunicación y política</b> TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTS)
ASIGNATURA: <b>Comunicación política en las democracias</b> TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTS)
ASIGNATURA: <b>Culturas políticas, ciudadanía y democracia: procesos de transformación</b> TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTS)
ASIGNATURA: <b>Encuestas y campañas, líderes políticos y ciudadanos</b> TIPO: OPTATIVA (4 ECTS)
ASIGNATURA: <b>Movimientos sociales y comunicación</b> TIPO: OPTATIVA (4 ECTS)

## SEGUNDO CUATRIMESTRE

ASIGNATURA: <b>Sociedad mundial: procesos de construcción</b> TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTS)
ASIGNATURA: <b>Nuevas necesidades de información ciudadana</b> TIPO: OPTATIVA (4 ECTS)

<p>ASIGNATURA: <b>Opinión pública y participación</b>  TIPO: OPTATIVA (4 ECTS)</p>
<p>ASIGNATURA: <b>Género y medios de comunicación</b>  TIPO: OPTATIVA (4 ECTS)</p>
<p>ASIGNATURA: <b>Estructura, marcos y modelos culturales en la comunicación pública: los casos de la alimentación y el cambio climático</b>  TIPO: OPTATIVA (4 ECTS)</p>
<p>ASIGNATURA: <b>Comunicación e instituciones totales</b>  TIPO: OPTATIVA (4 ECTS)</p>
<p>ASIGNATURA: <b>Religion on line - on line religion. Actores, comunidades y comunicación de la religión en la red</b>  TIPO: OPTATIVA (4 ECTS)</p>

En el Curso 2015/2016 se implantarán el tercer módulo del máster y el TFM.

#### PRIMER CUATRIMESTRE

<p>ASIGNATURA: <b>Análisis sociológico para campañas de comunicación y social</b>  TIPO: OBLIGATORIA (4 ECTS)</p>
<p>ASIGNATURA: <b>Relaciones de comunicación en investigación</b>  TIPO: OPTATIVA (4 ECTS)</p>
<p>ASIGNATURA: <b>Retórica, comunicación y sociedad: metáfora y marcos cognitivos</b>  TIPO: OPTATIVA (4 ECTS)</p>
<p>ASIGNATURA: <b>El estudio de las</b></p>

**audiencias**

4 ECTs

TIPO: OPTATIVA

**ASIGNATURA: La recepción en el sistema  
de comunicación mediada**

4 ECTs

TIPO: OPTATIVA

**TRABAJO FIN DE MASTER (segundo año, segundo cuatrimestre) 12 ECTs**



